|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Logo Pos | **POLITEKNIK POS INDONESIA** | Kode/No: MB41133 |
| Tanggal: 5 Des 2018 |
| **FORMULIR**  SISTEM PENJAMINAN MUTU INTERNAL **(SPMI)** | Revisi: |
| Halaman: 1 dari 14 |

**FORMULIR**

KONTRAK PERKULIAHAN

MB41133 *CUSTOMER SERVICE*

|  |  |
| --- | --- |
| **Digunakan untuk melengkapi:** | STANDAR PROSES PEMBELAJARAN  Program Studi D4 Manajemen Perusahaan |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Proses** | **Penanggung Jawab** | | | **Tanggal** |
| **Nama** | **Jabatan** | **Tanda Tangan** |
| 1. Perumusan | Angga Dewi Anggraeni, SE., MM | Staf Pengajar |  |  |
| 1. Pemeriksaan | Dr. Prety Diawati, S.Sos., MM | KaProdi |  |  |
| 1. Persetujuan | Dodi Permadi S.T., M.T. | Wadir 1 |  |  |
| 1. Penetapan | Dr. Ir. Agus Purnomo., MT | Direktur |  |  |
| 1. Pengendalian | Sri Suharti., SE., MM | Ka. SPPMA |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **KONTRAK PERKULIAHAN** |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Mata Kuliah | : Customer Service |
| Kode MataKuliah | : MB4133 |
| Pengajar | : Angga Dewi Anggraeni, SE., MM |
| Semester | : 6 |
| HariPertemuan / Jam | : ..../ (100 menit)) |
| TempatPerkuliahan | : |

1. Manfaat Mata Kuliah

Dengan mengambil mata kuliah Customer Service pada program studi Manajemen bisnis, mahasiswa dapat mengkaji peran *service excellence* sebagai salah satu kunci keunggulan kompetitif dalam bisnis. Selain itu, Mahasiswa diharapkan dapat menganalisis karakteristik model layanan yang baik sebagaimana terlukis dalam segitiga layanan, serta dapat menerapkan prinsip-prinsip layanan berdasarkan analisis tersebut dengan merumuskan strategi pelayanan pelanggan yang komprehensif, termasuk komunikasi pelanggan, penanganan keluhan pelanggan, dan dapat menerapkan metode-metode praktis untuk mewujudkan kepuasan pelanggan, sehingga dapat dipergunakan dalam pekerjaannya.

1. DeskripsiPerkuliahan

Perkuliahan ini mengkaji peran *service excellence* sebagai salah satu kunci keunggulan kompetitif dalam bisnis. Mahasiswa diharapkan dapat menganalisis karakteristik model layanan yang baik sebagaimana terlukis dalam segitiga layanan. Mahasiswa juga dapat menerapkan prinsip-prinsip layanan berdasarkan analisis tersebut dengan merumuskan strategi pelayanan pelanggan yang komprehensif. Kompetensi utama perkuliahan ini adalah komunikasi pelanggan, termasuk penanganan keluhan pelanggan. Dalam perkuliahan juga termasuk metode-metode praktis untuk mewujudkan kepuasan pelanggan.

