

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER  
(RPS)**

**CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT**

**AM111063**



**Disusun oleh:**  
Bethani Suryawardani, SE., MM.

**FAKULTAS ILMU TERAPAN  
TELKOM UNIVERSITY**

## LEMBAR PENGESAHAN

Rencana Pembelajaran Semester (RPS) ini telah disahkan untuk mata kuliah sbb:

**Kode Mata Kuliah** : **AM111063**  
**Nama Mata Kuliah** : **Customer Relationship Management**

Bandung, 2016

**Mengetahui**  
Kaprosdi D3 Manajemen Pemasaran

Ganjar Mohamad Disastra, SH., MM.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	2
DAFTAR ISI.....	3
A. PROFIL MATA KULIAH .....	4
IDENTITAS MATA KULIAH.....	4
DESKRIPSI SINGKAT MATA KULIAH .....	4
DAFTAR PUSTAKA.....	4
B. RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS).....	5
C. RANCANGAN INTERAKSI DOSEN–MAHASISWA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. RANCANGAN TUGAS.....	122
E. PENILAIAN DENGAN RUBRIK .....	14
F. PENENTUAN NILAI AKHIR MATA KULIAH .....	15

## A. PROFIL MATA KULIAH

### IDENTITAS MATA KULIAH

Nama Mata Kuliah	:	Customer Relationship Management	
Kode Mata Kuliah	:	AM111063	
SKS	:	3	
Jenis	:	MK Wajib Prodi	
Jam Pelaksanaan	:	Tatap muka di kelas Praktek	= 1 jam per minggu = 4 jam per minggu
Semester / Tingkat	:	Semester 4 / Tingkat 2	
Pre-requisite	:	Manajemen Pemasaran	
Co-requisite	:	-	

### DESKRIPSI SINGKAT MATA KULIAH

Mata kuliah ini merupakan sub bagian dari mata kuliah manajemen pemasaran, yang akan membahas tentang kerangka konseptual dan praktik manajemen hubungan dengan pelanggan. Manajemen Hubungan Pelanggan memiliki peran penting manakala perilaku konsumen semakin dinamis perubahannya serta diikuti persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Manajemen pelanggan difokuskan pada perencanaan dan mengelola data konsumen untuk menciptakan nilai pelanggan, salah satunya dengan memanfaatkan IT. Serta mengembangkan strategi pemasaran berdasarkan kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi organisasi, seperti; regulasi, sosial, pasar, teknologi dan kondisi pasar. Sebagai bagian dari strategi maka keputusan manajemen pelanggan akan mempengaruhi perilaku pasar.

### DAFTAR PUSTAKA

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 (2<sup>nd</sup> 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

**B. RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

Pertemuan ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian (Materi Ajar)	Bentuk/ Metode/ Strategi Pembelajaran	Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot Nilai
1	Mahasiswa memahami pengertian dan pentingnya manajemen hubungan pelanggan	Perkenalan tentang manajemen hubungan pelanggan a. Definisi manajemen hubungan pelanggan b. Sejarah dan perkembangan CRM c. Organisasi dan CRM	a. Diskusi: Penjelasan silabus & SAP, aturan kuliah, tugas, penilaian dan strategi pembelajaran di kelas. b. Penjelasan Materi <i>Introduction to CRM</i> c. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
2		Perkenalan tentang manajemen hubungan pelanggan a. Definisi manajemen hubungan pelanggan b. Sejarah dan perkembangan CRM c. Organisasi dan CRM	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	5%
3	Mahasiswa memahami tentang Data, Informasi dan Teknologi	Data, Informasi dan Teknologi a. CRM dan manajemen data b. Teknologi dan data platform	c. Penyampaian materi d. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	

