

## **RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

### **MATA KULIAH MANAJEMEN MEREK DAN PENJUALAN**

Kode FEB24029

Tim Pengajar:

(diisi nama dosen pengampu)



**PROGRAM STUDI SARJANA KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2028/2029**



**UNIVERSITA  
S  
MUHAMMA  
DIYAH  
METRO  
FAKULTAS  
EKONOMI  
DAN BISNIS  
PROGRAM  
STUDI  
SARJANA  
KEWIRAUSAHA  
AN**

**RENCANA PEMBELAJARAN  
SEMESTER**

| MATA KULIAH (MK)                    | KODE                                                  | RUMPUN MK                                                                                                                                                                                                      | BOBOT (SKS)                            | SEMESTER | TANGGAL<br>PENYUSUNAN |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|----------|-----------------------|
| Manajemen<br>Merek dan<br>Penjualan | FEB24029                                              | Mata Kuliah Wajib,<br>Kelompok Program<br>Studi                                                                                                                                                                | T = 3   P = 0                          | 5        | 10 Agustus 2026       |
| OTORISASI DAN<br>PENGESAHAN         | Dosen<br>Pengembang RPS                               | Koordinator MK                                                                                                                                                                                                 | Ka. PRODI                              |          |                       |
|                                     |                                                       |                                                                                                                                                                                                                |                                        |          |                       |
|                                     | (diisi nama dosen<br>pengampu)                        | (diisi nama dosen<br>pengampu)                                                                                                                                                                                 | Ardiansyah<br>Japlani, S.E.,<br>M.B.A. |          |                       |
| Capaian<br>Pembelajaran             | CPL Program Studi yang Dibebankan<br>pada Mata Kuliah |                                                                                                                                                                                                                |                                        |          |                       |
|                                     | P2                                                    | Pengetahuan.<br>Menguasai konsep<br>dan metode<br>identifikasi<br>peluang,<br>kreativitas, inovasi,<br>serta penyusunan<br>model dan<br>rencana bisnis<br>yang layak secara<br>teknis, pasar, dan<br>keuangan. |                                        |          |                       |
|                                     | KK1                                                   | Keterampilan<br>Khusus. Mampu<br>merancang dan<br>menyusun rencana<br>bisnis yang layak<br>berdasarkan studi<br>kelayakan dan riset<br>pasar.                                                                  |                                        |          |                       |
|                                     | Capaian Pembelajaran Mata Kuliah<br>(CPMK)            |                                                                                                                                                                                                                |                                        |          |                       |
|                                     | CPMK1                                                 | Mampu<br>menjelaskan<br>konsep merek,<br>ekuitas merek, dan<br>jati diri merek.                                                                                                                                |                                        |          |                       |

|  |                                                        |                                                                                                      |
|--|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                                                        | [diturunkan dari P2]                                                                                 |
|  | <b>CPMK2</b>                                           | Mampu menjelaskan pengelolaan merek melalui perluasan, kemitraan, dan waralaba. [diturunkan dari P2] |
|  | <b>CPMK3</b>                                           | Mampu merancang komunikasi merek dan cerita merek berdasarkan riset pasar. [diturunkan dari KK1]     |
|  | <b>CPMK4</b>                                           | Mampu merancang dan mengelola kegiatan penjualan secara terukur. [diturunkan dari KK1]               |
|  | <b>Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)</b> |                                                                                                      |
|  | <b>Sub-CPMK1</b>                                       | Mampu menjelaskan pengertian, fungsi, dan jenis merek [CPMK1]                                        |
|  | <b>Sub-CPMK2</b>                                       | Mampu menjelaskan ekuitas merek dan unsur pembentuknya [CPMK1]                                       |
|  | <b>Sub-CPMK3</b>                                       | Mampu merumuskan jati diri dan nilai merek [CPMK1]                                                   |
|  | <b>Sub-CPMK4</b>                                       | Mampu menjelaskan pemosisian dan peremajaan merek [CPMK2]                                            |
|  | <b>Sub-CPMK5</b>                                       | Mampu menjelaskan perluasan merek dan kemitraan merek [CPMK2]                                        |
|  | <b>Sub-CPMK6</b>                                       | Mampu menjelaskan pengembangan merek melalui waralaba [CPMK2]                                        |
|  | <b>Sub-CPMK7</b>                                       | Mampu menjelaskan pendaftaran dan perlindungan merek [CPMK2]                                         |