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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **KOMPETENSI UMUM** | | **KOMPETENSI KHUSUS** | |
| 1. | Mahasiswa mampu menganalisis karakteristik model layanan yang baik, mampu menerapkan prinsip-prinsip layanan berdasarkan analisis tersebut dengan merumuskan strategi pelayanan pelanggan yang komprehensif, termasuk komunikasi pelanggan, penanganan keluhan pelanggan. serta metode-metode praktis untuk mewujudkan kepuasan pelanggan. | 1.1 | Mahasiswa mampu menjelaskan latar belakang pelayanan, seperti dinamika perilaku pelanggan, *service excellence*, aspek lingkungan dalam *service*, dan perspektif service. |
| 1.2 | Mahasiswa mampu menjelaskan sifat dasar service |
| 1.3 | Mahasiswa mampu menjelaskan Dimensi Kualitas Layanan |
| 1.4 | Mahasiswa mampu memahami Kepentingan Relatif Dimensi Kualitas |
| 1.5 | Mahasiswa mampu menjelaskan tentang pelanggan |
| 1.6 | Mahasiswa mampu menjelaskan bagaimana Mengelola Customer Relationship |
| 1.7 | Mahasiswa mampu menjelaskan Paradigma Baru Memahami Pelanggan |
| 1.8 | Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Kepuasan dan Kesetiaan Pelanggan |
| 1.9 | Mahasiswa mampu memahami Profesionalisme dalam Pelayanan Pelanggan |
| 1.10 | Mahasiswa mampu menjelaskan bagaimana Sikap Profesional Dalam Melayani |
| 1.11 | Mahasiswa mampu memahami Komunikasi Subconscious |
| 1.12 | Mahasiswa mampu Mengenal Diri dan Potensi |

1. OrganisasiMateri

Mahasiswa mampu menganalisis karakteristik model layanan yang baik, mampu menerapkan prinsip-prinsip layanan berdasarkan analisis tersebut dengan merumuskan strategi pelayanan pelanggan yang komprehensif, termasuk komunikasi pelanggan, penanganan keluhan pelanggan, serta metode-metode praktis untuk mewujudkan kepuasan pelanggan.

Mahasiswa mampu mengenal diri dan potensi

12

11

Mahasiswa mampu memahami Komunikasi *Subconcious*

Mahasiswa mampu menjelaskan bagaimana Sikap Profesional Dalam Melayani

10

9

Mahasiswa mampu memahami Profesionalisme dalam *Customer Service*

Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Kepuasan dan Kesetiaan Pelanggan

8

7

Mahasiswa mampu menjelaskan paradigma baru memahami pelanggan

Mahasiswa mampu menjelaskan bagaimana Mengelola *Customer Relationship*

6

5

Mahasiswa mampu menjelaskan tentang pelanggan

Mahasiswa mampu memahami kepentingan relative dimensi kualitas

4

3

Mahasiswa mampu menjelaskan dimensi kualitas layanan

2

Mahasiswa mampu menjelaskan Sifat dasar *Service*

Matakuliah pendahulu : Pemasaran Jasa

1

Mahasiswa mampu menjelaskan latar belakang pelayanan

1. Strategi Perkuliahan

Perkuliahan dilakukan melalui

1. Ceramah
2. Diskusi Kelompok
3. Latihan-latihan
4. Materi/BacaanPerkuliahan
5. Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga.
6. Lovelock, Christopher, (2010). Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi). Jilid 2. , Jakarta : Erlangga.
7. Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2014), Service, Quality dan Satisfaction, Yogyakarta : Andi Offset.
8. Markplus Institute. (2018). MI Sertificate in service operation. Jakarta
9. Fredy Rangkuti. (2017). Customer Care Excellence. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
10. Kasmir. (2017). Customer Service Excellence. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
11. Daryanto, Ismanto Setiabudi. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta : Gava Media
12. Tugas

Tugas matakuliah ini terdiri dari:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Nama Tugas | Uraian dan Waktu |
| 1 | Tugas Individu | terdiri dari tugas harian dan tugas besar, yang memberikan pengalaman belajar untuk mahasiswa, selain kuliah adalah belajar di perpustakaan |
| 2 | Tugas Kelompok | yang akan dipresentasikan di depan kelas, sehingga pengalaman belajar yang diperoleh mahasiswa, selain kuliah adalah diskusi |
| 3 | Kuis | Merupakan evaluasi ujian yang akan dilakukan secara mendadak (tanpa diinformasikan), dilakukan sebanyak 2 kali sebelum UTS dan UAS |