4		Data, Informasi dan Teknologi a. CRM dan manajemen data b. Teknologi dan data platform	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	5%
5	Mahasiswa memahami pengembangan dan pengelolaan database konsumen	Database dan pengembangan data konsumen	a. Penyampaian materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
6		Database dan pengembangan data konsumen	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	5%
7	Mahasiswa memahami dampak CRM terhadap penjualan dan strategi pemasaran	a. Strategi penjualan dan CRM b. Teknologi CRM dan penjualan c. Strategi pemasaran dan CRM	a. Penyampaian materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
8		a. Strategi penjualan dan CRM b. Teknologi CRM dan penjualan	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang	5%

		c. Strategi pemasaran dan CRM		telah disampaikan	
9	Mahasiswa memahami Penciptaan Nilai untuk Pelanggan	Penciptaan nilai pelanggan a. Definisi nilai bagi pelanggan b. Mengembangkan konsep hubungan c. Memperoleh keunggulan kompetitif melalui hubungan pelanggan d. Nilai dari masing-masing bauran pemasaran	a. Penyampaian materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
10		Penciptaan nilai pelanggan a. Definisi nilai bagi pelanggan b. Mengembangkan konsep hubungan c. Memperoleh keunggulan kompetitif melalui hubungan pelanggan	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	5%
11	Mahasiswa memahami evaluasi CRM	Program dan alat Pengukuran CRM	a. Penyampaian materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
12		Program dan alat Pengukuran CRM	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	10%

13	Review Materi sebelum UTS	Review Materi-materi Pra UTS	a. Penyampaian materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
14	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan mengenai materi yang disampaikan sebelum UTS	Kuis Pra UTS	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Kuis Pra UTS	Ketepatan menjawab soal-soal Kuis	15%
<b>UJIAN TENGAH SEMESTER</b>					
16	Mahasiswa memahami Analisis Portofolio Konsumen	a. Pengertian portofolio dan konsumen b. Segmentasi Pasar c. Analisis Portofolio Konsumen d. Peramalan Penjualan e. Strategi Portofolio Konsumen	a. Penyampaian materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
17		a. Pengertian portofolio dan konsumen b. Segmentasi Pasar c. Analisis Portofolio Konsumen d. Peramalan Penjualan e. Strategi Portofolio Konsumen	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	5%
18	Mahasiswa memahami	a. Pengertian Keintiman	a. Penyampaian materi	Pemahaman materi dan	

	tentang Keintiman dengan Konsumen	<p>Konsumen</p> <p>b. Integrasi Data, pabrik, toko, sumber data</p> <p>c. Isu Privasi</p>	b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
19		<p>a. Pengertian Keintiman Konsumen</p> <p>b. Integrasi Data, pabrik, toko, sumber data</p> <p>c. Isu Privasi</p>	<p>a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul.</p> <p>b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.</p>	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	5%
20	Mahasiswa memahami Penciptaan dan Mengelola Jaringan	<p>a. Pengertian Jaringan pelanggan</p> <p>b. Prinsip dalam manajemen jaringan</p> <p>c. Manajemen Jaringan dan CRM</p> <p>d. Hubungan dengan Supplier</p>	<p>a. Penyampaian materi</p> <p>b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.</p>	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
21		<p>a. Pengertian Jaringan pelanggan</p> <p>b. Prinsip dalam manajemen jaringan</p> <p>c. Manajemen Jaringan dan CRM</p> <p>d. Hubungan dengan Supplier</p>	<p>a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul.</p> <p>b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.</p>	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	5%
22	Mahasiswa memahami tentang mengelola siklus	<p>a. Pelanggan baru</p> <p>b. Estimasi nilai konsumen</p> <p>c. Indikator Kinerja Kunci</p>	<p>a. Penyampaian materi</p> <p>b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji,</p>	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir	

	hidup konsumen: Akuisisi Pelanggan	dari program akuisisi konsumen d. Penggunaan data konsumen untuk akuisisi konsumen	mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	penutup pertemuan perkuliahan	
23		a. Pelanggan baru b. Estimasi nilai konsumen c. Indikator Kinerja Kunci dari program akuisisi konsumen d. Penggunaan data konsumen untuk akuisisi konsumen	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	5%
24	Mahasiswa memahami tentang mengelola siklus hidup konsumen: Retensi pelanggan dan Pengembangan pelanggan	a. Pengertian retensi pelanggan b. Pelanggan yang akan diretensi c. Strategi retensi pelanggan d. Strategi pengembangan pelanggan	a. Penyampaian materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
25		a. Pengertian retensi pelanggan b. Pelanggan yang akan diretensi c. Strategi retensi pelanggan d. Strategi pengembangan pelanggan	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	5%
26	Mahasiswa mampu	a. Tujuan strategik dari CRM b. Struktur manajemen	e. Penyampaian materi f. Mahasiswa menyimak,	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab	

