



Universitas Negeri Surabaya
Fakultas Teknik
Program Studi S1 Sistem Informasi

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
Manajemen Layanan Pelanggan	5720103021		T=3 P=0 ECTS=4.77	4	22 November 2024
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK		Koordinator Program Studi
		I Kadek Dwi Nuryana, S.T., M.Kom.

Model Pembelajaran	Case Study
---------------------------	------------

Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK
----------------------------------	--

CPL-10	Memiliki kemampuan merencanakan, menerapkan, memelihara dan meningkatkan sistem informasi organisasi untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi yang strategis baik jangka pendek maupun jangka panjang.
CPL-15	Mampu memahami, menganalisis, menilai, dan mengevaluasi sistem informasi dalam mengelola data dan informasi bisnis serta merekomendasikan pengambilan keputusan dengan memperhatikan hukum kode etik dalam penggunaan informasi

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)
--

CPMK - 1	Mahasiswa memahami konsep hubungan dan pelanggan
CPMK - 2	mahasiswa dapat mengelola manajemen hubungan pelanggan
CPMK - 3	Mahasiswa mampu menyusun kegiatan portofolio pelanggan
CPMK - 4	Mahasiswa mampu menggunakan teknologi informasi didalam CRM serta mampu membangun konsep CRM

Matrik CPL - CPMK

	<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <th>CPMK</th> <th>CPL-10</th> <th>CPL-15</th> </tr> <tr> <td>CPMK-1</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-2</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-3</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-4</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	CPMK	CPL-10	CPL-15	CPMK-1			CPMK-2			CPMK-3			CPMK-4		
CPMK	CPL-10	CPL-15														
CPMK-1																
CPMK-2																
CPMK-3																
CPMK-4																

Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)

	<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <th rowspan="2">CPMK</th> <th colspan="16">Minggu Ke</th> </tr> <tr> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th><th>13</th><th>14</th><th>15</th><th>16</th> </tr> <tr> <td>CPMK-1</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-2</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-3</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-4</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>	CPMK	Minggu Ke																1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	CPMK-1																	CPMK-2																	CPMK-3																	CPMK-4																
CPMK	Minggu Ke																																																																																																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																																																																						
CPMK-1																																																																																																						
CPMK-2																																																																																																						
CPMK-3																																																																																																						
CPMK-4																																																																																																						

Deskripsi Singkat MK	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.Mata kuliah ini akan membahas tentang pengertian CRM, hubungan dan komitmen, database CRM, dukungan teknologi informasi, aplikasi-aplikasi CRM.
-----------------------------	--

Pustaka	<p>Utama :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Buttle, Francis, 2004. Customer Relationship Management Concepts and Tools. Elsevier 2. Zikmund, R., McLeod, R. & Gilbert, F., 2003. Customer Relationship Management, Integrating Marketing Strategy and Information Technology. Wiley. 3. Baran, Roger J, Galka Robert J and Strunk, Daniel P.2008. Customer Relationship Management. Thomson South-Western 4. Kumar V and Reinartz, Werner.2012. Customer Relationship Management: Concept, Strategy and Tools (2nd Editions). Springer 5. Kostojohn, Scoot, Johnson, Mathew and Paulen, Brian. 2011. CRM Fundamentals.Apress 6. Raab, Gerhard, Ajami, Riad A, et al. 2012.Customer Relationship Management: A Global Perspective. Gower Applied Business Research <p>Pendukung :</p>
----------------	---

Dosen Pengampu		Dwi Fatrianto Suyatno, S.Kom., M.Kom. Ardhini Warih Utami, S.Kom., M.Kom.					
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Pengantar CRM (Customer Relationship Management) Mahasiswa memahami pengertian dan pentingnya manajemen hubungan pelanggan	Pengertian CRM	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Materi: Konsep CRM Pustaka: <i>Zikmund, R., McLeod, R. & Gilbert, F., 2003. Customer Relationship Management, Integrating Marketing Strategy and Information Technology. Wiley.</i>	4%
2	Mahasiswa memahami pengertian dan pentingnya manajemen hubungan pelanggan	1. Definisi manajemen hubungan pelanggan 2. Sejarah dan perkembangan CRM 3. Organisasi dan CRM	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Materi: Manajemen Hubungan Pelanggan Pustaka: <i>Zikmund, R., McLeod, R. & Gilbert, F., 2003. Customer Relationship Management, Integrating Marketing Strategy and Information Technology. Wiley.</i>	4%
3	Mahasiswa memahami tentang Data, Informasi dan Teknologi	1. Data, Informasi dan Teknologi CRM dan manajemen data 2. Teknologi dan data platform	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Materi: Data, Informasi dan Teknologi Pustaka: <i>Kostojohn, Scoot, Johnson, Mathew and Paulen, Brian. 2011. CRM Fundamentals. Apress</i>	4%
4	Mahasiswa memahami tentang Data, Informasi dan Teknologi	1. Data, Informasi dan Teknologi CRM dan manajemen data 2. Teknologi dan data platform	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Materi: Data, Informasi dan Teknologi CRM dan manajemen data Pustaka: <i>Baran, Roger J, Galka Robert J and Strunk, Daniel P. 2008. Customer Relationship Management. Thomson South-Western</i>	4%
5	Mahasiswa memahami pengembangan dan pengelolaan database konsumen	Database dan pengembangan data konsumen	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Materi: Database konsumen Pustaka: <i>Raab, Gerhard, Ajami, Riad A, et al. 2012. Customer Relationship Management: A Global Perspective. Gower Applied Business Research</i>	4%
6	Mahasiswa memahami pengembangan dan pengelolaan database konsumen	Database dan pengembangan data konsumen	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Materi: Database konsumen Pustaka: <i>Raab, Gerhard, Ajami, Riad A, et al. 2012. Customer Relationship Management: A Global Perspective. Gower Applied Business Research</i>	4%