1. 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) ³ 25 %

2) Ujian akhir semester (UAS) ³ 25 %

1. Tugas terstruktur dan mandiri £ 50 %
2. Persentase penilaian untuk mata kuliah praktek adalah sebagai berikut :

1) Ujian tengah semester (UTS) £ 25 %

2) Ujian akhir semester (UAS) £ 25 %

3) Tugas terstruktur dan mandiri ³ 50 %

1. Bagi suatu mata kuliah yang mempunyai kandungan teori dan praktek maka bobot penilaian Praktek 60 dan Teori 40.
2. 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 £ Nilai £ 100 dikonversi dengan huruf mutu A

2) 71 £ Nilai < 84 dikonversi dengan huruf mutu B

3) 56 £ Nilai < 70 dikonversi dengan huruf mutu C

4) 41 £ Nilai < 55 dikonversi dengan huruf mutu D

5) 0 £ Nilai < 40 dikonversi dengan huruf mutu E

1. Jadwal perkuliahan:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pertemuan Ke | Bahan Kajian/Pokok Bahasan | Bacaan |
| 1 | Latar Belakang | 1. Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga. 2. Lovelock, Christopher, (2010). Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi). Jilid 2. , Jakarta : Erlangga. 3. Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2014), Service, Quality dan Satisfaction, Yogyakarta : Andi Offset. 4. Markplus Institute. (2018). MI Sertificate in service operation. Jakarta 5. Fredy Rangkuti. (2017). Customer Care Excellence. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. 6. Kasmir. (2017). Customer Service Excellence. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 7. Daryanto, Ismanto Setiabudi. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta : Gava Media |
| 2 | Sifat Dasar *Service* | 1. Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga. 2. Lovelock, Christopher, (2010). Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi). Jilid 2. , Jakarta : Erlangga. 3. Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2014), Service, Quality dan Satisfaction, Yogyakarta : Andi Offset. 4. Markplus Institute. (2018). MI Sertificate in service operation. Jakarta 5. Fredy Rangkuti. (2017). Customer Care Excellence. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. 6. Kasmir. (2017). Customer Service Excellence. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 7. Daryanto, Ismanto Setiabudi. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta : Gava Media |
| 3 | Dimensi Kualitas Layanan | 1. Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga. 2. Lovelock, Christopher, (2010). Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi). Jilid 2. , Jakarta : Erlangga. 3. Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2014), Service, Quality dan Satisfaction, Yogyakarta : Andi Offset. 4. Markplus Institute. (2018). MI Sertificate in service operation. Jakarta 5. Fredy Rangkuti. (2017). Customer Care Excellence. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. 6. Kasmir. (2017). Customer Service Excellence. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 7. Daryanto, Ismanto Setiabudi. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta : Gava Media |
| 4 | Kepentingan Relatif  Dimensi Kualitas | 1. Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga. 2. Lovelock, Christopher, (2010). Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi). Jilid 2. , Jakarta : Erlangga. 3. Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2014), Service, Quality dan Satisfaction, Yogyakarta : Andi Offset. 4. Markplus Institute. (2018). MI Sertificate in service operation. Jakarta 5. Fredy Rangkuti. (2017). Customer Care Excellence. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. 6. Kasmir. (2017). Customer Service Excellence. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 7. Daryanto, Ismanto Setiabudi. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta : Gava Media |
| 5 | Memahami Pelanggan | 1. Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga. 2. Lovelock, Christopher, (2010). Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi). Jilid 2. , Jakarta : Erlangga. 3. Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2014), Service, Quality dan Satisfaction, Yogyakarta : Andi Offset. 4. Markplus Institute. (2018). MI Sertificate in service operation. Jakarta 5. Fredy Rangkuti. (2017). Customer Care Excellence. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. 6. Kasmir. (2017). Customer Service Excellence. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 7. Daryanto, Ismanto Setiabudi. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta : Gava Media |