	memahami organisasi manajemen hubungan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> <li>c. Jaringan dan organisasi virtual</li> <li>d. Kontak person-to-person</li> </ul>	memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
27		<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tujuan stratejik dari CRM</li> <li>b. Struktur manajemen pelanggan konvensional</li> <li>c. Jaringan dan organisasi virtual</li> <li>d. Kontak person-to-person</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul.</li> <li>b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.</li> </ul>	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	10%
28	Review Materi sebelum UAS	Review materi-materi sebelum UAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Penyampaian materi</li> <li>b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.</li> </ul>	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
29	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan mengenai materi yang disampaikan sebelum UAS	Kuis Pra UAS	Kuis sebelum UAS	Ketepatan menjawab soal-soal Kuis Pra-UAS	15%
<b>UJIAN AKHIR SEMESTER</b>					

### C. RANCANGAN TUGAS

Kode Mata Kuliah	AM411063
Nama Mata Kuliah	Customer Relationship Management
Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Pemahaman Materi Pra UTS dan Pra UAS
Minggu / Pertemuan ke	14 dan 29
Tugas ke	1 (Kuis)
<p><b>1. Tujuan Tugas:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa memahami dan mampu menjelaskan teori dan aplikasi teori dari materi-materi yang telah disampaikan.</li> <li>Meningkatkan kemampuan analisis kasus pada mahasiswa</li> </ol> <p><b>2. Uraian Tugas:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Obyek garapan: Menjawab pertanyaan-pertanyaan terkait teori CRM yang telah disampaikan.</li> <li>Yang harus dikerjakan dan batasan-batasan: Menjawab soal dan analisis kasus.</li> <li>Metode/cara pengerjaan, acuan yang digunakan: Setiap individu mengerjakan soal kuis, soal diberikan pada pertemuan ke-14 sebelum UTS dan pertemuan ke-29 sebelum UAS. Soal dibuat bervariasi, misalnya sesuai tempat duduk kanan dan kiri berbeda. Referensi menggunakan literatur sesuai dengan daftar pustaka pada RPS.</li> <li>Deskripsi luaran tugas yang dihasilkan/dikerjakan Pemahaman mahasiswa terkait materi.</li> </ol> <p><b>3. Kriteria Penilaian:</b> Teori 5 soal untuk tiap kuis dan 1 soal untuk kasus. Masing-masing soal berbobot 15% untuk soal teori dan 25% untuk kasus.</p>	

Kode Mata Kuliah	AM411063
Nama Mata Kuliah	Customer Relationship Management
Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Mahasiswa dapat memahami materi CRM dan dapat menganalisis kasus yang berkaitan dengan CRM secara berkelompok
Minggu / Pertemuan ke	2 s.d 28 (di luar jam perkuliahan)
Tugas ke	2 (Makalah Kelompok)
<p><b>1. TUJUAN TUGAS KELOMPOK</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Memahami materi mengenai CRM yang sesuai dengan Silabus</li> </ol>	

- b. Melakukan analisis kasus yang berkaitan dengan CRM
- c. Meningkatkan kemampuan analisis mahasiswa

**2. URAIAN TUGAS KELOMPOK**

- a. Objek Garapan  
Presentasi kelompok mengenai materi CRM yang sesuai dengan Silabus secara berkelompok.
- b. Yang Harus Dikerjakan dan Batasan-batasan  
Setiap kelompok membuat slide presentasi dan mempresentasikan materi sesuai dengan pembagian materi masing-masing & menyajikan kasus yang berkaitan.
- c. Metode/ Cara Pengerjaan & Acuan yang digunakan  
Setiap kelompok mempresentasikan materi yang telah ditentukan sebelumnya.
- d. Deskripsi luaran (output) yang dihasilkan/ dikerjakan  
Tugas dikumpulkan dalam bentuk makalah yang diketik.

