

**UJIAN TENGAH SEMESTER  
MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN  
GENAP 2024-2025**

**Nama :** Reinaldy Dwi Allail Kusnadi  
**Nim :** 2211103075

**Petunjuk pengerjaan**

1. Silahkan kerjakan soal – soal berikut ini secara mandiri
2. Unggah jawaban anda di LMS dengan batas waktu pengumpulan adalah hari Kamis, 17 April 2025 pkl 23.59 WIB
3. Pengumpulan yang terlambat, dianggap tidak mengikuti UTS
4. Format pengumpulan jawaban : UTS\_NIM.pdf maksimal 10MB
5. Jika terdapat jawaban yang 100% sama, maka akan diberikan nilai 0 (NOL) untuk seluruh file.

**Soal Isian Singkat**

1. [5] Pandangan yang berfokus pada otomatisasi cara perusahaan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan adalah \_\_\_\_\_.
2. [5] Tiga tujuan sebuah Perusahaan menerapkan CRM adalah \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ dan \_\_\_\_\_
3. [5] Salah satu operasional CRM untuk mendapatkan pelanggan adalah dengan mendekati prospek pada waktu tertentu untuk dapat melakukan penjualan, disebut dengan \_\_\_\_\_
4. [5] Melakukan identifikasi bisnis yang akan dilakukan dan melakukan analisis pasar dengan menggunakan variable – variable tertentu yang telah disepakati Perusahaan, merupakan Langkah yang digunakan untuk \_\_\_\_\_
5. [5] Tiga teknik yang dapat digunakan untuk memahami pengalaman pengguna adalah \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ dan \_\_\_\_\_

**Soal Essay**

1. [25] Jelaskan Loyalty Program pada konteks Manajemen Hubungan Pelanggan. Berikan satu implementasi nyata loyalty program yang anda pernah alami / baca (wajib sertakan citasi). Citasi yang digunakan boleh dari web / berita / artikel / jurnal. Contoh yang diberikan maksimal tahun 2020.
2. [25] Terdapat 4 Model Bisnis: B2B, B2C, C2C, C2B, jelaskan terlebih dahulu keempat model bisnis tersebut. Berikan masing – masing satu contoh nyata pada setiap model bisnis tersebut yang ada di Indonesia. Dan berikan penjelasan bahwa contoh tersebut sesuai dengan model bisnis yang disebutkan.

3. [25] Pengelolaan pengalaman pelanggan memiliki 5 metode untuk meningkatkan wawasan perusahaan, yaitu: Mystery shopping, Experience mapping, Ethnographic, Participant observation, Non-participant observation. Jelaskan kelima metode tersebut! Berikan satu implementasi setiap metode tersebut disertai citasi yang mendukung. Citasi yang digunakan boleh dari web / berita / artikel / jurnal. Contoh implementasi boleh di Indonesia / luar Indonesia dan tidak ada batas tahun.

### **Jawaban Soal Isian Singkat**

1. Customer Relationship Management (CRM).
2. Meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan profitabilitas pelanggan.
3. Sales Force Automation (SFA)
4. Perencanaan strategi bisnis
5. Survei customer, wawancara, dan uji kegunaan.

### **Jawaban Soal Essay**

1. Loyalty Program adalah strategi dalam Customer Relationship Management (CRM) yang bertujuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pemberian insentif, seperti poin reward, diskon, atau keanggotaan eksklusif. Program ini membantu perusahaan mempertahankan pelanggan sekaligus mengumpulkan data perilaku untuk analisis dan personalisasi layanan. Salah satu implementasi nyata dari loyalty program yang pernah saya alami dan juga saya baca adalah saat Tokopedia kembali meluncurkan program loyalitas mereka yang bernama 'TokoPoints', di mana pengguna dapat mengumpulkan poin dari setiap transaksi dan menukarkannya dengan berbagai hadiah menarik, yang pada akhirnya mendorong pengguna untuk tetap aktif berbelanja di platform tersebut dan memperkuat keterikatan mereka terhadap layanan Tokopedia secara berkelanjutan.

