	POLITEKNIK POS INDONESIA	Kode/No:
		Tanggal: <i>13 Februari 2018</i>
	FORMULIR SISTEM PENJAMINAN MUTU INTERNAL (SPMI)	Revisi: <i>0</i>
		Halaman: <i>1 dari ...</i>

FORMULIR KONTRAK PERKULIAHAN

Digunakan untuk melengkapi:	<i>Kode:.....</i> STANDAR PROSES PEMBELAJARAN
-----------------------------	--

Proses	Penanggung Jawab			Tanggal
	Nama	Jabatan	Tanda Tangan	
1. Perumusan	Asaretkha Adjane, SE, MBA			
2. Pemeriksaan	Senny Handayani, SE., MM	KaProdi		
3. Persetujuan	Dodi Permadi	Wadir 1		
4. Penetapan	Dr. Ir. Agus Purnomo., MT	Direktur		
5. Pengendalian	Sri Suharti., SE., MM	SPMI		

KONTRAK PERKULIAHAN

Mata Kuliah : Customer Relationship Management
Kode MataKuliah : MB41224
Pengajar : Asaretkha A A
Semester :
HariPertemuan / Jam : / (100 menit)
TempatPerkuliahan :

1. Manfaat Mata Kuliah

1. mahasiswa mampu memahami dan menganalisis tujuan utama CRM bagi perusahaan dan pemerintah
2. Dapat mengaplikasikan strategi-strategi CRM.

.

2. Deskripsi Perkuliahan

Matakuliah ini memberikan suatu wawasan kepada mahasiswa tentang bagaimana mengidentifikasi, Menjelaskan, dan menganalisis secara sederhana dan gamblang mengenai pengaplikasian CRM di perusahaan

3. Kompetensi/Capaian pembelajaran Mata Kuliah (Kompetensi Umum dan Kompetensi Khusus)

Kompetensi Umum

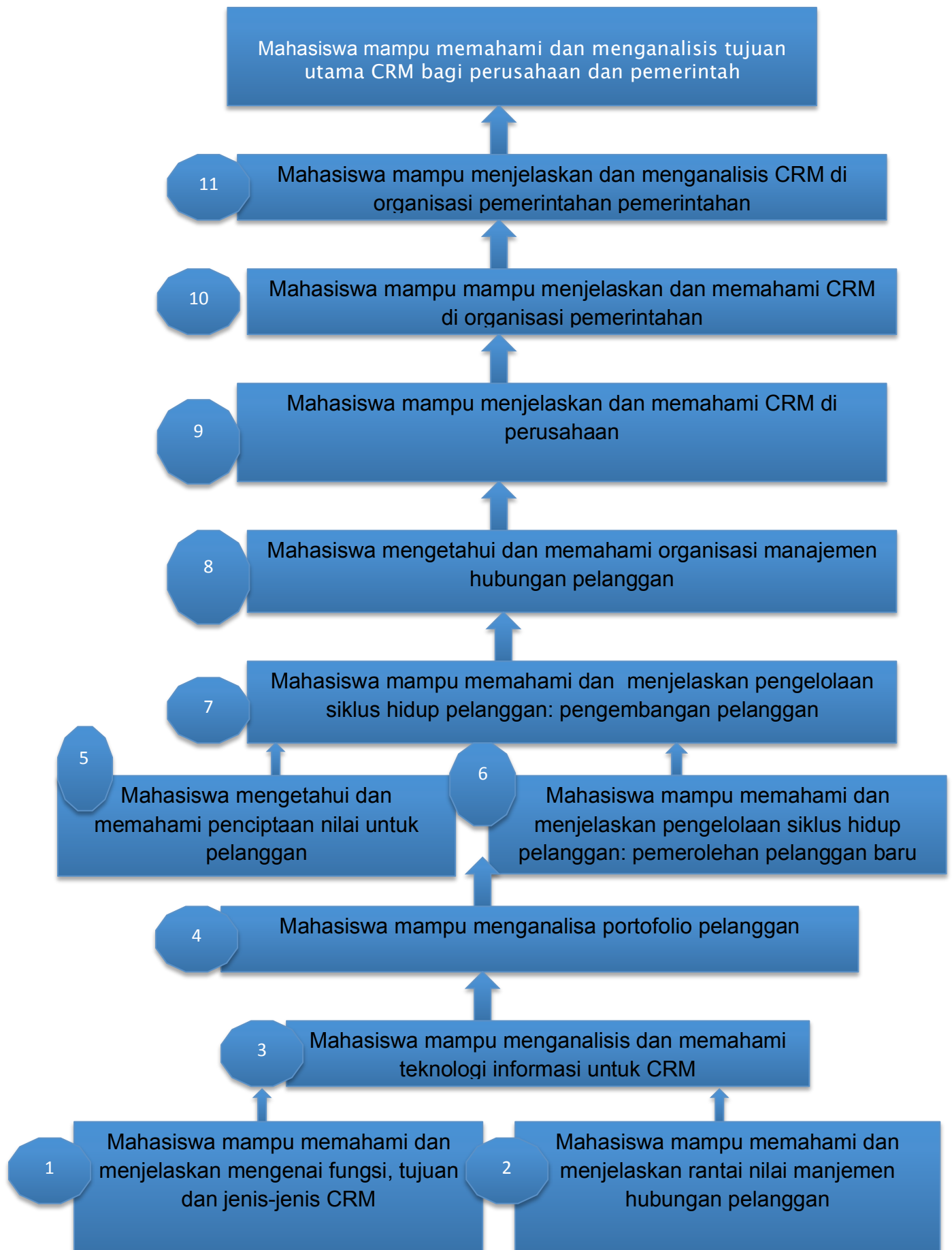
- Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis tujuan utama CRM bagi perusahaan dan pemerintah

