



RENCANA PROGRAM KEGIATAN PERKULIAHAN SEMESTER (RPKPS)

Kode / Nama Mata Kuliah	: E124412/ Customer Relationship Management	Revisi ke	: 4
Satuan Kredit Semester	: 2 SKS	Tgl revisi	: 16 Juli 2015
Jml Jam kuliah dalam seminggu	: 100 menit	Tgl mulai berlaku	: 04 September 2015
		Penyusun	: Rindra Yusianto, S.Kom, MT
Jml Jam kegiatan laboratorium	: 0 Jam	Penanggungjawab Keilmuan	: Rindra Yusianto, S.Kom, MT

Deskripsi Mata kuliah : Membangun sebuah hubungan yang kuat dengan pelanggan menjadi isu sentral bagi organisasi bisnis untuk meningkatkan keunggulan jangka panjang. Hubungan ini perlu dipertahankan untuk mendapatkan konsumen yang loyal.

Standar Kompetensi : Setelah mengikuti mata kuliah Customer Relationship Management (CRM), mahasiswa dapat memahami konsep hubungan antara pelanggan dengan organisasi bisnis, dan dapat merancang serta merumuskan strategi hubungan pelanggan.

Pertemuan ke :	Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Aktifitas Pembelajaran	Rujukan
1	Mahasiswa dapat menjelaskan kompetensi, manfaat dan proses pembelajaran mata kuliah	Mahasiswa dapat menjelaskan Kompetensi, manfaat dan proses pembelajaran mata kuliah Mahasiswa dapat menjelaskan pengertian Customer Relationship Management (CRM) dan ruang lingkup	<u>Pendahuluan</u> 1. Standar Kompetensi 2. Relevansi pembelajaran dengan disiplin Teknik Industri 3. Prinsip dan prosedur perkuliahan\ 4. Penugasan 5. Definisi CRM dan ruang lingkup 6. Gambaran materi yang akan datang	1. Pemaparan materi 2. Tanya Jawab 3. Penugasan mahasiswa untuk mempersiapkan referensi pembelajaran	1,2,3
2	Mahasiswa dapat menjelaskan perubahan sifat pemasaran dan pelayanan pelanggan	Mahasiswa dapat menjelaskan: • evolusi pemasaran • konsep nilai pelanggan • cara menciptakan budaya hubungan	<u>Perubahan paradigma pemasaran</u> 1. Fokus pada pelanggan 2. Sifat-sifat hubungan 3. Konsep nilai pelanggan 4. Budaya hubungan	1. Pemaparan materi 2. Tanya Jawab 3. Mencatat	1, 2



Pertemuan ke :	Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Aktifitas Pembelajaran	Rujukan
3	Mahasiswa dapat memahami manfaat ekonomi membangun hubungan pelanggan	Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan: <ul style="list-style-type: none"> • Ketahanan dan loyalitas • Hubungan emosional dan relasi yang awet dengan pelanggan • Kepuasan dan loyalitas dari pelanggan • Hubungan sebagai aset dan hasil relasi yang solid 	<u>Manfaat ekonomis membangun hubungan pelanggan</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketahanan dan Loyalitas 2. Hubungan emosional 3. Kepuasan dan Loyalitas 4. Hubungan sebagai aset 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Review materi pertemuan sebelumnya 2. Pemaparan materi 3. Tanya Jawab 4. Mencatat 	1,2
4	Mahasiswa dapat menjelaskan makna kepuasan pelanggan	Mahasiswa dapat menjelaskan <ul style="list-style-type: none"> • apa saja kebutuhan, dan harapan pelanggan • cara pelayanan terhadap pelanggan • Hasil kepuasan pelanggan • Faktor situasional dan pemicu kepuasan pelanggan • Strategi meningkatkan kepuasan pelanggan 	<u>Kepuasan pelanggan</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian kepuasan 2. Faktor pemicu kepuasan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Review materi pertemuan sebelumnya 2. Pemamparan materi 3. Tanya Jawab 4. Mencatat 	1,2
5	Mahasiswa dapat menjelaskan makna nilai pelanggan	Mahasiswa dapat menjelaskan definisi nilai pelanggan dan cara menciptakan/menambahkan nilai pelanggan	<u>Nilai pelanggan</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian nilai pelanggan 2. Penciptaan nilai pelanggan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Review materi pertemuan sebelumnya 2. Pemamparan materi 3. Tanya Jawab 4. Mencatat 	1,2
6,7	Mahasiswa dapat menjelaskan makna sifat hubungan	Mahasiswa dapat menjelaskan <ul style="list-style-type: none"> • Makna hubungan dan munculnya orientasi hubungan • Karakteristik hubungan yang kuat dengan pelanggan sejati • Tingkat hubungan dan kontinum transaksi-hubungan • Dampak dari hubungan kedekatan 	<u>Sifat hubungan</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Orientasi hubungan 2. Karakteristik hubungan 3. Tingkat hubungan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Review materi pertemuan sebelumnya 2. Pemamparan materi 3. Tanya Jawab 4. Mencatat 5. Tugas 	1,2