Sumber : [https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-kembali-luncurkan-program-loyalitas-tokopoints/?utm\\_source=google&utm\\_medium=organic](https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-kembali-luncurkan-program-loyalitas-tokopoints/?utm_source=google&utm_medium=organic)

## 2. Terdapat 4 Model Bisnis: B2B, B2C, C2C, C2B

### 1. Business to Business (B2B)

Model bisnis B2B adalah transaksi yang terjadi antar perusahaan. Dalam model ini, perusahaan menjual produk atau layanan kepada perusahaan lain. Model ini biasanya melibatkan volume besar, kontrak jangka panjang, dan proses negosiasi yang kompleks.

Contoh : Blibli for Business

Blibli for Business adalah platform B2B dari Blibli yang menyediakan berbagai produk dan layanan untuk kebutuhan bisnis, termasuk barang-barang elektronik, peralatan kantor, hingga barang industri. Melalui platform ini, Blibli melayani perusahaan yang membutuhkan pasokan barang dalam jumlah besar, memberikan berbagai diskon, serta menawarkan pengiriman dalam skala besar.

### 2. Business to Consumer (B2C)

Model B2C adalah yang paling umum, yaitu transaksi langsung antara perusahaan dan konsumen akhir. Model ini menekankan pada kecepatan layanan, kemudahan transaksi, dan pengalaman pengguna.

Contoh : Grab

Grab adalah aplikasi yang menyediakan layanan transportasi, pengiriman makanan, dan barang secara langsung kepada konsumen. Dengan kemudahan pemesanan, pembayaran yang fleksibel, dan layanan cepat, Grab menjadi pilihan utama bagi konsumen yang mencari kenyamanan dalam aktivitas sehari-hari.

### 3. Consumer to Consumer (C2C)

Dalam model C2C, transaksi terjadi antar individu atau konsumen, biasanya difasilitasi oleh pihak ketiga berupa platform digital. Model ini memungkinkan siapa pun menjadi penjual.

Contoh : Shopee

Shopee adalah aplikasi e-commerce yang memungkinkan pengguna untuk membeli dan menjual produk antar sesama konsumen. Platform ini memfasilitasi transaksi dengan fitur pembayaran aman dan pengiriman barang.

#### 4. Consumer to Business (C2B)

Model C2B adalah kebalikan dari B2C, di mana individu atau konsumen menawarkan produk atau jasa kepada perusahaan. Perusahaan membayar atas kontribusi yang diberikan konsumen, seperti desain, konten, atau ulasan produk.

Contoh : Sribu

Sribu adalah platform yang memungkinkan desainer grafis untuk menawarkan layanan desain logo, brand identity, dan materi pemasaran kepada perusahaan. Perusahaan membayar desainer untuk jasa yang mereka berikan sesuai dengan kebutuhan bisnis.

#### 3. Metode untuk meningkatkan wawasan perusahaan

##### 1. Mystery Shopping

Melibatkan individu yang berpura-pura menjadi pelanggan untuk mengevaluasi layanan dan kualitas produk tanpa diketahui staf. Tujuannya untuk menilai kepatuhan dan kualitas pelayanan.

Implementasinya :

Contoh implementasi mystery shopping dapat dilihat pada langkah yang diambil oleh Mahkamah Agung (MA) Indonesia, yang menurunkan 26 "mystery shopper" untuk menilai kualitas layanan dan menutup celah korupsi dalam pengadilan. Para mystery shopper ini digunakan untuk mengamati dan mengevaluasi proses-proses yang terjadi di pengadilan, guna memastikan bahwa prosedur berjalan sesuai dengan peraturan yang ada dan mengidentifikasi potensi pelanggaran atau praktik korupsi. Hal ini menunjukkan bahwa mystery shopping tidak hanya diterapkan dalam dunia bisnis, tetapi juga bisa digunakan untuk meningkatkan akuntabilitas dan transparansi di sektor publik .