Kompetensi Khusus

1. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan mengenai fungsi, tujuan dan jenis-jenis CRM
2. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan rantai nilai manajemen hubungan pelanggan
3. Mahasiswa mampu menganalisis dan memahami teknologi informasi untuk CRM
4. Mahasiswa mampu menganalisa portofolio pelanggan
5. Mahasiswa mengetahui dan memahami penciptaan nilai untuk pelanggan
6. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan pengelolaan siklus hidup pelanggan: pemerolehan pelanggan baru
7. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan pengelolaan siklus hidup pelanggan: pengembangan pelanggan

8. Mahasiswa mengetahui dan memahami organisasi manajemen hubungan pelanggan
9. Mahasiswa mampu menjelaskan dan memahami CRM di perusahaan
10. Mahasiswa mampu mampu menjelaskan dan memahami CRM di organisasi pemerintahan
11. Mahasiswa mampu menjelaskan dan menganalisis CRM di organisasi pemerintahan pemerintahan

4. OrganisasiMateri



5. Strategi Perkuliahan

Perkuliahan dilakukan melalui

1. Pembelajaran kooperatif
2. Latihan Soal

6. Materi/BacaanPerkuliahan

1. Barnes, James, Secret of Customer Relationship Managemen, MCGraw-Hill, 2001
2. Oliver, Richard. Satisfaction, New York: MCGraw-Hill, 1997
3. Andrew, Kristin, Customer Relationship Management, New York: MCGraw-Hill, 2002
4. Buttle, Francis. 2004, customer relationship management. : concept and tools. Bayu media Publishin
5. Kamil Ridwan. 2012. Bandung Smart City

7. Tugas

Tugas matakuliah ini terdiri dari:

No	Nama Tugas	Uraian dan Waktu
1	Tugas Individu	Tugas diwajibkan untuk setiap mahasiswa, dilakukan sebanyak 2 kali sebelum UTS dan 2 Kali Setelah UTS
2	Kuis	Merupakan evaluasi ujian yang akan dilakukan secara mendadak (tanpa diinformasikan), dilakukan sebanyak 2 kali sebelum UTS dan UAS

8. Kriteria Penilaian

Nilai pada suatu mata kuliah dapat berupa gabungan dari komponen-komponen sebagai berikut :

- 1) Untuk mata kuliah teori terdiri dari ujian formatif (tes terstruktur, ujian tengah semester, dan ujian akhir semester) dan tugas-tugas lainnya ;
 - 2) Untuk mata kuliah praktek terdiri dari tugas-tugas praktikum laboratorium/ ketrampilan praktek, laporan praktek, dan tes/ujian tertulis jika diperlukan.
 - 3) Untuk mata kuliah yang terdiri dari teori dan praktek; tes formatif, tugas-tugas praktikum lab/bengkel, keterampilan praktek, laporan praktek, dan tes/ujian tertulis jika diperlukan.
- c. Persentase penilaian untuk mata kuliah teori adalah sebagai berikut:
- 1) Ujian tengah semester (UTS) ≥ 25 %