|  |                                   |                                                                                |
|--|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
|  | <b>Sub-CPMK8</b>                  | Mampu merancang unsur visual dan cerita merek [CPMK3]                          |
|  | <b>Sub-CPMK9</b>                  | Mampu merancang komunikasi merek lintas saluran [CPMK3]                        |
|  | <b>Sub-CPMK10</b>                 | Mampu menjelaskan proses penjualan perorangan [CPMK4]                          |
|  | <b>Sub-CPMK11</b>                 | Mampu menerapkan teknik pendekatan, penyajian, dan penutupan penjualan [CPMK4] |
|  | <b>Sub-CPMK12</b>                 | Mampu menyusun perencanaan wilayah dan sasaran penjualan [CPMK4]               |
|  | <b>Sub-CPMK13</b>                 | Mampu menjelaskan perekrutan, pelatihan, dan pengupahan tenaga penjual [CPMK4] |
|  | <b>Sub-CPMK14</b>                 | Mampu mengukur dan menyajikan kinerja merek dan penjualan [CPMK4]              |
|  | <b>Korelasi CPMK terhadap CPL</b> |                                                                                |

|            | <b>CPMK1</b> | <b>CPMK2</b> | <b>CPMK3</b> | <b>CPMK4</b> |
|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>P2</b>  | <b>V</b>     | <b>V</b>     |              |              |
| <b>KK1</b> |              |              | <b>V</b>     | <b>V</b>     |

|                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Deskripsi Singkat Mata Kuliah</b>        | Mata kuliah ini membahas pembangunan merek dan pengelolaan kegiatan penjualan. Bagian pertama membahas jati diri merek, ekuitas merek, pemosisian, dan komunikasi merek. Bagian kedua membahas proses penjualan perorangan, pengelolaan wilayah dan tenaga penjual, sampai pengukuran kinerja penjualan. Mata kuliah ini juga menampung materi waralaba yang sebelumnya berdiri sendiri, sehingga pembahasan mencakup pengembangan merek melalui kemitraan. |
| <b>Bahan Kajian dan Materi Pembelajaran</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengertian, fungsi, dan jenis merek</li> <li>2. Ekuitas merek dan unsur pembentuknya</li> <li>3. Jati diri dan nilai merek</li> <li>4. Pemosisian dan peremajaan merek</li> <li>5. Perluasan merek dan kemitraan merek</li> </ol>                                                                                                                                                                                 |

|                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                              | 6. Pengembangan merek melalui waralaba<br>7. Pendaftaran dan perlindungan merek<br>8. Unsur visual dan cerita merek<br>9. Komunikasi merek lintas saluran<br>10. Proses penjualan perorangan<br>11. Teknik pendekatan, penyajian, dan penutupan penjualan<br>12. Perencanaan wilayah dan sasaran penjualan<br>13. Perekrutan, pelatihan, dan pengupahan tenaga penjual<br>14. Pengukuran kinerja merek dan penjualan                                                                                                                             |
| <b>Pustaka Utama</b>         | 1. Tim Pengampu, 2026, Modul Manajemen Merek dan Penjualan, Metro: Program Studi Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Metro, <a href="https://spada.ummetro.ac.id">https://spada.ummetro.ac.id</a><br>2. Keller, K. L. dan Swaminathan, V., 2020, Strategic Brand Management, Harlow: Pearson<br>3. Aaker, D. A., 2018, Building Strong Brands, New York: Free Press<br>4. Johnston, M. W. dan Marshall, G. W., 2021, Sales Force Management, New York: Routledge<br>5. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis |
| <b>Pustaka Pendukung</b>     | 1. Al Quran dan terjemahannya<br>2. Hadis Arbain Nawawi<br>3. Handout dan lembar kerja mata kuliah                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Dosen Pengampu</b>        | 1. (diisi nama dosen pengampu)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Mata Kuliah Prasyarat</b> | Manajemen Pemasaran Bisnis (FEB24007)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

