

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM)
Jl. Ringroad Timur No. 52. Banguntapan, Bantul.

List Kegiatan Pengajaran SEMESTER GANJIL 2023/2024

MATA KULIAH : Tourism Business Marketing Analysis

Kelas : B
Prodi : S1 Pariwisata

Dosen : DYAH WAHYUNING TYAS

No	TANGGAL PERTEMUAN	POKOK BAHASAN	SUB POKOK BAHASAN	TT & NAMA TERANG	CATATAN	PARAF PETUGAS
1	9/1/2023	Bab : Introduction Tourism Business Uraian: Konsep bisnis pariwisata, ekonomi bisnis pariwisata, dan situasi bisnis pariwisata	Komponen utama bisnis, tujuan bisnis, fungsi bisnis, jenis usaha pariwisata, aliran ekonomi bisnis pariwisata, dan situasi bisnis pariwisata saat ini dalam tourism industry landscape sebelum dan setelah covid-19.		Offline (tatap muka)	
2	9/4/2023	Bab: Basic Principal of Tourism Service Marketing Uraian: Konsep pemasaran jasa, karakteristik pemasaran jasa, bauran pemasaran, segmentasi, targeting, positioning, dan tren pemasaran pariwisata terkini.	Pemasaran jasa pada industri pariwisata, karakteristik jasa (intangibility, perishability, inseparability, dan variability), konsep bauran pemasaran dalam bisnis pariwisata. Kelebihan model segmentasi, targeting dan positioning dalam bisnis usaha jasa pariwisata serta tren pemasaran pariwisata mengikuti perkembangan tourism industry landscape.		Offline (tatap muka)	

No	TANGGAL PERTEMUAN	POKOK BAHASAN	SUB POKOK BAHASAN	TT & NAMA TERANG	CATATAN	PARAF PETUGAS
3	9/11/2023	<p>Bab : Integrated Marketing Communication and Product</p> <p>Uraian: Konsep komunikasi bisnis, integrated marketing communication (IMC), alat promosi, pengembangan produk wisata, dan teknologi (rule of ICT), dan tourism branding.</p>	<p>Komunikasi bisnis menjadi dasar dalam pemasaran jasa bisnis pariwisata melalui integrated marketing communication (IMC) sebuah pemasaran produk pariwisata yang disusun untuk dapat mencapai target dan positioning. Alat promosi yang digunakan melalui semua media, baik media massa sampai elektronik. Pengembangan produk wisata dan teknologi mengikuti tourism value chain, dan brand menjadi salah satu ikon yang mudah dikenali produk wisatanya pada bisnis pariwisata.</p>		Offline (tatap muka)	
4	9/18/2023	<p>Bab : Tourism Marketing Organization and Stakeholders</p> <p>Uraian: Peran organisasi pemasaran dan para pemangku kepentingan (stakeholders)</p>	<p>Peran Badan Promosi Pariwisata Indonesia sebagai organisasi pemasaran pariwisata, lini distribusi dan peran pelaku usaha dalam pemasaran pariwisata, pentahelix sebagai langkah integrasi para pemangku kepentingan dalam pengelolaan industri pariwisata.</p>		Offline (tatap muka)	
5	9/29/2023	<p>Bab : Jenis-jenis wisatawan dan perilaku wisatawan (konsumen)</p> <p>Uraian:Perilaku wisatawan, keputusan wisatawan dalam menentukan pembelian produk wisata, motivasi wisatawan, dan <i>special interest tourist</i> dalam RIPPARNAS.</p>	<p>Konsep perilaku konsumen diimplikasikan pada perilaku wisatawan, keputusan pembelian (<i>propensity to travel</i>) menjadi ukuran <i>willingness to pay</i> dan <i>willingness to buy</i> wisatawan melakukan wisata, motivasi wisatawan, dari lingkup <i>push and pull factor</i>, dan implikasi pemasaran sesuai RIPPARNAS.</p>		Offline (tatap muka)	

