



**UNIVERSITAS PAKUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**PROGRAM STUDI: BISNIS DIGITAL**

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

<b>MATA KULIAH (MK)</b>	<b>KODE</b>	<b>RUMPUN MK</b>	<b>BOBOT (SKS)</b>	<b>SEMESTER</b>	<b>NO&amp;TGL DOK</b>
Customer Value Discovery, Creation, and Delivery	BDI6305		3	5 (LIMA)	
<b>OTORISASI</b>	<b>Pengembang RPS</b>	<b>Koordinator RMK</b>		<b>Ketua Prodi</b>	
				Dion Achmad Armadi, S.E., M.Si	
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>CPL-PRODI yang dibebankan pada MK</b>				
	CPL 5	Memiliki pengetahuan terkait pemasaran konvensional, pemasaran digital dan riset pemasaran. (P3)			
	CPL 11	Mampu merancang dan mengembangkan strategi pemasaran yang terintegrasi secara konvensional maupun digital berdasarkan hasil analisis pasar dan tren yang berlaku di masa kini dan mendatang pada organisasi laba dan nirlaba. (KK2)			
	<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>				
	CPMK 1	Mahasiswa mampu mengklasifikasikan <i>Customer Value</i> , <i>Value Discovery</i> , dan <i>Customer Satisfaction</i> dalam konteks pemasaran konvensional dan digital			
	CPMK 2	Mahasiswa mampu menemukan <i>Customer Value</i> melalui <i>engagement</i> dalam pendekatan sebuah kasus.			
	CPMK 3	Mahasiswa mampu mengembangkan strategi nilai pelanggan yang berfokus pada penemuan, penciptaan, dan penyampaian nilai.			
CPMK 4	Mahasiswa mampu mengukur dan mengevaluasi keberhasilan strategi nilai pelanggan melalui berbagai				

		indikator kinerja.				
	<b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CMPK)</b>					
	Sub-CPMK 1	Mahasiswa dapat memahami konsep dasar customer value				
	Sub-CPMK 2	Mahasiswa dapat menjelaskan customer value mindset				
	Sub-CPMK 3	Mahasiswa dapat menjelaskan customer value discovery				
	Sub-CPMK 4	Mahasiswa dapat mengukur dan mengevaluasi kepuasan pelanggan				
	Sub-CPMK 5	Mahasiswa dapat menjelaskan penciptaan nilai				
	Sub-CPMK 6	Mahasiswa dapat menjelaskan customer relationship				
	Sub-CPMK 7	Mahasiswa dapat menjelaskan Co-Creation				
	Sub-CPMK 8	Mahasiswa dapat menjelaskan Value Creation				
	Sub-CPMK 9	Mahasiswa dapat menjelaskan Customer Experience				
	Sub-CPMK 10	Mahasiswa dapat menjelaskan penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan				
	<b>Korelasi CPL terhadap CPMK</b>					
		CPMK 1	CPMK 2	CPMK 3	CPMK 4	
	CPL 5					
	CPL 11					
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	Customer Value Discovery, Creation, and Delivery bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana mengidentifikasi, menciptakan, dan mengantarkan nilai bagi pelanggan. Mahasiswa akan belajar berbagai konsep dan strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk memahami kebutuhan pelanggan, merancang produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan tersebut, dan memastikan bahwa pelanggan menerima nilai yang diharapkan.					
<b>Bahan Kajian/ Materi Pembelajaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Customer Value</li> <li>2. Customer Value Mindset</li> <li>3. Customer Value Discovery</li> <li>4. Kepuasan Pelanggan</li> <li>5. Penciptaan Nilai</li> <li>6. Customer Relationship</li> <li>7. Co- Creation</li> <li>8. Value Creation</li> <li>9. Customer Experience</li> <li>10. Menciptakan Nilai dan Kepuasan Pelanggan</li> </ol>					
<b>Pustaka</b>	<b>Utama:</b>					

	<p>Kotler, P., &amp; Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson Education.          Ulwick, A. W. (2016). Jobs to be Done: Theory to Practice. Idea Bite Press.          Osterwalder, A., &amp; Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation. Wiley.</p>
	<b>Pendukung:</b>
<b>Dosen Pengampu</b>	Dr. H. Hari Muharam, SE, MM, CSEP, CPMP, C.Eshter
<b>Mata Kuliah Syarat</b>	<p><i>Marketing Fundamental</i>  <i>Digital Marketing</i>  <i>Marketing Communication</i></p>

Minggu ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian %
		Indikator	Kriteria & bentuk	Luring	Daring		
1	Mahasiswa dapat memahami konsep dasar customer value	Ketepatan menginterpretasikan konsep dasar customer value	<b>Kriteria;</b> Ketepatan & penguasaan	Kuliah dan Diskusi TM: 1x(3x50)	lms.unpak.ac.id	Customer value	10
2	Mahasiswa dapat menjelaskan customer value mindset	Ketepatan menjelaskan customer value mindset	<b>Kriteria;</b> Ketepatan & penguasaan	Kuliah dan Diskusi TM: 1x(3x50)	lms.unpak.ac.id	Customer value mindset	10
3	Mahasiswa dapat menjelaskan customer value discovery	Ketepatan menjelaskan customer value discovery	<b>Kriteria;</b> Ketepatan & penguasaan	Kuliah dan Diskusi TM: 1x(3x50)	lms.unpak.ac.id	Customer value discovery	10
4-5	Mahasiswa dapat mengukur dan mengevaluasi kepuasan pelanggan	Ketepatan mengukur dan mengevaluasi kepuasan pelanggan	<b>Kriteria;</b> Ketepatan & penguasaan	Kuliah dan Diskusi TM: 1x(3x50)	lms.unpak.ac.id	Kepuasan pelanggan	10
6-7	Mahasiswa dapat menjelaskan penciptaan nilai	Ketepatan menjelaskan penciptaan nilai	<b>Kriteria;</b> Ketepatan & penguasaan	Kuliah dan Diskusi TM: 1x(3x50)	lms.unpak.ac.id	Penciptaan nilai	10



Sub-CPMK 7								
Sub-CPMK 8								
Sub-CPMK 9								
Sub-CPMK 10								
<b>Persentase Penilaian</b>								

Bogor, 2023  
Dosen Pengampu,

.....

Keterangan \*): Bentuk dan jenis penilaian dapat disesuaikan dengan karakteristik mata kuliah