## RENCANA PEMBELAJARAN MINGGUAN

| Mg Ke- | Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)                          | Indikator Penilaian                                       | Kriteria dan Teknik Penilaian                                                              | Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, dan Penugasan Mahasiswa                                                                                                                                              | Materi Pembelajaran                                                                                                                                                                                                 | Bobot Penilaian (%) |
|--------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| (1)    | (2)                                                                      | (3)                                                       | (4)                                                                                        | (5)                                                                                                                                                                                                            | (6)                                                                                                                                                                                                                 | (7)                 |
| 1      | <b>Sub-CPMK1:</b> Mampu menjelaskan pengertian, fungsi, dan jenis merek  | Ketepatan menjelaskan fungsi merek                        | Kriteria: Ketepatan penjelasan lisan<br>Teknik: Non-test: aktivitas menceritakan kembali   | Kuliah dan diskusi. Metode luring. Penugasan: mengunduh Rencana Pembelajaran Semester dan modul pada SPADA, mengisi presensi. Elearning: <a href="https://spada.ummetro.ac.id">https://spada.ummetro.ac.id</a> | Kontrak perkuliahan dan Rencana Pembelajaran Semester. Pengertian merek. Fungsi merek bagi penjual dan pembeli. Jenis merek dagang dan merek jasa<br><b>Integrasi Profetik:</b> <i>Shiddiq   QS Al Qalam ayat 4</i> | 1                   |
| 2      | <b>Sub-CPMK2:</b> Mampu menjelaskan ekuitas merek dan unsur pembentuknya | Ketepatan menjelaskan ekuitas merek                       | Kriteria: Ketepatan penyelesaian latihan<br>Teknik: Non-test: latihan terbimbing           | Kuliah dan latihan. Metode luring dan daring asinkron. Penugasan: mengerjakan lembar kerja, membentuk kelompok proyek. Elearning: <a href="https://spada.ummetro.ac.id">https://spada.ummetro.ac.id</a>        | Pengertian ekuitas merek. Kesadaran merek. Asosiasi merek. Mutu yang dipersepsikan. Kesetiaan merek<br><b>Integrasi Profetik:</b> <i>Tabligh   QS At Taubah ayat 105</i>                                            | 1                   |
| 3      | <b>Sub-CPMK3:</b> Mampu merumuskan jati diri dan nilai merek             | Ketepatan merumuskan jati diri merek                      | Kriteria: Ketepatan penerapan konsep<br>Teknik: Non-test: praktik penyelesaian kasus       | Kuliah dan studi kasus. Metode luring dan daring asinkron. Penugasan: menyelesaikan kasus usaha mikro. Elearning: <a href="https://spada.ummetro.ac.id">https://spada.ummetro.ac.id</a>                        | Jati diri merek. Nilai inti merek. Kepribadian merek. Janji merek. Penyusunan pernyataan jati diri<br><b>Integrasi Profetik:</b> <i>Shiddiq   QS At Taubah ayat 119</i>                                             | 2                   |
| 4      | <b>Sub-CPMK4:</b> Mampu menjelaskan pemosisian dan peremajaan merek      | Ketepatan menjelaskan pemosisian dan peremajaan merek     | Kriteria: Pedoman penskoran kuis, satu soal benar bernilai sepuluh<br>Teknik: Test: Kuis 1 | Kuliah dan diskusi. Metode luring. Penugasan: mengerjakan Kuis 1 pada SPADA. Elearning: <a href="https://spada.ummetro.ac.id">https://spada.ummetro.ac.id</a>                                                  | Pemosisian merek. Peta persepsi. Tanda merek menua. Peremajaan merek. Perubahan wajah merek<br><b>Integrasi Profetik:</b> <i>Fathonah   QS Ar Ra'd ayat 11</i>                                                      | 4                   |
| 5      | <b>Sub-CPMK5:</b> Mampu menjelaskan perluasan merek dan kemitraan merek  | Ketepatan menjelaskan perluasan dan kemitraan merek       | Kriteria: Kelengkapan dan kejelasan hasil kerja<br>Teknik: Non-test: Tugas 1 perorangan    | Kuliah dan latihan. Metode luring. Penugasan: mengerjakan Tugas 1 perorangan. Elearning: <a href="https://spada.ummetro.ac.id">https://spada.ummetro.ac.id</a>                                                 | Perluasan lini dan perluasan kategori. Merek bersama. Lisensi merek. Risiko perluasan merek<br><b>Integrasi Profetik:</b> <i>Amanah   QS Al Maidah ayat 2</i>                                                       | 4                   |
| 6      | <b>Sub-CPMK6:</b> Mampu menjelaskan pengembangan merek melalui waralaba  | Ketepatan menjelaskan pengembangan merek melalui waralaba | Kriteria: Ketepatan langkah dan hasil<br>Teknik: Non-test: latihan terbimbing              | Kuliah dan latihan. Metode pembelajaran bauran. Penugasan: menyusun kerangka proposal proyek kelompok. Elearning: <a href="https://spada.ummetro.ac.id">https://spada.ummetro.ac.id</a>                        | Pengertian waralaba. Hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba. Prospektus penawaran waralaba. Perjanjian waralaba. Waralaba usaha lokal<br><b>Integrasi Profetik:</b> <i>Amanah   QS Shad ayat 24</i>        | 2                   |