No	TANGGAL PERTEMUAN	POKOK BAHASAN	SUB POKOK BAHASAN	TT & NAMA TERANG	CATATAN	PARAF PETUGAS
6	10/2/2023	<p>Bab : Perencanaan Pemasaran (Marketing Plan) Bisnis Pariwisata</p> <p>Uraian: Perencanaan dan tahapan pemasaran bisnis pariwisata, sasaran dan situasi pemasaran terkini, pemetaan produk dan pasar, saluran distribusi pemasaran bisnis pariwisata, strategi dan tactical marketing plan, dan pengukuran kepuasan pelanggan.</p>	<p>Perencanaan dan tahapan pemasaran bisnis pariwisata hingga desain pemasaran, sasaran dan situasi pemasaran terkini, pemetaan produk dan pasar, saluran distribusi pemasaran bisnis pariwisata, strategi dan tactical <i>marketing plan</i> (desain analisis SWOT), pengukuran kepuasan pelanggan, dan tugas mahasiswa mengenai desain marketing plan perusahaan jasa pariwisata.</p>		Offline (tatap muka)	
7	10/9/2023	<p>Bab : Quiz dan Tugas Artikel Perencanaan Pemasaran (Marketing Plan) Bisnis Pariwisata</p> <p>Uraian: Artikel mengenai materi perencanaan pemasaran yang bisa diterapkan untuk bisnis pariwisata. Produk wisata yang dikembangkan sesuai dengan bentuk usaha jasa pariwisata yang ditentukan dalam UU No.10 Tahun 2009.</p>	<p>Quiz dan tugas ini sebagai pemahaman akan materi tentang konsep bisnis pariwisata dan perencanaan pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan pengelolaan bisnis pariwisata.</p>		Offline (tatap muka)	

No	TANGGAL PERTEMUAN	POKOK BAHASAN	SUB POKOK BAHASAN	TT & NAMA TERANG	CATATAN	PARAF PETUGAS
8	10/16/2023	<p>Bab : Strategi Pemasaran dan Strategi Kompetitif</p> <p>Uraian: Konsep strategi pemasaran, blue and red ocean strategy, strategi bauran pemasaran, market scope strategy, dan implikasi konsep strategi pemasaran desa wisata. Konsep strategi pemasaran dilanjutkan dengan pembahasan strategi kompetitif untuk mendapatkan daya saing produk.</p>	<p>Konsep strategi pemasaran dan konsep blue and ocean strategy di era globalisasi, strategi bauran pemasaran, market scope strategy, pengertian keunggulan kompetitif, tahapan analisis pesaing, menentukan objek kompetitor (para pesaing) dan diskusi implikasi konsep strategi bauran pemasaran serta bauran promosi di desa wisata untuk mencapai strategi kemenangan.</p>		Offline (tatap muka)	
9	10/23/2023	<p>Bab : Ujian Tengah Semester Tourism Business Marketing Analysis</p> <p>Uraian: Materi yang diujikan adalah <i>introduction tourism business, basic principal of tourism service marketing, integrated marketing communication and product, tourism marketing organization and stakeholders</i>, jenis-jenis wisatawan dan perilaku wisatawan, perencanaan pemasaran (<i>marketing planning</i>) bisnis pariwisata, strategi pemasaran dan strategi kompetitif.</p>	<p>Ujian Tengah Semester Tourism Business Marketing Analysis meliputi <i>multiple choice</i> dan <i>essay</i>.</p>		Offline (tatap muka)	

