



SILABUS MATAKULIAH

Revisi : 4
 Tanggal Berlaku : 04 September 2015

A. Identitas

1. Nama Matakuliah : Customer Relationship Management
2. Program Studi : Teknik Industri
3. Fakultas : Teknik
4. Bobot sks : 2 SKS
5. Elemen Kompetensi : MKB
6. Jenis Kompetensi : Keahlian Berkarya
7. Alokasi waktu total : 2 x 50 menit

B. Unsur-unsur silabus

Kompetensi dasar	Indikator	Materi pokok	Strategi Pembelajaran	Alokasi waktu	Referensi/ acuan	Eva-luasi
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. Pemaparan materi 2. Tanya Jawab 3. Penugasan Media: Papan tulis, laptop, LCD	100 menit /pertemuan	1,2,3	Tugas, Kuis, UTS, UAS
Mahasiswa dapat menjelaskan perubahan sifat pemasaran dan pelayanan pelanggan	Mahasiswa dapat menjelaskan: <ul style="list-style-type: none"> • evolusi pemasaran • konsep nilai pelanggan • cara menciptakan budaya hubungan 	<u>Perubahan paradigma pemasaran</u>	1. Pemaparan materi 2. Tanya Jawab 3. Mencatat Media: Papan tulis, laptop, LCD	100 menit /pertemuan	1,2	Tugas, Kuis, UTS, UAS
Mahasiswa dapat memahami manfaat ekonomi membangun hubungan	Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan: <ul style="list-style-type: none"> • Ketahanan dan loyalitas • Hubungan emosional dan relasi yang awet 	<u>Manfaat ekonomis membangun hubungan</u>	1. Review 2. Pemaparan materi 3. Tanya Jawab	100 menit /pertemuan	1,2	Tugas, Kuis, UTS,

Kompetensi dasar	Indikator	Materi pokok	Strategi Pembelajaran	Alokasi waktu	Referensi/ acuan	Eva-luasi
anggan	dengan pelanggan <ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan dan loyalitas dari pelanggan • Hubungan sebagai aset dan hasil relasi yang solid 	<u>pelanggan</u>	4. Mencatat Media: Papan tulis, laptop, LCD			UAS
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>	1. Review 2. Pemamparan materi 3. Tanya Jawab 4. Mencatat Media: Papan tulis, laptop, LCD	100 menit /pertemuan	1,2	Tugas, Kuis, UTS, UAS
Mahasiswa dapat menjelaskan makna nilai pelanggan	Mahasiswa dapat menjelaskan definisi nilai pelanggan dan cara menciptakan/menambahkan nilai pelanggan	<u>Nilai pelanggan</u>	1. Review 2. Pemamparan materi 3. Tanya Jawab 4. Mencatat Media: Papan tulis, laptop, LCD	100 menit /pertemuan	1,2	Tugas, Kuis, UTS, UAS
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>	1. Review 2. Pemamparan materi 3. Tanya Jawab 4. Mencatat 5. Tugas Media: Papan tulis, laptop, LCD	100 menit /pertemuan	1,2	Tugas, Kuis, UTS, UAS
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. Review 2. Pemamparan materi 3. Tanya Jawab 4. Mencatat Media: Papan tulis, laptop, LCD	100 menit /pertemuan	1,2	Tugas, Kuis, UTS, UAS
Mahasiswa dapat mengukur kualitas dan	Mahasiswa dapat memahami dan mengukur: nilai pelanggan, sifat dan kontinum hubungan,	<u>Mengukur kualitas dalam</u>	1. Review 2. Pemamparan materi	100 menit/perte	1,2	Tugas, Kuis,



Kompetensi dasar	Indikator	Materi pokok	Strategi Pembelajaran	Alokasi waktu	Referensi/ acuan	Eva-luasi
mhubunganpelanggan	performa dimensi hubungan, indeks hubungan pelanggan Mahasiswa dapat memberikan implikasi strategis dan petunjuk bagi manajemen	<u>bunganpelanggan</u>	3. Tanya Jawab 4. Mencatat Media: Papan tulis, laptop, LCD	muan		UTS, UAS
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. Review 2. Pemamparan materi 3. Tanya Jawab 4. Mencatat 5. Diskusi kasus Media: Papan tulis, laptop, LCD	100 menit /pertemuan	3	Tugas, Kuis, UTS, UAS
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. Review 2. Pemamparan materi 3. Tanya Jawab 4. Presentasi 5. Diskusi Kasus 6. Penugasan Media: Papan tulis, laptop, LCD	100 menit /pertemuan	3	Tugas, Kuis, UTS, UAS
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 2. Presentasi 3. Diskusi Kasus 4. Tanya Jawab Media: Papan tulis, laptop, LCD	100 menit /pertemuan	1,2,3	Tugas, Kuis, UTS, UAS

Daftar Referensi

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



FM-UDINUS-PBM-08-04/R0

Disiapkan oleh :
Dosen Pengampu

Rindra Yusianto, S.Kom, MT

Diperiksa oleh :
Ketua Program Studi

Dr. Ir. Rudi Tjahyono, M.M.

Disahkan oleh :
Dekan

Dr.Eng.YulimanPurwanto,M.Eng