7	Mahasiswa memahami dampak CRM terhadap penjualan dan strategi pemasaran	1.Strategi penjualan dan CRM 2.TeknologiCRMdan penjualan 3.Strategi pemasaran dan CRM	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Materi: Dampak CRM dalam pemasaran Pustaka: <i>Kostojohn, Scoot, Johnson, Mathew and Paulen, Brian. 2011. CRM Fundamentals.Apress</i>	4%
8	Mahasiswa memahami dampak CRM terhadap penjualan dan strategi pemasaran	1.Strategi penjualan dan CRM 2.TeknologiCRMdan penjualan 3.Strategi pemasaran dan CRM	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Materi: Dampak CRM dalam pemasaran Pustaka: <i>Raab, Gerhard, Ajami, Riad A, et al. 2012.Customer Relationship Management: A Global Perspective. Gower Applied Business Research</i>	4%
9	UTS		Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	UTS 3 X 50	UTS 3 X 50	Materi: UTS Pustaka:	20%
10	Mahasiswa memahami Penciptaan Nilai untuk Pelanggan	1.Penciptaan nilai pelanggan Definisi nilai bagi pelanggan 2.Mengembangkan konsep hubungan 3.Memperoleh keunggulan kompetitif melalui hubungan pelanggan	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Materi: Value pelanggan Pustaka: <i>Kumar V and Reinartz, Werner.2012. Customer Relationship Management: Concept, Strategy and Tools (2nd Editions). Springer</i>	4%
11	Mahasiswa memahami evaluasi CRM	Program dan alat Pengukuran CRM	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Materi: Evaluasi CRM Pustaka: <i>Kostojohn, Scoot, Johnson, Mathew and Paulen, Brian. 2011. CRM Fundamentals.Apress</i>	4%
12	Mahasiswa memahami Analisis Portofolio Konsumen	1.Pengertian portofolio dan konsumen 2.Segmentasi Pasar 3.Analisis Portofolio Konsumen 4.Peramalan Penjualan 5.Strategi Portofolio Konsumen	Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Materi: Analisis portofolio konsumen Pustaka: <i>Raab, Gerhard, Ajami, Riad A, et al. 2012.Customer Relationship Management: A Global Perspective. Gower Applied Business Research</i>	4%
13	Mahasiswa memahami tentang hubungan dengan konsumen	1.Pengertian Keintiman Konsumen 2. IntegrasiData,pabrik, toko, sumber data 3.Isu Privasi		Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Materi: Hubungan dengan konsumen Pustaka: <i>Raab, Gerhard, Ajami, Riad A, et al. 2012.Customer Relationship Management: A Global Perspective. Gower Applied Business Research</i>	4%
14	Mahasiswa memahami Penciptaan dan Mengelola Jaringan	1.Pengertian Jaringan pelanggan 2.Prinsip dalam manajemen jaringan 3.Manajemen Jaringan dan CRM 4.Hubungan dengan Supplier		Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Materi: Pengelolaan jaringan dengan konsumen Pustaka: <i>Buttle, Francis, 2004. Customer Relationship Management Concepts and Tools. Elsevier</i>	4%

15	Mahasiswa memahami tentang mengelola siklus hidup konsumen: Akuisisi Pelanggan, Retensi pelanggan dan Pengembangan pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelanggan baru 2. Estimasi nilai konsumen 3. Indikator Kinerja Kunci dari program akuisisi konsumen 4. Penggunaan data konsumen untuk akuisisi konsumen 5. Pengertian retensi pelanggan 6. Pelanggan yang akan diretensi 7. Strategi retensi pelanggan 8. Strategi pengembangan pelanggan 		Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Pendekatan: Sainifik Model: Kooperatif Metode: Diskusi, Presentasi dan praktikum 3 X 50	Materi: Siklus hidup konsumen Pustaka: <i>Buttle, Francis, 2004. Customer Relationship Management Concepts and Tools. Elsevier</i>	4%
16	UAS		Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	UAS 1X1	UAS	Materi: UAS Pustaka:	20%

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipasif	70%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	14%
		84%

Catatan

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan Prodi (CPL - Prodi)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan prodi yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-Prodi) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. **Sub-CPMK Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.