



FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS

RENCANA PEMBELAJARAN SATU SEMESTER (RPS)

Program Studi: S1 Kewirausahaan

Mata Kuliah :	Tourism and Leisure Management	Kode :	
Semester :		SKS :	3
Prasyarat :			
Kelompok :	<ul style="list-style-type: none"> ○ Inti ○ Pendukung ○ Penunjang ○ Peminatan 	Kompetensi :	<ul style="list-style-type: none"> ○ Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian ○ Mata Kuliah Keilmuan dan Keterampilan ○ Mata Kuliah Keahlian Berkarya ○ Mata Kuliah Perilaku Berkarya ○ Mata Kuliah Berkehidupan Bermasyarakat

1. Pengantar

Mata kuliah ini membahas tentang topik yang terkait dengan peran dan fungsi Customer Service Management pada perusahaan masa kini yang telah berbasis pelanggan. Topik ini meliputi teori Gap Model of Service Quality, Customer Behavior of Service, Customer relationship, Service Recovery, Servicescape, dan Physical Evidence suatu perusahaan berbasis pelanggan.

2. Tujuan Instruksional Umum (TIU)

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa akan dapat memahami, menerapkan, menganalisa, dan mengevaluasi Customer Service Management dalam suatu perusahaan.

3. Metode Pengajaran

Metode yang dipergunakan dalam pengajaran mata kuliah ini adalah:

- a. Ceramah
- b. Diskusi
- c. Penugasan
- d. Presentasi

4. Materi

Pertemuan Ke-	Tujuan Instruksional Khusus	Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	Metode	Media	Sumber
1	Mampu menjelaskan konsep pemasaran jasa beserta prakteknya dan pengembangannya dalam pelayanan terhadap pelanggan	Pengenalan Manajemen Jasa	<ul style="list-style-type: none">– Menjelaskan arti jasa dan mengidentifikasi pentingnya pelayanan dalam industri jasa– Menjelaskan makna pemasaran jasa– Menjelaskan peranan teknologi dalam jasa– Menjelaskan perbedaan antara barang dan jasa– Bauran pemasaran jasa– Fokus kepada pelanggan	Ceramah Diskusi Tanya jawab	Laptop LCD projector Whiteboard	1a, 1 b
2	Mampu menjelaskan konsep The Gaps Model of Service Quality	Konsep Gaps Model of Service Quality	<ul style="list-style-type: none">– The Customer Gap– The Listening Gap– The Service Design and Standards Gap– The Communication Gap	Ceramah Diskusi Tanya jawab	Laptop LCD projector Whiteboard	1a, 1 b

3	Mampu menjelaskan konsep perilaku konsumen dalam industri jasa	perilaku konsumen dalam industri jasa	<ul style="list-style-type: none"> – Tahap pencarian dan pengalaman menggunakan jasa – Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen – Pengaruh Budaya terhadap perilaku konsumen 	Ceramah Diskusi Tanya jawab	Laptop LCD projector Whiteboard	1a, 1 b
4	Mampu menggambarkan tentang harapan konsumen pada pelayanan jasa	Harapan konsumen akan sebuah pelayanan jasa	<ul style="list-style-type: none"> – Arti dan tipe harapan konsumen pada pelayanan jasa – Faktor-faktor yang mempengaruhi harapan konsumen akan sebuah pelayanan jasa – Isu yang kerap terjadi dalam harapan konsumen 	Ceramah Diskusi Tanya jawab Presentasi	Laptop LCD projector Whiteboard	1a, 1 b
5	Mampu menggambarkan tentang persepsi konsumen terhadap pelayanan jasa	Persepsi konsumen terhadap pelayanan jasa	<ul style="list-style-type: none"> – Persepsi konsumen – Kepuasan pelanggan – Service encounters : building blocks persepsi pelanggan 	Ceramah Diskusi Tanya jawab	Laptop LCD projector Whiteboard	1a, 1 b 2a
6	Mampu menunjukkan penggunaan informasi riset pasar dalam industri jasa	Mendengarkan keinginan konsumen melalui riset pasar	<ul style="list-style-type: none"> – Menggunakan riset pemasaran untuk mengetahui harapan pelanggan – Elemen – elemen pembentuk riset pasar yang efektif – Menganalisis dan 	Ceramah Diskusi Tanya jawab	Laptop LCD projector Whiteboard	1a, 1 b

