



Universitas Riau
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi S1 Administrasi Bisnis

Kode Dokumen
RPS-SAB3105

Rencana Pembelajaran Semester

MATA KULIAH (MK)	KODE	RUMPUN MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tanggal Penyusunan
Manajemen Produk dan Merek	SAB3105		Teori : 3, Praktek : 0	5	02 Agustus 2023
OTORISASI/PENGESAHAN	Koordinator Pengembang RPS		Ketua Program Studi		
			Dr. Lie Othman, S.Pi, MM, CDMP		
Capaian Pembelajaran	CPL Prodi yang dibebankan pada MK				
	S4	Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa;			
	S7	Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik			
	S9	Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan dan kewirausahaan.			
	P2	2. Menguasai konsep teoretis secara umum terkait dengan teori-teori: kewirausahaan, inovasi sebagai bagian dari teori kreasi pengetahuan (knowledge creation), motivasi (motivation theory), perubahan (sosial dan manajemen) khususnya perilaku social dalam kewirausahaan, lintas budaya dalam organisasi bisnis, fungsi-fungsi bisnis, dan teori pemangku kepentingan			
	P5	Menguasai metodologi manajemen perubahan, metode analisis kinerja organisasi bisnis, dan metode penelitian sosial			
	P6	Menguasai prinsip dan teknik komunikasi persuasif lintas organisasi dan lintas budaya di bidang bisnis			
	KU1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya			
	KU3	Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni;			
	KU5	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data			
	KK1	1. Mengevaluasi implikasi suatu kebijakan, keputusan, maupun strategi dengan menggunakan pendekatan analitis dan sistematis yang dituangkan dalam format evaluasi terstandar yang minimum mencakup informasi tentang metodologi evaluasi, temuan evaluasi, kesimpulan, dan rekomendasi;			
	CPMK				

CPMK1	mahasiswa Memahami konsep dasar manajemen produk dan merek serta mengidentifikasi peran pentingnya dalam konteks pemasaran produk. dan mampu Menjelaskan strategi pengembangan produk yang efektif berdasarkan analisis pasar dan kebutuhan konsumen. (S4,S7,S9,P2)
CPMK2	mahasiswa dapat Mampu merancang rencana pemasaran produk yang komprehensif dengan mempertimbangkan segmentasi pasar dan positioning produk. dan mampu Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan merek dan memahami pentingnya brand equity dalam membangun keunggulan kompetitif. (P5,P6,KU1)
CPMK3	mahasiswa mampu memahami konsep manajemen siklus hidup produk dan strategi yang sesuai dalam menghadapi perubahan fase produk. dan mampu Mengidentifikasi tantangan dalam pengelolaan merek dan strategi untuk mengatasi krisis merek. (KU3,KU5,KK1)
CPMK4	mahasiswa Mampu menerapkan riset pasar dan analisis data untuk mendukung pengambilan keputusan terkait pengembangan produk dan merek. dan dapat menilai Menilai kepuasan konsumen sebagai hasil dari strategi manajemen produk dan merek yang telah diimplementasikan. (KU1,KU5,KK1)
Sub-CPMK	
SUBCPMK1	mahasiswa mampu memahami brand : konseptualisasi dan peran strategik (CPMK1,CPMK2)
SUBCPMK2	mahasiswa mampu memahami Brand Equity: Konseptualisasi dan pengukuran (CPMK2,CPMK3)
SUBCPMK3	mahasiswa mampu memahami Pioneer Brand versus Imitator Brand (CPMK2,CPMK3)
SUBCPMK4	mahasiswa mampu memahami Local Brand versus Global Brand (CPMK2,CPMK3)
SUBCPMK5	mahasiswa mampu menjelaskan Apa artinya diferensiasi (CPMK2,CPMK3)
SUBCPMK6	mahasiswa mampu menjelaskan Mengapa diferensiasi penting (CPMK1,CPMK4)
SUBCPMK7	mahasiswa dapat membangun merek kuat dengan biaya rendah (CPMK3,CPMK4)
SUBCPMK9	mahasiswa mampu memahami Manajemen Produksi (CPMK1,CPMK3)
SUBCPMK10	mahasiswa mampu membuat Perencanaan Produksi (CPMK1,CPMK2)
SUBCPMK11	mahasiswa mampu memahami Research and Development (CPMK3,CPMK4)
SUBCPMK12	mahasiswa mampu mengetahui Lokasi Produksi yang baik (CPMK2,CPMK3)
SUBCPMK13	mahasiswa mampu memahami Mutu dan ISO (CPMK2,CPMK3)
SUBCPMK14	mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan BEP, Total Cost, dan Total Revenue Analysis (CPMK2,CPMK3)
SUBCPMK15	mahasiswa mampu menjelaskan Produktivitas dan faktor-faktor yang mempengaruhi Produktivitas (CPMK3,CPMK4)
Deskripsi MK	