No	TANGGAL PERTEMUAN	POKOK BAHASAN	SUB POKOK BAHASAN	TT & NAMA TERANG	CATATAN	PARAF PETUGAS
10	10/30/2023	<p>Bab : Analisis lingkungan bisnis pariwisata</p> <p>Uraian: Sistem marketing bisnis pariwisata, isu-isu internal dan eksternal (PASTEL), dan kebijakan pemasaran pariwisata di Indonesia.</p>	<p>Peninjauan lingkungan mulai dari tren, kesempatan, tantangan, dan ancaman. Isu-isu internal dan eksternal meliputi ekonomi, sosial, politik, dan lingkungan. Kebijakan pemasaran pariwisata dibahas dalam diskusi dengan kasus pada penelitian jurnal ilmiah.</p>		Offline (tatap muka)	
11	11/6/2023	<p>Bab : Evolusi Pemasaran dalam Bisnis Pariwisata</p> <p>Uraian: Orientation era bisnis pariwisata (<i>production, marketing, societal marketing</i>, dan digital era), <i>multiplier effect</i> bisnis pariwisata pada perekonomian, dan lingkungan bisnis (<i>global economic</i>).</p>	<p>Orientasi bisnis mengubah sistem <i>marketing</i> pada setiap masanya. Dampak <i>multiplier effect</i> bisnis pariwisata melingkupi <i>tourism supply chain</i> dan <i>tourism value chain</i>. Diskusi lingkungan sistem kepariwisataan dan bisnisnya.</p>		Offline (tatap muka)	
12	11/13/2023	<p>Bab : Riset Pemasaran dalam Bisnis Pariwisata</p> <p>Uraian: Konsep riset pemasaran dan langkah-langkah melakukan riset pemasaran.</p>	<p>Metode ilmiah pemasaran (kualitatif dan kuantitatif), desain penelitian pemasaran, peran riset pemasaran dalam rencana dan strategi pemasaran, dan contoh-contoh riset pemasaran.</p>		Offline (tatap muka)	

No	TANGGAL PERTEMUAN	POKOK BAHASAN	SUB POKOK BAHASAN	TT & NAMA TERANG	CATATAN	PARAF PETUGAS
13	11/20/2023	<p>Bab : Kontrol dan Evaluasi Pemasaran Pariwisata</p> <p>Uraian: Era VUCA menjadi evaluasi pemasaran setiap era, evaluasi program pemasaran, penilaian kinerja pemasaran, dan metode analisis pemasaran.</p>	VUCA menjadi evaluasi strategi pemasaran setiap era, evaluasi program pemasaran, penilaian kinerja pemasaran, metode analisis pemasaran meliputi SERVQUAL dan <i>Importance Performance Analysis</i> dan diskusi kasus penelitian pemasaran.		Offline (tatap muka)	
14	11/27/2023	<p>Bab : Analisis SWOT</p> <p>Uraian: Konsep analisis SWOT dan mengenali situasi lingkungan internal dan eksternal pariwisata untuk menentukan faktor strengths, weaknesses, opportunities, dan threats.</p>	Lingkup ekonomi, sosial, politik, dan lingkungan menjadi isu situasi lingkungan bisnis yang ditentukan berdasarkan faktor-faktor internal dan eksternal. Teknik analisis SWOT dapat berupa kualitatif dan kuantitatif. Analisis kuantitatif SWOT dilakukan dengan menghitung IFAS dan EFAS, dan strategi ditentukan sesuai dengan gambar diagram kartesius SWOT dan matrik SWOT.		Offline (tatap muka)	
15	10/28/2023	<p>Bab : <i>Best Practice for Tourism Business Marketing Analysis</i></p> <p>Uraian: Diskusi membahas review seluruh materi pemasaran dan teknik analisis pemasaran pariwisata.</p>	Review materi riset pemasaran, teknik-teknik analisis pemasaran, dan acuan tugas akhir yaitu membuat aliran bisnis pariwisata dalam bentuk modifikasi <i>tourim value chain</i> dari sebuah bisnis/usaha jasa pariwisata. Tugas akhir berupa bentuk bagan alir yang informasi bagan mencakup identifikasi aliran bisnis, pelaku dan pemasarannya.		Offline (tatap muka)	

No	TANGGAL PERTEMUAN	POKOK BAHASAN	SUB POKOK BAHASAN	TT & NAMA TERANG	CATATAN	PARAF PETUGAS
16	12/15/2023	<p>Bab : Ujian Akhir Semester Tourism Business Marketing Analysis</p> <p>Uraian: Materi yang diujikan mengenai modifikasi value chain bisnis/usaja jasa pariwisata yang dibuat dalam bentuk bagan aliran.</p>	<p>Ujian Akhir Semester berupa pengumpulan tugas bagan aliran value chain bisnis pariwisata terintegrasi dengan pemasaran terkini, pemetaan produk dan pasar, saluran distribusi pemasaran bisnis pariwisata sesuai dengan tugas mahasiswa mengenai desain marketing plan perusahaan jasa pariwisata.</p>		Offline (tatap muka)	