|    |                                                                                                                          |                                                       |                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                  |    |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 7  | <b>Sub-CPMK7:</b> Mampu menjelaskan pendaftaran dan perlindungan merek                                                   | Ketepatan menjelaskan pendaftaran merek               | Kriteria: Rubrik penilaian proposal proyek<br>Teknik: Non-test: penilaian proposal proyek kelompok               | Kuliah dan pembelajaran berbasis proyek. Metode pembelajaran bauran. Penugasan: mengumpulkan proposal proyek kelompok. Elearning: <a href="https://spada.ummetro.ac.id">https://spada.ummetro.ac.id</a> | Syarat merek yang dapat didaftarkan. Merek yang ditolak. Tata cara pendaftaran. Jangka waktu perlindungan. Sengketa merek<br><b>Integrasi Profetik: Amanah / QS An Nisa ayat 58</b>              | 11 |
| 8  | <b>Ujian Tengah Semester: melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi, dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya</b> |                                                       |                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                  | 15 |
| 9  | <b>Sub-CPMK8:</b> Mampu merancang unsur visual dan cerita merek                                                          | Kelengkapan rancangan unsur visual dan cerita merek   | Kriteria: Ketepatan penjelasan dan penerapan<br>Teknik: Non-test: latihan terbimbing                             | Kuliah dan latihan. Metode daring asinkron. Penugasan: menyimak video pembelajaran dan mengerjakan lembar kerja. Elearning: <a href="https://spada.ummetro.ac.id">https://spada.ummetro.ac.id</a>       | Nama, logo, warna, dan tipografi. Kemasan sebagai penanda merek. Penyusunan cerita merek. Kaitan cerita dengan kearifan lokal<br><b>Integrasi Profetik: Tabligh / QS Quraisy ayat 1 sampai 4</b> | 2  |
| 10 | <b>Sub-CPMK9:</b> Mampu merancang komunikasi merek lintas saluran                                                        | Ketepatan merancang komunikasi merek                  | Kriteria: Ketepatan analisis<br>Teknik: Non-test: praktik penyelesaian kasus                                     | Kuliah dan studi kasus. Metode daring asinkron. Penugasan: pengumpulan data untuk proyek kelompok. Elearning: <a href="https://spada.ummetro.ac.id">https://spada.ummetro.ac.id</a>                     | Keselaran pesan lintas saluran. Komunikasi merek melalui media sosial. Kerja sama dengan pemengaruh. Pengelolaan krisis merek<br><b>Integrasi Profetik: Tabligh / QS An Nahl ayat 125</b>        | 2  |
| 11 | <b>Sub-CPMK10:</b> Mampu menjelaskan proses penjualan perorangan                                                         | Ketepatan menjelaskan proses penjualan perorangan     | Kriteria: Pedoman penskoran kuis, satu soal benar bernilai sepuluh<br>Teknik: Test: Kuis 2                       | Kuliah dan latihan. Metode luring. Penugasan: mengerjakan Kuis 2 pada SPADA. Elearning: <a href="https://spada.ummetro.ac.id">https://spada.ummetro.ac.id</a>                                           | Tahapan penjualan perorangan. Pencarian calon pembeli. Pendekatan awal. Penggalan kebutuhan<br><b>Integrasi Profetik: Shiddiq / QS An Nisa ayat 29</b>                                           | 3  |
| 12 | <b>Sub-CPMK11:</b> Mampu menerapkan teknik pendekatan, penyajian, dan penutupan penjualan                                | Ketepatan menerapkan teknik penjualan                 | Kriteria: Kelengkapan dan kejelasan hasil kerja<br>Teknik: Non-test: Tugas 2 perorangan                          | Kuliah dan latihan. Metode luring. Penugasan: mengerjakan Tugas 2 perorangan. Elearning: <a href="https://spada.ummetro.ac.id">https://spada.ummetro.ac.id</a>                                          | Penyajian dan peragaan produk. Penanganan keberatan. Teknik penutupan penjualan. Tindak lanjut pascapenjualan<br><b>Integrasi Profetik: Shiddiq / QS Al Muthaffifin ayat 1 sampai 3</b>          | 3  |
| 13 | <b>Sub-CPMK12:</b> Mampu menyusun perencanaan wilayah dan sasaran penjualan                                              | Kelengkapan perencanaan wilayah dan sasaran penjualan | Kriteria: Rubrik penilaian pengolahan data proyek<br>Teknik: Non-test: penilaian pengolahan data proyek kelompok | Pembelajaran berbasis proyek. Metode luring. Penugasan: mengumpulkan hasil pengolahan data proyek kelompok. Elearning: <a href="https://spada.ummetro.ac.id">https://spada.ummetro.ac.id</a>            | Pembagian wilayah penjualan. Penetapan sasaran penjualan. Peramalan penjualan. Rute kunjungan<br><b>Integrasi Profetik: Fathonah / QS Al Hasyr ayat 18</b>                                       | 11 |
| 14 | <b>Sub-CPMK13:</b> Mampu menjelaskan perekrutan, pelatihan, dan pengupahan tenaga penjual                                | Ketepatan menjelaskan pengelolaan tenaga penjual      | Kriteria: Ketepatan penjelasan<br>Teknik: Non-test: latihan terbimbing                                           | Kuliah dan diskusi. Metode luring. Penugasan: menyiapkan bahan presentasi proyek kelompok. Elearning: <a href="https://spada.ummetro.ac.id">https://spada.ummetro.ac.id</a>                             | Perekrutan tenaga penjual. Pelatihan penjualan. Sistem pengupahan dan komisi. Motivasi tenaga penjual<br><b>Integrasi Profetik: Amanah / QS Al Qashash ayat 26</b>                               | 2  |

|                        |                                                                                             |                                           |                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                           |     |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 15                     | Sub-CPMK14: Mampu mengukur dan menyajikan kinerja merek dan penjualan                       | Ketepatan mengukur dan menyajikan kinerja | Kriteria: Rubrik penilaian presentasi proyek<br>Teknik: Non-test: penilaian presentasi proyek kelompok | Seminar kelas dan pembelajaran berbasis proyek. Metode luring. Penugasan: mempresentasikan laporan proyek kelompok. Elearning: <a href="https://spada.ummetro.ac.id">https://spada.ummetro.ac.id</a> | Indikator kinerja merek. Indikator kinerja penjualan. Analisis penyimpangan penjualan. Teknik penyajian<br><b>Integrasi Profetik:</b> <i>Fathonah / QS Al Mulk ayat 2</i> | 12  |
| 16                     | Ujian Akhir Semester: melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa |                                           |                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                           | 25  |
| JUMLAH BOBOT PENILAIAN |                                                                                             |                                           |                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                           | 100 |

Catatan: perangkat lunak yang digunakan adalah peramban untuk mengakses bahan ajar pada SPADA serta perangkat lunak presentasi.