<p>Bahan Kajian: Materi Pembelajaran</p>	<p>1. 1. Menjelaskan Pendahuluan2. Menjelaskan Definisi dan Perspektif Merek3. Menjelaskan Manfaat Merek4. Menjelaskan Sejarah Singkat Merek 2. 1. Menjelaskan Konseptualisasi Brand Equity2. Menjelaskan Pengukuran Brand Equity 3. 1. Menjelaskan Definisi Pionir2. Menjelaskan Pioneer Brand Advantages3. Menjelaskan Risiko Pionir4. Menjelaskan Late Entrants dan Imitator5. Menjelaskan Motivasi Menjadi Imitator6. Menjelaskan Strategi Late Entrants dan Imitasi7. Menjelaskan Peluang Bagi Imitator8. Menjelaskan DeterminanKepemimpinan Pasar 4. 1. Menjelaskan Tipologi Merek Lokal2. Menjelaskan Merek Lokal versus Merek Global3. Menjelaskan Local Brand Survival 5. 1. Menjelaskan Unique Selling Proposition atau USP2. Menjelaskan Strategi yang Tepat3. Menjelaskan Diferensiator yang Baik 6. 1. Menjelaskan Pendapatan Lebih Pada Investasi2. Menjelaskan Dilema Penggerak Pertama3. Menjelaskan The Commodities Continuum4. Menjelaskan Sangat Branded5. Menjelaskan Sangat Terkomoditas6. Menjelaskan BagaimanaJika Produk Anda Sangat Terkomoditisasi7. Menjelaskan Portofolio Campur 7. 1. Menjelaskan Barang Bagus Tidak Murah, Barang Murah Tidak Bagus2. Menjelaskan Kasus Amazon.com, Southwest Airlines, Toyota, Ikea, dan Wal-Mart 8. 1. Menjelaskan Definisi Produksi2. Menjelaskan Definisi Manajemen Produksi dan3. Menjelaskan Tantangan Manajer Operasional Tantangan dan Solusi dalam Bidang Manajemen Produksi diMasa yang Akan Datang 9. 1. Menjelaskan Definisi Perencanaan2. Menjelaskan Kondisi Perencanaan Keuangan yang Harus Dipahami oleh Manajer Produksi3. Menjelaskan Perencanaan Keuangan dan Produksi yang Dilakukan secara Bertahap4. Menjelaskan Tujuan Perencanaan dan Pengendalian5. Menjelaskan Time Schedule6. Menjelaskan Contingency Plan 10. 1. Menjelaskan Definisi Research2. Menjelaskan Metode Penelitian ilmiah3. Menjelaskan Tujuan Suatu Perusahaan Melakukan Research4. Menjelaskan Riset dalam Dunia Industri5. Menjelaskan Pengertian Development6. Menjelaskan Tujuan Dilakukannya Development Produk7. Menjelaskan Biaya R&D 11. 1. . Menjelaskan Definisi Lokasi Produksi2. . Menjelaskan Alasan Memilih Lokasi Produksi3. Menjelaskan Faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam Memilih Lokasi Produksi4. Menjelaskan Pengelompokkan Lokasi Fasilitas5. Menjelaskan Beberapa Metode Pemilihan Lokasi6. Menjelaskan Pengaruh Lokasi Produksi terhadap Penjualan 12. 1. Menjelaskan Definisi Mutu2. Menjelaskan ISO3. Menjelaskan Mutu danKonsep SNI4. Menjelaskan BSC dan Mutu5. Menjelaskan Kerangka BSC6. Menjelaskan Bentuk, Karakteristik, dan Mekanisme BSC7. Menjelaskan Konsep Strategi BSC 13. 1. Menjelaskan Definisi BEP2. Menjelaskan Fixed Cost3. Menjelaskan Variable Cost4. Menjelaskan Menghitung BEP 14. 1. Menjelaskan Definisi Produktivitas2. Menjelaskan Faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas3. Menjelaskan Rasio Produktivitas dan Peningkatan produktivitas</p>
<p>Pustaka</p>	<p>1. ref[1] : Tjiptono, Fandy. 2011. Manajemen dan Strategi Merek. Yogyakarta: Penerbit Andi. (utama) 2. ref[2] : Tai, Jacky dan Chew, Wilson. 2012. Brand Management. Jakarta: PT. Indeks. (utama) 3. ref[3] : Fahmi, Irham. 2014. Manajemen Produksi dan Operasi. Bandung: Penerbit Alfabeta. (utama)</p>
<p>Dosen Pengampu</p>	<p>Mandataris, DR. Meyzi Heriyanto, Dr. Lie Othman, S.Pi, MM, CDMP, Syofiatul Safitri , S.Sos, M.AB,</p>
<p>Mata Kuliah Syarat</p>	