			<p>meninterpretasikan hasil penemuan riset pasar</p> <ul style="list-style-type: none"> – Cara menggunakan informasi riset – Komunikasi berjenjang 			
7	Mampu menjelaskan tentang relationship marketing	Relationship Marketing	<ul style="list-style-type: none"> – Relationship marketing – Nilai sebuah hubungan bagi pelanggan – Strategi pengembangan hubungan dengan pelanggan – Tantangan dalam hubungan dengan pelanggan 	<p>Ceramah Diskusi Tanya jawab</p>	<p>Laptop LCD projector Whiteboard</p>	1a, 1 b
UTS						
8	Mampu menjelaskan pentingnya penanganan kegagalan penyampaian layanan jasa kepada konsumen	Service Recovery	<ul style="list-style-type: none"> – Dampak dari kesalahan pelayanan dan usaha perbaikannya – Respon konsumen terhadap kegagalan layanan – Harapan konsumen terhadap perbaikan pelayanan – Kemampuan konsumen untuk memilih tinggal atau meninggalkan jasa tersebut – Strategi penanganan kegagalan layanan – Garansi layanan 	<p>Ceramah Diskusi Tanya jawab</p>	<p>Laptop LCD projector Whiteboard</p>	1a, 1 b
9	mampu mendemonstrasikan nilai – nilai proses pelayanan jasa dan bagaimana mengembangkan dan membaca	Innovasi dan desain pelayanan jasa	<ul style="list-style-type: none"> – Tantangan pnegembangan dan inovasi pelayanan jasa – Proses pengembangan jasa 	<p>Ceramah Diskusi Tanya jawab</p>	<p>Laptop LCD projector Whiteboard</p>	1a, 1 b, 2a

	blueprint		<ul style="list-style-type: none"> baru – Tipe – tipe inovasi pelayanan jasa – Tahapan dalam pengembangan dan inovasi pelayanan jasa – Performasi tinggi dari inovasi jasa 			
10	mampu menjelaskan proses mengembangkan standar pelayanan berbasis konsumen	Standar pelayanan menurut konsumen	<ul style="list-style-type: none"> – Faktor – faktor penting dalam hal mengaprsiasikan standar pelayanan – Tipe – tipe standar pelayanan menurut pelanggan – Pengembangan standar pelayanan berbasis konsumen 	<p>Ceramah Diskusi Tanya jawab Penugasan kelompok tentang managing stress</p>	<p>Laptop LCD projector Whiteboard</p>	1a, 1 b
11	mampu menjelaskan tentang physical evidence dan servicescape	physical Evidence dan Servicescape	<ul style="list-style-type: none"> – Physiscal Evidence – Tipe – tipe servicescape – Aturan strategis dalam servicescape – Diagram yang menggambarkan efek servicescape terhadap perilaku pelanggan – Panduan dalam membuat strategi phiscal evidence 	<p>Ceramah Diskusi Tanya jawab Presentasi</p>	<p>Laptop In focus Whiteboard spidol</p>	1a, 1 b
12	mampu menjelaskan tentang physical evidence dan servicescape	Aturan karyawan dalam penyampaian layanan jasa	<ul style="list-style-type: none"> – Budaya layanan – Aturan kristis layanan 	<p>Ceramah Diskusi</p>	<p>Laptop LCD projector</p>	1a, 1 b

			karyawan – Batasan – batasan aturan – Strategi dalam menyampaikan layanan jasa melalui karyawan – Melayani dengan berorientasi konsumen	Tanya jawab	Whiteboard	
13	mampu menjelaskan strategi yang secara efektif mempengaruhi peningkatan kepuasan pelanggan, kualitas jasa, dan produktifitas	aturan konsumen dalam penyampaian layanan jasa	– Nilai penting dari seorang konsumen dalam pembentukan dan penyampaian layanan jasa – Aturan konsumen – Mengikutsertakan konsumen akan penyampaian layana jasa – Strategi untuk mendapatkan keikutseraan konsumen	Ceramah Diskusi Tanya jawab	Laptop In focus Whiteboard spidol	1a, 1 b
14	Mahasiswa mampu menunjukkan kemampuan menyajikan bisnis proses perusahaan jasa lewat service marketing	Presentasi big project service marketing	– Blue print project	Presentasi Mahasiswa	Laptop In focus Whiteboard spidol	1a, 1 b, 2a
UAS						

5. Referensi

A. Buku:

- 1a. Zeithaml, Valarie A. Mary Jo Bitner, and Dwayne Gremler 2009 , **Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm** 5th Edition, McGraw-Hill.
- 1b. Lovelock, Christopher, and Wirtz, Jochen 2010, **Services Marketing: People, Technology, Strategy** 7th Edition, Pearson Higher Education.

6. Pedoman Penilaian

Aspek Penilaian	Persentase	
a. Teori		
Tugas Mandiri	30%	
Hasil Ujian Tengah Semester	30%	
Hasil Ujian Akhir Semester	40%	
Total	100%	
b. Praktikum/Studio		
Hasil Ujian Tengah Semester		
Hasil Ujian Akhir Semester		
Total	0%	
Teori		100%
Praktikum/studio		
Total		100%