| 6 | Mengelola *Customer*  *Relationship* | 1. Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga. 2. Lovelock, Christopher, (2010). Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi). Jilid 2. , Jakarta : Erlangga. 3. Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2014), Service, Quality dan Satisfaction, Yogyakarta : Andi Offset. 4. Markplus Institute. (2018). MI Sertificate in service operation. Jakarta 5. Fredy Rangkuti. (2017). Customer Care Excellence. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. 6. Kasmir. (2017). Customer Service Excellence. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 7. Daryanto, Ismanto Setiabudi. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta : Gava Media |
| 7 | Paradigma Baru  Memahami  Pelanggan | 1. Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga. 2. Lovelock, Christopher, (2010). Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi). Jilid 2. , Jakarta : Erlangga. 3. Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2014), Service, Quality dan Satisfaction, Yogyakarta : Andi Offset. 4. Markplus Institute. (2018). MI Sertificate in service operation. Jakarta 5. Fredy Rangkuti. (2017). Customer Care Excellence. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. 6. Kasmir. (2017). Customer Service Excellence. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 7. Daryanto, Ismanto Setiabudi. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta : Gava Media |
| 8 | UTS |  |
| 9 | Kepuasan dan  Kesetiaan  Pelanggan | 1. Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga. 2. Lovelock, Christopher, (2010). Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi). Jilid 2. , Jakarta : Erlangga. 3. Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2014), Service, Quality dan Satisfaction, Yogyakarta : Andi Offset. 4. Markplus Institute. (2018). MI Sertificate in service operation. Jakarta 5. Fredy Rangkuti. (2017). Customer Care Excellence. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. 6. Kasmir. (2017). Customer Service Excellence. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 7. Daryanto, Ismanto Setiabudi. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta : Gava Media |
| 10 | Profesionalisme  Dalam *Customer*  *Service* | 1. Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga. 2. Lovelock, Christopher, (2010). Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi). Jilid 2. , Jakarta : Erlangga. 3. Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2014), Service, Quality dan Satisfaction, Yogyakarta : Andi Offset. 4. Markplus Institute. (2018). MI Sertificate in service operation. Jakarta 5. Fredy Rangkuti. (2017). Customer Care Excellence. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. 6. Kasmir. (2017). Customer Service Excellence. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 7. Daryanto, Ismanto Setiabudi. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta : Gava Media |
| 11 12 | Sikap Profesional  Dalam Melayani | 1. Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga. 2. Lovelock, Christopher, (2010). Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi). Jilid 2. , Jakarta : Erlangga. 3. Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2014), Service, Quality dan Satisfaction, Yogyakarta : Andi Offset. 4. Markplus Institute. (2018). MI Sertificate in service operation. Jakarta 5. Fredy Rangkuti. (2017). Customer Care Excellence. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. 6. Kasmir. (2017). Customer Service Excellence. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 7. Daryanto, Ismanto Setiabudi. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta : Gava Media |
| 13 14 | Komunikasi  *Subconscious* | 1. Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga. 2. Lovelock, Christopher, (2010). Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi). Jilid 2. , Jakarta : Erlangga. 3. Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2014), Service, Quality dan Satisfaction, Yogyakarta : Andi Offset. 4. Markplus Institute. (2018). MI Sertificate in service operation. Jakarta 5. Fredy Rangkuti. (2017). Customer Care Excellence. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. 6. Kasmir. (2017). Customer Service Excellence. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 7. Daryanto, Ismanto Setiabudi. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta : Gava Media |
| 15 | Mengenal Diri dan  Potensi | 1. Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga. 2. Lovelock, Christopher, (2010). Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi). Jilid 2. , Jakarta : Erlangga. 3. Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2014), Service, Quality dan Satisfaction, Yogyakarta : Andi Offset. 4. Markplus Institute. (2018). MI Sertificate in service operation. Jakarta 5. Fredy Rangkuti. (2017). Customer Care Excellence. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. 6. Kasmir. (2017). Customer Service Excellence. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 7. Daryanto, Ismanto Setiabudi. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta : Gava Media |
| 16 | UAS |  |

Bandung, Desember 2018

Angga Dewi Anggraeni, SE., MM