## PETA INTEGRASI NILAI PROFETIK

Mata kuliah ini mengintegrasikan empat nilai profetik ke dalam setiap pekan pembelajaran sebagai wujud pelaksanaan Catur Dharma Universitas Muhammadiyah Metro dan motto Kampus Profetik Profesional. Integrasi dilakukan pada tataran materi, bukan sebagai tambahan yang terpisah dari pokok bahasan.

| Nilai Profetik  | Makna                                                                                                      | Pekan Penerapan |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| <b>Shiddiq</b>  | Jujur dan benar. Menyajikan keadaan apa adanya sesuai kenyataan.                                           | 1, 3, 11, 12    |
| <b>Amanah</b>   | Dapat dipercaya. Menjaga titipan, kewajiban, dan hak pihak lain.                                           | 5, 6, 7, 14     |
| <b>Fathonah</b> | Cerdas dan cermat. Menggunakan penalaran yang tepat untuk memahami persoalan dan mengambil kesimpulan.     | 4, 13, 15       |
| <b>Tabligh</b>  | Menyampaikan. Mengomunikasikan gagasan dan hasil secara terbuka serta mudah dipahami pemangku kepentingan. | 2, 9, 10        |

| Pekan | Nilai Profetik | Dasar Al Quran        | Teks Ayat                                                                                                                | Terjemah Ringkas                                                                                                                                                | Relevansi terhadap Materi                                                                                                            |
|-------|----------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Shiddiq        | QS Al Qalam ayat 4    | وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ                                                                                        | Sesungguhnya engkau benar-benar berbudi pekerti yang agung.                                                                                                     | Pujian atas budi pekerti yang agung menunjukkan bahwa nama baik terbentuk dari perilaku, dan itulah hakikat merek yang sesungguhnya. |
| 2     | Tabligh        | QS At Taubah ayat 105 | وَقُلْ اْعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ                                              | Katakanlah, bekerjalah kamu, maka Allah, Rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu.                                                            | Penegasan bahwa pekerjaan akan dilihat menunjukkan bahwa reputasi merek terbangun dari amal nyata, bukan dari pengakuan sepihak.     |
| 3     | Shiddiq        | QS At Taubah ayat 119 | يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ                                             | Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.                                                     | Perintah bersama orang-orang yang benar menuntut janji merek yang benar benar sanggup dipenuhi usaha.                                |
| 4     | Fathonah       | QS Ar Ra'd ayat 11    | إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ                                           | Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.                                        | Penegasan bahwa keadaan berubah bila diusahakan sendiri mendorong peremajaan merek ketika pasar bergeser.                            |
| 5     | Amanah         | QS Al Maidah ayat 2   | وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ                              | Tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan.                                    | Perintah tolong-menolong dalam kebajikan adalah asas kemitraan merek yang saling menguatkan, bukan saling memanfaatkan.              |
| 6     | Amanah         | QS Shad ayat 24       | وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ | Sesungguhnya kebanyakan orang yang bersekat itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh. | Peringatan bahwa kebanyakan orang yang bersekat saling menzalimi menjadi alasan pentingnya perjanjian waralaba yang berimbang.       |