Minggu ke-	Sub-CPMK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)	Penilaian (indikator)	Penilaian (kriteria dan bentuk)	Bentuk & Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
				Luring	Daring		
1	SUBCPMK1. mahasiswa mampu memahami brand : konseptualisasi dan peran strategik	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Pendahuluan 2. Definisi dan Perspektif Merek 3. Manfaat Merek 4. Sejarah Singkat Merek	<i>Kriteria :</i> rubrik <i>Bentuk :</i> presentasi	1. Kuliah pengantar 2. Brainstorming 3. Discussion <i>Case-based method</i>		1. Menjelaskan Pendahuluan 2. Menjelaskan Definisi dan Perspektif Merek 3. Menjelaskan Manfaat Merek 4. Menjelaskan Sejarah Singkat Merek; [1.]	10
2	SUBCPMK2. mahasiswa mampu memahami Brand Equity: Konseptualisasi dan pengukuran	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Konseptualisasi Brand Equity 2. Pengukuran Brand Equity	<i>Kriteria :</i> rubrik <i>Bentuk :</i> makalah dan presentasi kelompok	1. Brainstorming 2. Discussion <i>Case-based method</i>		1. Menjelaskan Konseptualisasi Brand Equity 2. Menjelaskan Pengukuran Brand Equity; [1,2,]	10
3	SUBCPMK3. mahasiswa mampu memahami Pioneer Brand versus Imitator Brand	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Definisi Pionir 2. Pioneer Brand Advantages 3. Risiko Pionir 4. Late Entrants dan Imitator 5. Motivasi Menjadi Imitator 6. Strategi Late Entrants dan Imitasi 7. Peluang Bagi Imitator 8. Determinan Kepemimpinan Pasar	<i>Kriteria :</i> rubrik <i>Bentuk :</i> makalah dan presentasi kelompok, sikap	1. brainstorming 2. discussion <i>Case-based method</i>		1. Menjelaskan Definisi Pionir 2. Menjelaskan Pioneer Brand Advantages 3. Menjelaskan Risiko Pionir 4. Menjelaskan Late Entrants dan Imitator 5. Menjelaskan Motivasi Menjadi Imitator 6. Menjelaskan Strategi Late Entrants dan Imitasi 7. Menjelaskan Peluang Bagi Imitator 8. Menjelaskan Determinan Kepemimpinan Pasar; [1,2,]	10

