



INSTITUT AGAMA ISLAM SUKABUMI
FAKULTAS TARBIYAH
PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM (MPI)

**RENCANA PEMBELAJARAN
SEMESTER**

MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	Bobot (skt)	SEMESTER	Tgl Penyusunan			
Manajemen Pemasaran Pendidikan			2	6	Maret 2024			
OTORITAS	Dosen Pengembang RPS		Koordinator Rumpun MK		Ketua Prodi			
	Dr. (C) Hj. Eli Susilawati, M.Pd.				Fadhlwan Fadhilah, M.Pd.			
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI							
	S 1	Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius						
	S 2	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral dan etika						
	S 3	Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila;						
	S 4	Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggung jawab pada negara dan bangsa;						
	P 4	Menguasai pengetahuan dan langkah-langkah dalam mengembangkan pemikiran kritis, logis, kreatif, inovatif dan sistematis serta memiliki keingintahuan intelektual untuk memecahkan masalah pada tingkat individual dan kelompok						
	P 19	Menguasai teori pendidikan Islam sebagai landasan konseptual dan filosofis yang mendasari proses pendidikan Islam						
	KU 6	Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega dan sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya						
	KK 6	Menerapkan pengetahuan dan keterampilan teknologi informasi dalam konteks pengembangan keilmuan dan implementasi bidang keahlian secara efektif dan berdaya guna untuk pembelajaran bidang pendidikan dasar						
	CP-MK							
	M1	Konsep Dasar Manajemen Pemasaran						
	M2	Urgensi Manajemen Pemasaran dalam Dunia Pendidikan						
	M3	Konsep Analisis Pasar Pendidikan (Demografi, Tren Pendidikan dan Kebutuhan Pasar)						
	M4	Strategi Segmentasi Pasar dalam Pendidikan						
	M5	Penentuan Target Pasar yang Tepat dalam Berbagai Jenis Institusi Pendidikan						
	M6	Penentuan Harga dan Strategi Penetapan Harga dalam Konteks Pendidikan						
	M7	Peran Promosi dalam Pemasaran Pendidikan						

	M8	Strategi Komunikasi Pemasaran Pendidikan
	M9	Strategi Distribusi Pendidikan
	M10	Konsep Pemasaran Layanan dalam Pendidikan
	M11	Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Pendidikan dan Kepuasan Pelanggan
	M12	Metode Evaluasi Kinerja Pemasaran Pendidikan
	M13	Pengembangan Strategi Pemasaran Pendidikan
Deskripsi Singkat MK	Mata Kuliah Manajemen Pemasaran membahas tentang strategi dan teknik pemasaran yang khusus diterapkan dalam konteks lembaga pendidikan seperti sekolah, perguruan tinggi atau lembaga pelatihan. Mata Kuliah Manajemen Pemasaran mencakup pengembangan program pemasaran, identifikasi target pasar, promosi pendidikan serta peningkatan daya tarik institusi pendidikan.	
Materi Pembelajaran/ Pokok Bahasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perkenalan dan Kontrak Perkuliahan 2. Konsep Dasar Manajemen Pemasaran 3. Urgensi Manajemen Pemasaran dalam Dunia Pendidikan 4. Konsep Analisis Pasar Pendidikan (Demografi, Tren Pendidikan dan Kebutuhan Pasar) 5. Strategi Segmentasi Pasar dalam Pendidikan 6. Penentuan Target Pasar yang Tepat dalam Berbagai Jenis Institusi Pendidikan 7. Penentuan Harga dan Strategi Penetapan Harga dalam Konteks Pendidikan 8. Ujian Tengah Semester 9. Peran Promosi dalam Pemasaran Pendidikan 10. Strategi Komunikasi Pemasaran Pendidikan 11. Strategi Distribusi Pendidikan 12. Konsep Pemasaran Layanan dalam Pendidikan 13. Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Pendidikan dan Kepuasan Pelanggan 14. Metode Evaluasi Kinerja Pemasaran Pendidikan 15. Pengembangan Strategi Pemasaran Pendidikan 16. Ujian Akhir Semester 	

Sukabumi, 16 Maret 2024

Dosen Pengampu,

Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam,

Fadhlwan Fadhilah, M.Pd.

NIDN.

Anisa Wahyuni, M.Pd.

NIDN.