- 2) Ujian akhir semester (UAS) $\geq 25 \%$
- 3) Tugas terstruktur dan mandiri $\leq 50 \%$
- d. Persentase penilaian untuk mata kuliah praktek adalah sebagai berikut :
 - 1) Ujian tengah semester (UTS) $\leq 25 \%$
 - 2) Ujian akhir semester (UAS) $\leq 25 \%$
 - 3) Tugas terstruktur dan mandiri $\geq 50 \%$
- e. Bagi suatu mata kuliah yang mempunyai kandungan teori dan praktek maka bobot penilaian Praktek 60 dan Teori 40.
- f. Nilai suatu mata kuliah dinyatakan dengan huruf mutu A, B, C, D dan E dengan sebutan mutu dan angka mutu sebagai berikut ;

Huruf Mutu	Sebutan Mutu	Angka Mutu
A	Sangat Baik	4
B	Baik	3
C	Cukup	2
D	Kurang	1
E	Gagal (tidak lulus)	0

- g. Konversi nilai dari skala skor 0 – 100 ke skala huruf A, B, C, D, dan E, dilakukan dengan kriteria klasifikasi angka sbb ;
 - 1) $85 \leq \text{Nilai} \leq 100$ dikonversi dengan huruf mutu A
 - 2) $71 \leq \text{Nilai} < 84$ dikonversi dengan huruf mutu B
 - 3) $56 \leq \text{Nilai} < 70$ dikonversi dengan huruf mutu C
 - 4) $41 \leq \text{Nilai} < 55$ dikonversi dengan huruf mutu D
 - 5) $0 \leq \text{Nilai} < 40$ dikonversi dengan huruf mutu E

9. Jadwal perkuliahan:

Pertemuan Ke	Bahan Kajian/Pokok Bahasan	Bacaan
1	Fungsi, tujuan dan jenis-jenis CRM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Barnes, James, Secret of Customer Relationship Managemen, MCGraw-Hill, 2001 2. Oliver, Richard. Satisfaction, New York: MCGraw-Hill, 1997 3. Andrew, Kristin, Customer Relationship Management, New York: MCGraw-Hill, 2002 4. Buttle, Francis. 2004, customer relationship management. : concept and tools. Bayu media Publishing

2	Rantai nilai Manajemen Hubungan Pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Barnes, James, Secret of Customer Relationship Management, McGraw-Hill, 2001 2. Oliver, Richard. Satisfaction, New York: McGraw-Hill, 1997 3. Andrew, Kristin, Customer Relationship Management, New York: McGraw-Hill, 2002 4. Buttle, Francis. 2004, customer relationship management. : concept and tools. Bayu media Publishing
3,4 & 5	Teknologi Informasi CRM & Analisis Portofolio Pelanggan (CPA)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Barnes, James, Secret of Customer Relationship Management, McGraw-Hill, 2001 2. Oliver, Richard. Satisfaction, New York: McGraw-Hill, 1997 3. Andrew, Kristin, Customer Relationship Management, New York: McGraw-Hill, 2002 Buttle, Francis. 2004, customer relationship management. : concept and tools. Bayu media Publishing
6 & 7	Penciptaan Nilai Pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Barnes, James, Secret of Customer Relationship Management, McGraw-Hill, 2001 2. Oliver, Richard. Satisfaction, New York: McGraw-Hill, 1997 3. Andrew, Kristin, Customer Relationship Management, New York: McGraw-Hill, 2002 4. Buttle, Francis. 2004, customer relationship management. : concept and tools. Bayu media Publishing
8	UTS	
9 & 10	Pengelolaan Siklus Hidup Pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Barnes, James, Secret of Customer Relationship Management, McGraw-Hill, 2001 2. Oliver, Richard. Satisfaction, New York: McGraw-Hill, 1997 3. Andrew, Kristin, Customer Relationship Management, New York: McGraw-Hill, 2002 4. Buttle, Francis. 2004, customer relationship management. : concept and tools. Bayu media Publishing

11	Organisasi manajemen hubungan pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Barnes, James, Secret of Customer Relationship Management, McGraw-Hill, 2001 2. Oliver, Richard. Satisfaction, New York: McGraw-Hill, 1997 3. Andrew, Kristin, Customer Relationship Management, New York: McGraw-Hill, 2002 4. Buttle, Francis. 2004, customer relationship management. : concept and tools. Bayu media Publishing
12 - 15	Customer Relationship di Perusahaan & organisasi Pemerintahan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Barnes, James, Secret of Customer Relationship Management, McGraw-Hill, 2001 2. Oliver, Richard. Satisfaction, New York: McGraw-Hill, 1997 3. Andrew, Kristin, Customer Relationship Management, New York: McGraw-Hill, 2002 4. Buttle, Francis. 2004, customer relationship management. : concept and tools. Bayu media Publishing 5. Kamil Ridwan. 2012. Bandung Smart City
16	UAS	

Bandung, Februari 2018

Asaretkha A A