4	SUBCPMK4. mahasiswa mampu memahami Local Brand versus Global Brand	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Tipologi Merek Lokal 2. Merek Lokal versus Merek Global 3. Local Brand Survival	<i>Kriteria :</i> rubrik <i>Bentuk :</i> makalah dan presentasi kelompok, sikap	1. brainstorming 2. discussion <i>Case-based method</i>		1. Menjelaskan Tipologi Merek Lokal 2. Menjelaskan Merek Lokal versus Merek Global 3. Menjelaskan Local Brand Survival; [2,3,]	10
5	SUBCPMK5. mahasiswa mampu menjelaskan Apa artinya diferensiasi	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Unique Selling Proposition atau USP 2. Strategi yang Tepat 3. Diferensiator yang Baik	<i>Kriteria :</i> rubrik <i>Bentuk :</i> makalah dan presentasi kelompok, sikap	1. brainstorming 2. discussion <i>Case-based method</i>		1. Menjelaskan Unique Selling Proposition atau USP 2. Menjelaskan Strategi yang Tepat 3. Menjelaskan Diferensiator yang Baik; [1,2,]	10
6	SUBCPMK6. mahasiswa mampu menjelaskan Mengapa diferensiasi penting	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Pendapatan Lebih Pada Investasi 2. Dilema Penggerak Pertama 3. The Commodities Continuum 4. Sangat Branded 5. Sangat Terkomoditas 6. Bagaimana Jika Produk Anda Sangat Terkomoditas 7. Portofolio Campur	<i>Kriteria :</i> rubrik <i>Bentuk :</i> makalah dan presentasi kelompok, sikap	1. brainstorming 2. discussion <i>Case-based method</i>		1. Menjelaskan Pendapatan Lebih Pada Investasi 2. Menjelaskan Dilema Penggerak Pertama 3. Menjelaskan The Commodities Continuum 4. Menjelaskan Sangat Branded 5. Menjelaskan Sangat Terkomoditas 6. Menjelaskan Bagaimana Jika Produk Anda Sangat Terkomoditas 7. Menjelaskan Portofolio Campur; [1,2,]	10
7	SUBCPMK7. mahasiswa dapat membangun merek kuat dengan biaya rendah	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Barang Bagus Tidak Murah, Barang Murah Tidak Bagus 2. Kasus Amazon.com, Southwest Airlines, Toyota, Ikea, dan Wal-Mart	<i>Kriteria :</i> rubrik <i>Bentuk :</i> makalah dan presentasi kelompok, sikap	1. brainstorming 2. Discussion <i>Case-based method</i>		1. Menjelaskan Barang Bagus Tidak Murah, Barang Murah Tidak Bagus 2. Menjelaskan Kasus Amazon.com, Southwest Airlines, Toyota, Ikea, dan Wal-Mart; [1,3,]	5

8	UTS / Evaluasi Tengah Semester: melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya						
9	SUBCPMK9. mahasiswa mampu memahami Manajemen Produksi	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Definisi Produksi 2. Definisi Manajemen Produksi dan Tantangan Manajer Operasional 3. Tantangan dan Solusi dalam Bidang Manajemen Produksi di Masa yang Akan Datang	<i>Kriteria :</i> rubrik <i>Bentuk :</i> makalah dan presentasi kelompok, sikap	1. brainstorming 2. discussion <i>Case-based method</i>		1. Menjelaskan Definisi Produksi 2. Menjelaskan Definisi Manajemen Produksi dan 3. Menjelaskan Tantangan Manajer Operasional Tantangan dan Solusi dalam Bidang Manajemen Produksi di Masa yang Akan Datang; [3.]	5
10	SUBCPMK10. mahasiswa mampu membuat Perencanaan Produksi	mahasiswa mampu menjelaskan 1. Definisi Perencanaan 2. Kondisi Perencanaan Keuangan yang Harus Dipahami oleh Manajer Produksi 3. Perencanaan Keuangan dan Produksi yang Dilakukan secara Bertahap 4. Tujuan Perencanaan dan Pengendalian 5. Time Schedule 6. Contingency Plan	<i>Kriteria :</i> rubrik <i>Bentuk :</i> makalah dan presentasi kelompok, sikap	1. brainstprming 2. discussion <i>Case-based method</i>		1. Menjelaskan Definisi Perencanaan 2. Menjelaskan Kondisi Perencanaan Keuangan yang Harus Dipahami oleh Manajer Produksi 3. Menjelaskan Perencanaan Keuangan dan Produksi yang Dilakukan secara Bertahap 4. Menjelaskan Tujuan Perencanaan dan Pengendalian 5. Menjelaskan Time Schedule 6. Menjelaskan Contingency Plan; [1.]	5