**3. KRITERIA PENILAIAN KELOMPOK**

- a. Teknik dan kemampuan presentasi → 20%
- b. Kemampuan Berinteraksi dengan Audiens (Interaksi) → 20%
- c. Penguasaan Materi → 20%
- d. Materi yang Disampaikan (Slide Presentasi Lengkap & Sistematis) → 20%
- e. Penyelesaian Kasus → 20%

Kode Mata Kuliah	AM411063
Nama Mata Kuliah	Customer Relationship Management
Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Mahasiswa mampu membuat <i>mindmap</i> materi yang berbentuk poster
Minggu / Pertemuan ke	16 s.d 18
Tugas ke	3 (Mindmap berbentuk poster A6)
<p><b>1. Tujuan Tugas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Repetisi materi yang telah diajarkan di kelas</li> <li>b. Menambah khasanah pengetahuan mahasiswa dengan melakukan analisis antara teori dan kondisi nyata di masyarakat</li> <li>c. Meningkatkan kemampuan pemahaman materi melalui mindmap</li> </ul> <p><b>2. Uraian Tugas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Objek Garapan Materi-materi pada pertemuan ke 3 s.d 18 yang telah ditentukan oleh dosen.</li> <li>b. Yang Harus Dikerjakan dan Batasan-batasan Membuat mindmap materi dalam bentuk poster A6 (2D)</li> <li>c. Metode/ Cara Pengerjaan &amp; Acuan yang digunakan Mindmap materi dibuat dalam bentuk poster di karton A6 2 dimensi. Pengerjaan secara berkelompok, dengan masing-masing kelompok beranggotakan</li> </ul>	

<p>maksimal 5 (lima) orang.</p> <p>d. Deskripsi luaran (output) yang dihasilkan/ dikerjakan Output yang dihasilkan berupa poster mindmap materi customer relationship management.</p> <p><b>3. Kriteria Penilaian:</b></p> <p>1) Kreatifitas: 40%</p> <p>2) Kelengkapan penyajian materi dalam <i>mindmap</i>: 30%</p> <p>3) Kerapihan: 20%</p> <p>4) Ketepatan waktu pengumpulan: 20%</p>
--

#### D. PENILAIAN DENGAN RUBRIK

##### Rubrik Tugas (Kuis Pra UTS dan Pra UAS)

No.	Komponen	Bobot Skor	Komentar
1	Soal 1	15%	
2	Soal 2	15%	
3	Soal 3	15%	
4	Soal 4	15%	
5	Soal 5	15%	
6	Soal Kasus	25%	

Catatan:

Skor total =100 (Nilai minimal 50)

##### Rubrik Tugas (Makalah Kelompok)

No.	Komponen	Bobot Skor	Komentar
1	Kerapihan & Sistematika Penulisan	20%	
2	Kelengkapan dan Kedalaman Pembahasan	25%	
3	Relevansi Kasus dengan Teori	25%	
4	Rekomendasi Solusi	15%	
5	Ketepatan Waktu Pengumpulan	5%	

Catatan:

Skor total =100 (Nilai minimal 50)

##### Rubrik Tugas (Mindmap Materi per Kelompok)

No.	Komponen	Bobot Skor	Komentar
1	Kreatifitas	40%	
2	Kelengkapan penyajian materi dalam mindmap	30%	
3	Kerapihan	20%	
4	Ketepatan Waktu Pengumpulan	20%	

Catatan:

Skor total =100 (Nilai minimal 50)

#### E. PENENTUAN NILAI AKHIR MATA KULIAH

KOMPONEN PENILAIAN	BOBOT/ PROSENTASE
UTS	30 %
UAS	40 %
Tugas 1 (Pertemuan 2-14) & Kuis Pra UTS	15%
Tugas 2 (Pertemuan 16-27) & Kuis Pra UAS	15%

Nilai Skor Mata Kuliah (NSM)	Nilai Mata Kuliah (NMK)
$80 < \text{NSM}$	A
$70 < \text{NSM} \leq 80$	AB
$65 < \text{NSM} \leq 70$	B
$60 < \text{NSM} \leq 65$	BC
$50 < \text{NSM} \leq 60$	C
$40 < \text{NSM} \leq 50$	D
$\text{NSM} \leq 40$	E