|    |          |                                   |                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                  |
|----|----------|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7  | Amanah   | QS An Nisa ayat 58                | إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا<br>الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا                                                                                           | Sesungguhnya Allah menyuruh<br>kamu menyampaikan amanat<br>kepada yang berhak menerimanya.                                                                                                                                                                                                        | Perintah menyampaikan amanat<br>kepada yang berhak adalah dasar<br>penghormatan terhadap merek<br>milik pihak lain.                                                              |
| 9  | Tabligh  | QS Quraisy ayat 1 sampai 4        | لِإِيلَافِ قُرَيْشٍ ۝<br>رِحْلَةَ الشِّتَاءِ وَالصَّيْفِ ۝<br>فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ ۝<br>الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِّنْ جُوعٍ<br>وَأَمَنَهُمْ مِّنْ خَوْفٍ | Karena kebiasaan orang Quraisy,<br>yaitu kebiasaan mereka bepergian<br>pada musim dingin dan musim<br>panas, maka hendaklah mereka<br>menyembah Tuhan pemilik rumah<br>ini, yang telah memberi makanan<br>kepada mereka untuk<br>menghilangkan lapar dan<br>mengamankan mereka dari<br>ketakutan. | Kisah kebiasaan berdagang kaum<br>Quraisy pada musim dingin dan<br>musim panas menunjukkan bahwa<br>cerita yang melekat pada suatu<br>kaum menjadi penanda yang<br>dikenal luas. |
| 10 | Tabligh  | QS An Nahl ayat 125               | ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ<br>وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ<br>بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ                                                    | Serulah kepada jalan Tuhanmu<br>dengan hikmah dan pelajaran yang<br>baik, dan bantahlah mereka<br>dengan cara yang lebih baik.                                                                                                                                                                    | Perintah menyeru dengan hikmah<br>dan pelajaran yang baik adalah<br>kaidah penyampaian pesan merek<br>yang tidak berlebihan.                                                     |
| 11 | Shiddiq  | QS An Nisa ayat 29                | لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم<br>بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً<br>عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ                                                         | Janganlah kamu memakan harta<br>sesamamu dengan jalan yang batil,<br>kecuali dengan jalan perniagaan<br>yang berlaku atas dasar suka sama<br>suka.                                                                                                                                                | Perniagaan atas dasar suka sama<br>suka menuntut penjualan yang<br>berangkat dari kebutuhan pembeli,<br>bukan dari desakan penjual.                                              |
| 12 | Shiddiq  | QS Al Muthaffifin ayat 1 sampai 3 | وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝<br>اِئْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝<br>وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ<br>يُخْسِرُونَ                                        | Celakalah bagi orang yang curang,<br>yaitu yang apabila menerima<br>takaran minta dipenuhi, tetapi<br>apabila menakar untuk orang lain<br>mengurangnya.                                                                                                                                           | Ancaman bagi pelaku kecurangan<br>takaran melarang teknik penjualan<br>yang menutupi kekurangan barang.                                                                          |
| 13 | Fathonah | QS Al Hasyr ayat 18               | يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ<br>وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِإِعْدٍ                                                                        | Wahai orang-orang yang beriman,<br>bertakwalah kepada Allah dan<br>hendaklah setiap diri<br>memperhatikan apa yang telah<br>diperbuatnya untuk hari esok.                                                                                                                                         | Perintah memperhatikan bekal hari<br>esok menuntut perencanaan<br>penjualan yang terukur sebelum<br>tenaga penjual diterjunkan.                                                  |
| 14 | Amanah   | QS Al Qashash ayat 26             | إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ<br>الْأَمِينُ                                                                                                              | Sesungguhnya orang yang paling<br>baik untuk kamu pekerjaan adalah<br>orang yang kuat lagi dapat<br>dipercaya.                                                                                                                                                                                    | Penegasan bahwa orang terbaik<br>untuk dipekerjakan adalah yang<br>kuat lagi dapat dipercaya berlaku<br>pula dalam memilih tenaga<br>penjual.                                    |
| 15 | Fathonah | QS Al Mulk ayat 2                 | الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ<br>لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا                                                                                    | Dialah yang menjadikan mati dan<br>hidup untuk menguji kamu, siapa<br>di antara kamu yang paling baik<br>amalannya.                                                                                                                                                                               | Penciptaan hidup dan mati untuk<br>menguji siapa yang terbaik<br>amalannya adalah dasar pengukuran<br>kinerja yang menilai mutu, bukan<br>sekadar jumlah.                        |



### KRITERIA PENILAIAN

| Komponen               | Bobot (%)  | Uraian                                                                                                                                                                                                |
|------------------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Aktivitas partisipatif | 20         | Keikutsertaan mahasiswa dalam perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian pembelajaran, meliputi kehadiran pada SPADA dan di kelas, keaktifan menjawab pertanyaan, serta keterlibatan dalam forum diskusi |
| Hasil proyek           | 30         | Luaran kelompok berupa proposal pada pekan ketujuh, pengolahan data pada pekan ketiga belas, dan presentasi laporan pada pekan kelima belas, masing-masing berbobot sepuluh persen                    |
| Kuis                   | 5          | Dua kali kuis daring pada SPADA, yaitu Kuis 1 pada pekan keempat berbobot tiga persen dan Kuis 2 pada pekan kesebelas berbobot dua persen                                                             |
| Tugas                  | 5          | Dua tugas perorangan, yaitu Tugas 1 pada pekan kelima berbobot tiga persen dan Tugas 2 pada pekan kedua belas berbobot dua persen                                                                     |
| Ujian Tengah Semester  | 15         | Menguji penguasaan materi pekan pertama sampai pekan ketujuh                                                                                                                                          |
| Ujian Akhir Semester   | 25         | Menguji penguasaan materi satu semester dengan penekanan pada pekan kesembilan sampai pekan kelima belas                                                                                              |
| <b>JUMLAH</b>          | <b>100</b> |                                                                                                                                                                                                       |

Skor total hasil penilaian dikonversi menjadi huruf mutu berdasarkan Panduan Akademik Universitas Muhammadiyah Metro.

