

	UJIAN TENGAH SEMESTER GASAL 2024/2025 Prodi : Sistem Informasi dan Rekayasa Perangkat Lunak Fakultas : Fakultas Rekayasa Industri		
	Kode - Mata Kuliah (Kelas)	:	BBK4NBB3– Sistem Manajemen Hubungan Pelanggan
	Hari/Tanggal	:	Kamis / 7 November 2024
	Sifat /Waktu	:	Open Book / 15.00 – 19.00 (240 menit)
	Dosen	:	Anita Hakim Nasution, S.T., M.T. Aris Kusumawati., S.Kom., M.Kom

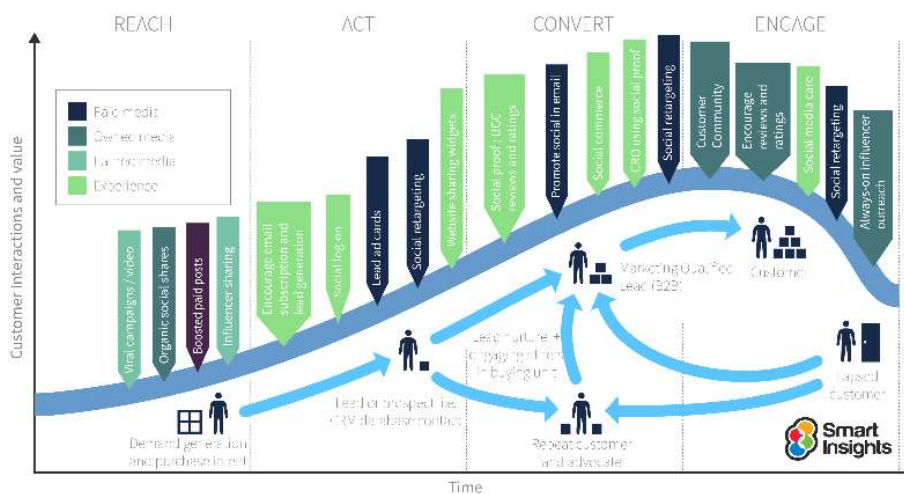
UTS ini mengukur Capaian Pembelajaran Mata Kuliah, yaitu:


Sub-CPMK	CPL (%)	Nomor Soal	Skor
1. Mahasiswa dapat menjelaskan, menjabarkan dan menentukan cara berpikir konsumen/pelanggan dalam konteks tertentu	CP-1 (30%)	1	25
2. Mampu menganalisis dan membentuk pendapat dalam klasifikasi dan segmentasi konsumen	CP-2 (40%)	2	50
3. Mampu menjabarkan konsep dasar analytics dan perannya dalam CRM	CP-3 (30%)	3	25

Petunjuk Pengerjaan	(1) Berdoalah terlebih dahulu sebelum memulai ujian (2) Baca dan pahami semua soal dengan cermat (3) Kerjakan soal yang lebih mudah terlebih dahulu (4) Tuliskan jawaban soal essay pada lembar kertas serta perhatikan GENAP/GANJIL sesuai NIM yang harus diselesaikan pada lembar jawaban/kertas masing-masing (5) Jawaban yang telah ditulis pada kertas, discand dan dikumpulkan di lms dalam bentuk dokumen pdf (6) Dilarang bekerja sama atau mencontek (7) Sertakan sumber referensi yang digunakan
----------------------------	--

SOAL: SISTEM MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN (SMHP)

- Jelaskan dan uraikan sebuah framework dan studikasus di perusahaan dibawah ini:
 - Berikan penjelasan terkait framework CRM yang ada di gambar ini!



	UJIAN TENGAH SEMESTER GASAL 2024/2025 Prodi : Sistem Informasi dan Rekayasa Perangkat Lunak Fakultas : Fakultas Rekayasa Industri		
	Kode - Mata Kuliah (Kelas)	:	BBK4NBB3– Sistem Manajemen Hubungan Pelanggan
	Hari/Tanggal	:	Kamis / 7 November 2024
	Sifat /Waktu	:	Open Book / 15.00 – 19.00 (240 menit)
	Dosen	:	Anita Hakim Nasution, S.T., M.T. Aris Kusumawati., S.Kom., M.Kom

- b. Hubungkan siklus CRM dengan studi kasus dibawah ini pada perusahaan pilihan yaitu :
- **Absen ganjil** dengan Perfume Brand HMNS



- **Absen genap** dengan Fashion Brand ERIGO




- Pada tayangan minggu lalu via online class, sebuah perusahaan menayangkan bagaimana cara menemukan framework CRM yang tepat "How to use customer data for decision making" di masing-masing industri yang ada, tuliskan 5 poin yang paling diingat dalam webinar yang di narasumber dari CMO Fore tersebut.
- Jelaskan dan uraikan study case dibawah ini.
 - Apa yang dimaksud brand association? Dan bagaimana brand tas HERMES melakukan cara ini untuk meningkatkan revenue menurut anda.
 - Jelaskan apa yang dimaksud dengan framerwork dibawah ini!

Ganjil number

- o Apa yang dimaksud pola dibawah ini ?



	UJIAN TENGAH SEMESTER GASAL 2024/2025 Prodi : Sistem Informasi dan Rekayasa Perangkat Lunak Fakultas : Fakultas Rekayasa Industri		
	Kode - Mata Kuliah (Kelas)	:	BBK4NBB3– Sistem Manajemen Hubungan Pelanggan
	Hari/Tanggal	:	Kamis / 7 November 2024
	Sifat /Waktu	:	Open Book / 15.00 – 19.00 (240 menit)
	Dosen	:	Anita Hakim Nasution, S.T., M.T. Aris Kusumawati., S.Kom., M.Kom

- Berikan perbedaan cara teknis antara kedua brand ini dalam melakukan kegiatan CRM yang berhubungan dg SOCIAL LISTENING



VS



Genap number

- Apa yang dimaksud matrix dibawah ini ?



- Lakukan breakdown perbedaan cara teknis antara kedua brand ini dalam melakukan kegiatan CRM yang berhubungan dengan CUSTOMER ENGAGEMENT di masing masing matrix di atas



-----selesai-----

 Telkom University	UJIAN TENGAH SEMESTER GASAL 2024/2025 Prodi : Sistem Informasi dan Rekayasa Perangkat Lunak Fakultas : Fakultas Rekayasa Industri	
	Kode - Mata Kuliah (Kelas)	: BBK4NBB3– Sistem Manajemen Hubungan Pelanggan
	Hari/Tanggal	: Kamis / 7 November 2024
	Sifat /Waktu	: Open Book / 15.00 – 19.00 (240 menit)
	Dosen	: Anita Hakim Nasution, S.T., M.T. Aris Kusumawati., S.Kom., M.Kom

PROTIPS :

Membaca testimoni *e-commerce* masing masing brand akan membantu dalam pengerjaan *study case*. Mencari riset pasar pihak ketiga akan membantu memahami industri dalam masing-masing sistem manajemen hubungan pelanggan.