Sumber : <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2023/01/03/ma-terjunkan-26-mystery-shopper-untuk-tutup-celah-korupsi>

## 2. Experience Mapping

Memetakan perjalanan pelanggan dari awal hingga akhir untuk memahami titik interaksi dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki.

Implementasinya:

Salah satu implementasi nyata dari experience mapping dapat dilihat dalam penelitian mengenai rancangan user persona dan customer journey map untuk media sosial X pada fitur pencarian. Dalam studi ini, dilakukan pemetaan perjalanan pengguna dari awal mereka mencari informasi di media sosial X hingga hasil pencarian yang mereka temui. Melalui customer journey map, tim pengembang dapat mengidentifikasi langkah-langkah dalam proses pencarian yang membutuhkan perbaikan, serta bagaimana memperbaiki pengalaman pengguna agar lebih efisien dan memuaskan. Ini menunjukkan bagaimana experience mapping dapat digunakan untuk meningkatkan layanan digital dengan fokus pada kebutuhan dan pengalaman pengguna.

Sumber : <https://ejournal.itn.ac.id/index.php/jati/article/view/9531/5422>

## 3. Ethnographic Research

Pengamatan langsung terhadap pelanggan dalam lingkungan mereka untuk memahami perilaku dan kebiasaan yang memengaruhi keputusan pembelian.

Implementasinya :

Salah satu contoh penerapan ethnographic research dapat dilihat dalam penelitian berjudul "Ethnographic research as an evolving method for supporting healthcare improvement skills: a scoping review". Dalam studi ini, ethnographic research digunakan untuk memahami bagaimana tenaga medis dan pasien berinteraksi dalam konteks layanan kesehatan. Peneliti mengamati bagaimana budaya, kebiasaan, dan praktik sehari-hari memengaruhi proses perawatan dan keputusan medis, serta mencari cara untuk meningkatkan keterampilan dalam perbaikan layanan kesehatan. Penelitian ini menyoroti pentingnya pengamatan langsung dalam memahami dinamika yang ada di lingkungan medis untuk mengidentifikasi area yang membutuhkan peningkatan.

Sumber : <https://bmcmedresmethodol.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12874-021-01466-9>

#### 4. Participant Observation

Peneliti berperan aktif dan ikut berpartisipasi dalam aktivitas pelanggan untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang pengalaman pengguna.

Implementasinya :

Salah satu contoh penerapan participant observation dapat dilihat dalam studi berjudul "Using Participant Observation to Enable Critical Understandings of Disability in Later Life: An Illustration Conducted With Older Adults With Low Vision". Dalam penelitian ini, peneliti berinteraksi langsung dengan individu yang memiliki gangguan penglihatan rendah untuk memahami tantangan yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari. Peneliti ikut berpartisipasi dalam aktivitas yang dilakukan oleh para peserta, seperti membaca atau berinteraksi dengan lingkungan mereka, untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam mengenai pengalaman mereka. Melalui observasi partisipatif ini, peneliti dapat mengidentifikasi hambatan yang tidak terlihat oleh orang lain dan menawarkan solusi yang lebih tepat bagi penyandang disabilitas.

Sumber : <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1609406919891292>

#### 5. Non-Participant Observation

Peneliti hanya mengamati tanpa berinteraksi, untuk mengumpulkan data objektif mengenai perilaku pelanggan.

Implementasinya :

Salah satu contoh penerapan non-participant observation terlihat dalam studi yang berjudul "Using Nonparticipant Observation as a Method to Understand Implementation Context in Evidence-Based Practice". Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengamatan non-partisipatif untuk memahami konteks implementasi praktik berbasis bukti dalam layanan kesehatan. Peneliti hanya mengamati interaksi antara profesional kesehatan dan pasien, serta bagaimana prosedur dan kebijakan diterapkan, tanpa terlibat langsung dalam proses tersebut. Dengan cara ini, mereka bisa mengumpulkan data objektif mengenai bagaimana kebijakan tersebut diterima dan dijalankan di lapangan.

Sumber : <https://sigmapubs.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/wvn.12449>