11	SUBCPMK11. mahasiswa mampu memahami Research and Development	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Definisi Research 2. Metode Penelitian ilmiah 3. Tujuan Suatu Perusahaan Melakukan Research 4. Riset dalam Dunia Industri 5. Pengertian Development 6. Tujuan Dilakukannya Development Produk 7. Biaya R&D	<i>Kriteria :</i> rubrik <i>Bentuk :</i> makalah dan diskusi kelompok, sikap	1. Brainstorming 2. discussion <i>Case-based method</i>	1. Menjelaskan Definisi Research 2. Menjelaskan Metode Penelitian ilmiah 3. Menjelaskan Tujuan Suatu Perusahaan Melakukan Research 4. Menjelaskan Riset dalam Dunia Industri 5. Menjelaskan Pengertian Development 6. Menjelaskan Tujuan Dilakukannya Development Produk 7. Menjelaskan Biaya R&D; [3.]	5
12	SUBCPMK12. mahasiswa mampu mengetahui Lokasi Produksi yang baik	mahasiswa mampu menjelaskan mengenai : 1. Definisi Lokasi Produksi 2. Alasan Memilih Lokasi Produksi 3. Faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam Memilih Lokasi Produksi 4. Pengelompokkan Lokasi Fasilitas 5. Beberapa Metode Pemilihan Lokasi 6. Pengaruh Lokasi Produksi terhadap Penjualan	<i>Kriteria :</i> rubrik <i>Bentuk :</i> makalah dan presentasi kelompok, sikap	1. Brainstorming 2. discussion <i>Case-based method</i>	1. . Menjelaskan Definisi Lokasi Produksi 2. . Menjelaskan Alasan Memilih Lokasi Produksi 3. Menjelaskan Faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam Memilih Lokasi Produksi 4. Menjelaskan Pengelompokkan Lokasi Fasilitas 5. Menjelaskan Beberapa Metode Pemilihan Lokasi 6. Menjelaskan Pengaruh Lokasi Produksi terhadap Penjualan; [2.]	5

13	SUBCPMK13. mahasiswa mampu memahami Mutu dan ISO	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Definisi Mutu 2. ISO 3. Mutu dan Konsep SNI 4. BSC dan Mutu 5. Kerangka BSC 6. Bentuk, Karakteristik, dan Mekanisme BSC 7. Konsep Strategi BSC	<i>Kriteria :</i> rubrik <i>Bentuk :</i> makalah dan presentasi kelompok, sikap	1. brainstorming 2. discussion <i>Case-based method</i>	1. Menjelaskan Definisi Mutu 2. Menjelaskan ISO 3. Menjelaskan Mutu dan Konsep SNI 4. Menjelaskan BSC dan Mutu 5. Menjelaskan Kerangka BSC 6. Menjelaskan Bentuk, Karakteristik, dan Mekanisme BSC 7. Menjelaskan Konsep Strategi BSC; [3.]	5
14	SUBCPMK14. mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan BEP, Total Cost, dan Total Revenue Analysis	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Definisi BEP 2. Fixed Cost 3. Variable Cost 4. Menghitung BEP	<i>Kriteria :</i> rubrik <i>Bentuk :</i> presentasi dan individu, sikap	1. brainstorming 2. discussion <i>Case-based method</i>	1. Menjelaskan Definisi BEP 2. Menjelaskan Fixed Cost 3. Menjelaskan Variable Cost 4. Menjelaskan Menghitung BEP; [3.]	5
15	SUBCPMK15. mahasiswa mampu menjelaskan Produktivitas dan faktor-faktor yang mempengaruhi Produktivitas	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Definisi Produktivitas 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas 3. Rasio Produktivitas dan Peningkatan produktivitas	<i>Kriteria :</i> rubrik <i>Bentuk :</i> presentasi individu dan sikap	1. brainstorming 2. discussion <i>Case-based method</i>	1. Menjelaskan Definisi Produktivitas 2. Menjelaskan Faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas 3. Menjelaskan Rasio Produktivitas dan Peningkatan produktivitas; [2,3,]	5
16	UAS / Evaluasi Akhir Semester: melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa					