

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS GUNADARMA**

Tanggal Penyusunan	Desember 2018	Tanggal revisi	15 September 2022
--------------------	---------------	----------------	-------------------

Kode dan Nama MK	MUB31	Customer Relationship Management
SKS dan Semester	SKS 3	Semester 3 (Tiga)
Prasyarat	
Status Mata Kuliah	[..] Wajib [v] Pilihan	
Dosen Pengampu	Dr. Teddy Oswari, SE, MM, M.I.Kom	
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Sikap	<ol style="list-style-type: none"> Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius. Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika. Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila. Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggung jawab pada negara dan bangsa. Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain. Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan. Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik. Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri. Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan.
	Ketrampilan Umum	Mahasiswa mampu menjelaskan penerapan prinsip manajemen dalam proses menjalin hubungan dengan pelanggan.
	Pengetahuan	Mahasiswa menguasai pengetahuan tentang: 1. operasional manajemen hubungan pelanggan, 2. tujuan manajemen hubungan pelanggan, 3. arsitektur manajemen hubungan pelanggan, 4. portofolio pelanggan, 5. database pelanggan, 6. prinsip manajemen jaringan, 7. jaringan pemasok sampai pelanggan, 8. nilai pelanggan, dan 9. nilai komunikasi pelanggan
	Ketrampilan Khusus	Mahasiswa mampu memecahkan masalah , dapat menyelesaikan tugas terkait studi kasus customer relationship management baik secara soft skills maupun hard skills, mengetahui cara menggunakan aplikasi customer relationship management secara umum
Deskripsi Umum (Silabus)	Mata kuliah customer relationship management mendiskusikan operasional manajemen hubungan pelanggan, tujuan manajemen hubungan pelanggan, arsitektur manajemen hubungan pelanggan, portofolio pelanggan, database	

	pelanggan, prinsip manajemen jaringan, jaringan pemasok sampai pelanggan, nilai pelanggan, dan nilai komunikasi pelanggan			
Metode Pembelajaran	1. Ceramah/Kuliah Pakar	<input type="checkbox"/>	4. Praktik Laboratorium
	2. Problem Based Learning/FGD	<input type="checkbox"/>	5. Self-Learning (V-Class)
	3. Project Based Learning	6. Lainnya:
Pengalaman Belajar/Tugas	a. Tayangan Presentasi	<input type="checkbox"/>	c. Online exercise/kuiz (V-class)
	b. Review textbook/Jurnal	<input type="checkbox"/>	d. Laporan
	e. Lainnya:			
Referensi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Amin Widjaja Tunggal. 2008. Dasar-Dasar Customer Relationship Management (CRM). Jakarta: Harvindo. 2. Baran Roger J. Galka Robert J. 2016. Customer Relationship Management: The Foundation of Contemporary Marketing Strategy. Second Edition. Routledge. 3. Buttle, Francis. 2008. Customer Relationship Management Concept and Technology. Second Edition. Butterworth-Heinemann. 4. Buttle, Francis. 2007. Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan). Terjemahan oleh Arief Subiyanto. Malang: Bayu Media Publishing. 5. Griffin, Jill. 2005. Customer Loyalty. Terjemahan oleh Dwi Kartini Yahya, Jakarta: Erlangga. 6. Tjiptono Fandy, Chandra Gregorius. 2016. Service, Quality & Satisfaction. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi. 7. Kumar V. Reinartz W. 2012. Customer Relationship Management Concept, Strategy and Tools. Second Edition. Springer. 			

Minggu ke	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian	Metode/Bentuk Pembelajaran	Waktu Belajar (Menit)	Kriteria Penilaian	Bobot Nilai (%)	Sumber Belajar
1.	Mahasiswa dapat memahami operasional manajemen hubungan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> Strategi hubungan pelanggan Operasional hubungan pelanggan 	Ceramah, diskusi (FGD)	3 x 50 menit	<ul style="list-style-type: none"> Partisipasi mahasiswa Tayangan presentasi 	10%	1 bab 1 2 bab 1 3 bab 1
2	Mahasiswa dapat menjelaskan rantai nilai manajemen hubungan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> Tujuan manajemen hubungan pelanggan Tahapan utama rantai manajemen hubungan pelanggan Kondisi pendukung manajemen hubungan pelanggan 	Ceramah, diskusi (FGD)	3 x 50 menit	<ul style="list-style-type: none"> Partisipasi mahasiswa Tayangan presentasi 	10%	1 Bab 2 2 Bab 2 3 Bab 2 4 Bab 2
3	Mahasiswa dapat menjabarkan teknologi informasi untuk manajemen hubungan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> Pasar manajemen hubungan pelanggan Arsitektur manajemen hubungan pelanggan Teknologi manajemen hubungan pelanggan 	Ceramah, diskusi (FGD)	3 x 50 menit	<ul style="list-style-type: none"> Partisipasi mahasiswa Tayangan presentasi 	10%	1 Bab 2 2 Bab 3 3 Bab 3 5 Bab 3
4 & 5	Mahasiswa mampu menguraikan portofolio pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> Portofolio pelanggan Segmentasi pelanggan segmentasi pasar strategi portofolio pelanggan 	Ceramah, diskusi (FGD)	3 x 50 menit	<ul style="list-style-type: none"> Partisipasi mahasiswa Tayangan presentasi 	15%	1 Bab 3 3 Bab 4 4 bab 2 5 Bab 4
6	Mahasiswa mampu membangun database pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> Membangun database pelanggan Pengintegrasian data pelanggan 	Ceramah, diskusi (FGD)	3 x 50 menit	<ul style="list-style-type: none"> Partisipasi mahasiswa Tayangan presentasi 	10%	1 Bab 3 2 Bab 5 3 Bab 5 6 Bab 4

Minggu ke	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian	Metode/Bentuk Pembelajaran	Waktu Belajar (Menit)	Kriteria Penilaian	Bobot Nilai (%)	Sumber Belajar
		<ul style="list-style-type: none"> Membangun warehouse 					
7	Mahasiswa mampu menguraikan prinsip manajemen jaringan	<ul style="list-style-type: none"> pengertian jaringan prinsip jaringan manajemen posisi jaringan 	Ceramah, diskusi (FGD)	3 x 50 menit	<ul style="list-style-type: none"> Partisipasi mahasiswa Tayangan presentasi 	10%	1 Bab 3 2 Bab 5 5 Bab 2
8	UJIAN TENGAH SEMESTER						
9 & 10	Mahasiswa mampu menguraikan jaringan pemasok sampai pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> Manajemen jaringan dan manajemen hubungan pelanggan SCOPE manajemen hubungan pelanggan Hubungan pemasok Tren hubungan pelanggan - pemasok 	Ceramah, diskusi (FGD)	3 x 50 menit	<ul style="list-style-type: none"> Partisipasi mahasiswa Tayangan presentasi 	10%	1 Bab 4 3 Bab 6,7 5 Bab 5 7 Bab 4
11 & 12	Mahasiswa mampu memahami dan menciptakan nilai pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> Memahami nilai pelanggan Sumber-sumber nilai pelanggan Kustomisasi Nilai produk Nilai jasa Nilai proses Nilai orang Nilai bukti fisik Nilai komunikasi pelanggan Nilai saluran distribusi 	Ceramah, diskusi (FGD)	3 x 50 menit	<ul style="list-style-type: none"> Partisipasi mahasiswa Tayangan presentasi 	15%	1 Bab 5 2 Bab 6, 8 3 Bab 3 4 Bab 3 5 Bab 3 7 Bab 6, 7

Minggu ke	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian	Metode/Bentuk Pembelajaran	Waktu Belajar (Menit)	Kriteria Penilaian	Bobot Nilai (%)	Sumber Belajar
13	Mahasiswa mampu mengelola siklus hidup pelanggan : pemerolehan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> ● Pengertian pelanggan ● Estimasi pelanggan ● Prospecting ● Key Performance Indicators dari program pemerolehan pelanggan ● Memanfaatkan data pelanggan untuk memandu pemerolehan pelanggan ● Memberikan tawaran yang tepat 	Ceramah, diskusi (FGD)	3 x 50 menit	<ul style="list-style-type: none"> - Partisipasi mahasiswa - Tayangan presentasi 	5%	3 Bab 8
14	Mahasiswa mampu mengelola siklus hidup pelanggan : perawatan (retention) dan pengembangan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> ● Pengertian perawatan pelanggan ● Ekonomi perawatan pelanggan ● Pelanggan yang harus diperhatikan ● Strategi perawatan pelanggan ● Konteks membuat perbedaan ● Indikator kinerja kunci dari program perawatan pelanggan ● Peran penelitian ● Strategi perkembangan pelanggan 	Ceramah, diskusi (FGD)	3 x 50 menit	<ul style="list-style-type: none"> - Partisipasi mahasiswa - Tayangan presentasi 	5%	3 Bab 8

Minggu ke	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian	Metode/Bentuk Pembelajaran	Waktu Belajar (Menit)	Kriteria Penilaian	Bobot Nilai (%)	Sumber Belajar
		<ul style="list-style-type: none"> Strategi pembuangan pelanggan 					
15	Mahasiswa mampu memahami Organisasi manajemen hubungan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> Tujuan strategi CRM Struktur Manajemen Pelanggan secara konvensional Organisasi jaringan dan virtual Hubungan interpersonal Key account management Penjualan tim 	Ceramah, diskusi (FGD)	3 x 50 menit	<ul style="list-style-type: none"> Partisipasi mahasiswa Tayangan presentasi 	5%	3 Bab 8
16	UJIAN AKHIR SEMESTER						

**DESKRIPSI TUGAS (DT) MATA KULIAH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
PROGRAM PASCA SARJANA – MAGISTER MANAJEMEN UNIVERSITAS GUNADARMA**

Mata Kuliah	Customer Relationship Management	Kode MK	MUB31	Dosen Pengampu	Dr. Teddy Oswari, SE, MM, M.I.Kom
Tatap Muka (TM)	TM – 6 dan 12	Tugas ke	1 dan 2	Metode Tugas	Tugas studi kasus, review jurnal dan Presentasi Individu/Kelompok

DESKRIPSI TUGAS KE-1

Mata Kuliah	Customer Relationship Management	Kode MK	MUB31
Tatap Muka	TM - 6	Tugas ke	1 (Satu) Studi Kasus
Tujuan Tugas	Tujuan tugas adalah agar mahasiswa dapat memahami: <ul style="list-style-type: none">• Perlunya menjalin hubungan dengan pelanggan• Rantai nilai manajemen hubungan pelanggan		
Uraian Tugas	Objek : Studi kasus dan analisis <i>hubungan dengan pelanggan</i>		
	Tugas Mahasiswa: membaca, mempelajari dan melakukan analisis studi kasus dengan topik terkait pentingnya hubungan dengan pelanggan		
	Metode/cara pengerjaan tugas: sesuai arahan yang diberikan dosen pengampu		
	Deskripsi luaran tugas: Hasil akhir adalah uraian/laporan hasil analisis studi kasus disampaikan melalui presentasi kelompok/diskusi kelompok		

DESKRIPSI TUGAS KE-2

Mata Kuliah	Customer Relationship Management	Kode MK	MUB31
Tatap Muka	TM-12	Tugas ke	2 (dua)
Tujuan Tugas	Tujuan tugas adalah: <ul style="list-style-type: none">▪ Mahasiswa dapat menganalisis dan melakukan sintesis tentang jaringan bisnis		

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mahasiswa dapat menganalisis nilai untuk pelanggan
Uraian Tugas	Objek : Artikel jurnal diambil dari jurnal tertentu misalnya international journal of Management
	Tugas Mahasiswa: membaca, melakukan analisis artikel jurnal dengan topik tentang industry jasa
	Metode/cara pengerjaan tugas: sesuai arahan yang diberikan dosen pengampu
	Deskripsi luaran tugas: Hasil akhir adalah hasil review artikel jurnal disampaikan melalui presentasi kelompok/diskusi kelompok, hasil artikel ilmiah dapat dipresentasikan dalam seminar atau koloqium yang relevan