### NORMA HURUF MUTU

| Huruf Mutu | Ketentuan                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>A</b>   | Kehadiran paling sedikit 90 persen, mengumpulkan tugas perorangan dan kelompok paling lambat satu minggu sebelum batas waktu, menyajikan presentasi kelompok dengan media yang mendukung substansi, mengikuti seluruh ujian, dan memperoleh nilai dalam norma yang ditetapkan |
| <b>A-</b>  | Kehadiran paling sedikit 80 persen, mengumpulkan tugas tiga hari sebelum batas waktu, menyajikan presentasi kelompok dengan media presentasi, dan mengikuti seluruh ujian                                                                                                     |
| <b>B+</b>  | Kehadiran paling sedikit 80 persen, mengumpulkan tugas satu hari sebelum batas waktu, menyajikan presentasi kelompok, dan mengikuti seluruh ujian                                                                                                                             |
| <b>B</b>   | Kehadiran paling sedikit 80 persen, mengumpulkan tugas tepat waktu, menyajikan presentasi kelompok, dan mengikuti seluruh ujian                                                                                                                                               |
| <b>B-</b>  | Kehadiran kurang dari 70 persen, mengumpulkan tugas perorangan terlambat tiga hari, mengumpulkan tugas kelompok tepat waktu, dan mengikuti seluruh ujian                                                                                                                      |
| <b>C</b>   | Kehadiran kurang dari 60 persen, mengumpulkan tugas perorangan terlambat tiga hari, melakukan presentasi kelompok secara manual, dan mengikuti seluruh ujian                                                                                                                  |

|           |                                                                                                                                                                                                            |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>C-</b> | Kehadiran kurang dari 60 persen, mengumpulkan tugas perorangan terlambat sepuluh hari, mengumpulkan tugas kelompok terlambat satu minggu, tidak mengikuti presentasi kelompok, dan mengikuti seluruh ujian |
| <b>D</b>  | Kehadiran kurang dari 60 persen, mengumpulkan tugas perorangan terlambat sepuluh hari, mengumpulkan tugas kelompok terlambat satu minggu, tidak mengikuti presentasi kelompok, dan mengikuti seluruh ujian |
| <b>E</b>  | Kehadiran kurang dari 50 persen, mengumpulkan tugas perorangan terlambat lima belas hari, tidak mengikuti presentasi kelompok, dan mengikuti seluruh ujian                                                 |

## **KONTRAK KULIAH**

### **MATA KULIAH MANAJEMEN MEREK DAN PENJUALAN**

Kode FEB24029

Tim Pengajar:

(diisi nama dosen pengampu)



**PROGRAM STUDI SARJANA KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2028/2029**

| KONTRAK PERKULIAHAN       |                                                   |
|---------------------------|---------------------------------------------------|
| Nama dan Kode Mata Kuliah | Manajemen Merek dan Penjualan (FEB24029)          |
| Dosen Pengampu            | (diisi nama dosen pengampu)                       |
| Semester dan Bobot        | Semester 5 / 3 sks                                |
| Hari dan Pukul Pertemuan  | (diisi hari dan pukul)                            |
| Tempat Pertemuan          | (diisi ruang kuliah) dan Kelas Virtual pada SPADA |

| MANFAAT MATA KULIAH                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Setelah menempuh mata kuliah ini mahasiswa mampu membangun merek usahanya, menyusun cerita merek yang meyakinkan, dan mengelola kegiatan penjualan secara terukur. |

| DESKRIPSI MATA KULIAH                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mata kuliah ini membahas pembangunan merek dan pengelolaan kegiatan penjualan. Bagian pertama membahas jati diri merek, ekuitas merek, pemosisian, dan komunikasi merek. Bagian kedua membahas proses penjualan perorangan, pengelolaan wilayah dan tenaga penjual, sampai pengukuran kinerja penjualan. Mata kuliah ini juga menampung materi waralaba yang sebelumnya berdiri sendiri, sehingga pembahasan mencakup pengembangan merek melalui kemitraan. |

| CAPAIAN PEMBELAJARAN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Capaian Pembelajaran Lulusan yang dibebankan: P2, KK1<br>CPMK1: Mampu menjelaskan konsep merek, ekuitas merek, dan jati diri merek.<br>CPMK2: Mampu menjelaskan pengelolaan merek melalui perluasan, kemitraan, dan waralaba.<br>CPMK3: Mampu merancang komunikasi merek dan cerita merek berdasarkan riset pasar.<br>CPMK4: Mampu merancang dan mengelola kegiatan penjualan secara terukur. |

| STRATEGI PERKULIAHAN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelajaran berbasis proyek, yaitu kelompok mahasiswa menyusun proposal, mengolah data usaha nyata, dan mempresentasikan laporannya</li> <li>2. Pembelajaran berbasis masalah melalui kasus usaha rintisan dan usaha mikro, kecil, dan menengah</li> <li>3. Penugasan perorangan berupa latihan terbimbing dan penyelesaian kasus</li> <li>4. Diskusi kelompok dan forum daring pada SPADA</li> <li>5. Ujian Tengah Semester dan Ujian Akhir Semester</li> </ol> |