Pertemuan ke :	Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Aktifitas Pembelajaran	Rujukan
UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS)					
8	Mahasiswa dapat merumuskan bagaimana membangun hubungan jangka panjang	Mahasiswa dapat menjelaskan cara mengenali pelanggan dan cara membangun dimensi hubungan Mahasiswa dapat mengatasi permasalahan dalam membangun hubungan	<u>Membangun hubungan jangka panjang</u> 1. Mengenali pelanggan 2. Membangun dimensi hubungan 3. Mengatasi kendala dalam membangun hubungan	1. Review materi pertemuan sebelumnya 2. Pemamparan materi 3. Tanya Jawab 4. Mencatat	1, 2
9	Mahasiswa dapat mengukur kualitas dalam hubungan pelanggan	Mahasiswa dapat memahami dan mengukur: nilai pelanggan, sifat dan kontinum hubungan, performa dimensi hubungan, indeks hubungan pelanggan Mahasiswa dapat memberikan implikasi strategis dan petunjuk bagi manajemen	<u>Mengukur kualitas dalam hubungan pelanggan</u> 1. Memahami nilai pelanggan 2. Sifat hubungan 3. Kontinum hubungan 4. Mengukur hubungan pelanggan 5. Kinerja hubungan pelanggan 6. Indeks hubungan pelanggan 7. Implikasi strategis	1. Review materi pertemuan sebelumnya 2. Pemamparan materi 3. Tanya Jawab 4. Mencatat	1, 2
10	Mahasiswa dapat menyusun strategi hubungan pelanggan	Mahasiswa dapat menjelaskan strategi CRM dan strategi-strategi yang potensial Mahasiswa dapat mencari cara memperoleh dan mengelola data pelanggan	<u>Strategi hubungan pelanggan</u> 1. Pengertian strategi CRM 2. Identifikasi strategi yang potensial 3. Mengelola data pelanggan 4. Cara-cara mendapatkan data pelanggan	1. Review materi pertemuan sebelumnya 2. Pemamparan materi 3. Tanya Jawab 4. Mencatat 5. Diskusi kasus	3
11	Mahasiswa dapat memahami peranan e-commerce	Mahasiswa dapat memahami peranan e-commerce dan media yang tepat untuk menjalin dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan	<u>E-Commerce</u> 1. CRM dengan media internet 2. Memilih media yang tepat	1. Review materi pertemuan sebelumnya 2. Pemamparan materi 3. Tanya Jawab 4. Presentasi 5. Diskusi Kasus 6. Penugasan	3



Pertemuan ke :	Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Aktifitas Pembelajaran	Rujukan
12, 13, 14	Mahasiswa dapat mempresentasikan berbagai hasil studi kasus	Mahasiswa mengetahui kasus-kasus CRM yang ada di lapangan Mahasiswa dapat mempresentasikan berbagai hasil studi kasus	Studi Kasus CRM	1. Review materi 2. Presentasi 3. Diskusi Kasus 4. Tanya Jawab	1,2,3
UJIAN AKHIR SEMESTER (UAS)					

Level Taksonomi

Pengetahuan	15%
Pemahaman	10%
Penerapan	25%
Analisis	30%
Sintesis	10%
Evaluasi	10%

Komposisi Penilaian

Aspek Penilaian	Prosentase
Ujian Akhir Semester	30%
Ujian Tengah Semester	30%
Tugas Mandiri	20%
Keaktifan Mahasiswa	20%
Komponen lain (jika ada)	
Total	100 %

Daftar Referensi

Wajib

1. Barnes, James, *Secret of Customer Relationship Management*, McGraw-Hill, 2001
2. Oliver, Richard, *Satisfaction*, New York : McGraw-Hill, 1997
3. Anderson, Kristin, *Customer Relationship Management*, New York : McGraw-Hill, 2002



FM-UDINUS-BM-08-05/R0

Disusun oleh :	Diperiksa oleh :		Disahkan oleh :
Dosen Pengampu	Penanggungjawab Keilmuan	Program Studi	Dekan
Rindra Yusianto, S.Kom, MT	Rindra Yusianto, S.Kom, MT	Dr. Ir. Rudi Tjahyono, M.M.	Dr.Eng.YulimanPurwanto,M.Eng.