| JADWAL PERKULIAHAN |           |                                                                                                                                                   |           |
|--------------------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Pertemuan          | Sub-CPMK  | Pokok Bahasan                                                                                                                                     | Bobot (%) |
| 1                  | Sub-CPMK1 | Kontrak perkuliahan dan Rencana Pembelajaran Semester. Pengertian merek. Fungsi merek bagi penjual dan pembeli. Jenis merek dagang dan merek jasa | 1         |
| 2                  | Sub-CPMK2 | Pengertian ekuitas merek. Kesadaran merek. Asosiasi merek. Mutu yang dipersepsikan. Kesetiaan merek                                               | 1         |
| 3                  | Sub-CPMK3 | Jati diri merek. Nilai inti merek. Kepribadian merek. Janji merek. Penyusunan pernyataan jati diri                                                | 2         |
| 4                  | Sub-CPMK4 | Pemosisian merek. Peta persepsi. Tanda merek                                                                                                      | 4         |

|    |                              |                                                                                                                                                |    |
|----|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|    |                              | menua. Peremajaan merek.<br>Perubahan wajah merek                                                                                              |    |
| 5  | Sub-CPMK5                    | Perluasan lini dan perluasan kategori. Merek bersama. Lisensi merek. Risiko perluasan merek                                                    | 4  |
| 6  | Sub-CPMK6                    | Pengertian waralaba. Hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba. Prospektus penawaran waralaba. Perjanjian waralaba. Waralaba usaha lokal | 2  |
| 7  | Sub-CPMK7                    | Syarat merek yang dapat didaftarkan. Merek yang ditolak. Tata cara pendaftaran. Jangka waktu perlindungan. Sengketa merek                      | 11 |
| 8  | <b>Ujian Tengah Semester</b> |                                                                                                                                                | 15 |
| 9  | Sub-CPMK8                    | Nama, logo, warna, dan tipografi. Kemasan sebagai penanda merek. Penyusunan cerita merek. Kaitan cerita dengan kearifan lokal                  | 2  |
| 10 | Sub-CPMK9                    | Keselarasan pesan lintas saluran. Komunikasi merek melalui media sosial. Kerja sama dengan pemengaruh. Pengelolaan krisis merek                | 2  |
| 11 | Sub-CPMK10                   | Tahapan penjualan perorangan. Pencarian calon pembeli. Pendekatan awal. Penggalan kebutuhan                                                    | 3  |
| 12 | Sub-CPMK11                   | Penyajian dan peragaan produk. Penanganan keberatan. Teknik penutupan penjualan. Tindak lanjut pascapenjualan                                  | 3  |
| 13 | Sub-CPMK12                   | Pembagian wilayah penjualan. Penetapan sasaran penjualan. Peramalan penjualan. Rute kunjungan                                                  | 11 |
| 14 | Sub-CPMK13                   | Perekrutan tenaga penjual. Pelatihan penjualan. Sistem pengupahan dan komisi. Motivasi tenaga penjual                                          | 2  |
| 15 | Sub-CPMK14                   | Indikator kinerja merek. Indikator kinerja penjualan. Analisis penyimpangan penjualan. Teknik penyajian                                        | 12 |
| 16 | <b>Ujian Akhir Semester</b>  |                                                                                                                                                | 25 |

| <b>TUGAS DAN KUIS</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 1. Tugas 1 pada pertemuan kelima, dikerjakan perorangan<br>2. Tugas 2 pada pertemuan kedua belas, dikerjakan perorangan<br>3. Kuis 1 pada pertemuan keempat, daring melalui SPADA<br>4. Kuis 2 pada pertemuan kesebelas, daring melalui SPADA<br>5. Proyek kelompok: proposal pada pertemuan ketujuh, pengolahan data pada pertemuan ketiga belas, dan presentasi laporan pada pertemuan kelima belas |  |

| KRITERIA PENILAIAN     |            |
|------------------------|------------|
| Komponen               | Bobot (%)  |
| Aktivitas partisipatif | 20         |
| Hasil proyek           | 30         |
| Kuis                   | 5          |
| Tugas                  | 5          |
| Ujian Tengah Semester  | 15         |
| Ujian Akhir Semester   | 25         |
| <b>JUMLAH</b>          | <b>100</b> |

Kontrak kuliah ini disepakati bersama pada awal perkuliahan dan mengikat kedua belah pihak selama satu semester berjalan.

Dosen Pengampu,

Perwakilan Mahasiswa,

1. ....

2. ....

**(diisi nama dosen pengampu)**

Divalidasi oleh,

**Ardiansyah Japlani, S.E., M.B.A.**

Ketua Program Studi Sarjana Kewirausahaan