



# STIPRAM

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta



## SURAT KEPUTUSAN

**KETUA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA**  
**NOMOR : 199.16/SK-Mgjr/A.1/STIPRAM/II/2024**

**TENTANG :**  
**PENUGASAN DOSEN PENGAMPU MATA KULIAH**  
**TAHUN AKADEMIK 2023/2024 GENAP**

**KETUA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA**

**Menimbang :**

1. Bahwa untuk kelancaran proses belajar mengajar di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo pada Tahun Akademik 2023/2024 Genap, perlu segera menunjuk dosen pengampu yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini;
2. Bahwa sehubungan dengan hal tersebut diatas, perlu segera menerbitkan Surat Keputusan Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo.

**Mengingat :**

1. Undang – Undang Dasar 1945 Pasal 31;
2. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan;
3. Undang – Undang Nomor 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 tahun 2020 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
5. Surat Edaran Yayasan Ambarukmo Yogyakarta Nomor 002/YAY-ED/STIPRAM/VII/2023 Tentang Kebijakan Yayasan Untuk Dosen Membuat Laporan Beban Kerja Dosen , Laporan Kinerja Dosen dan Mengurus jabatan Fungsional Akademik Dosen;
6. Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan tinggi Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 108/DIKTI/Kep./2001 tentang Pedoman Pembukaan Program Studi dan atau Jurusan;
7. SK. Mendiknas No. 159/D/O/2008 tentang Ijin Operasional Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta
8. STATUTA Sekolah Tinggi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMbarukmo Yogyakarta.

## MEMUTUSKAN

**Menetapkan :**

- Pertama :** Menugaskan nama dosen yang tercantum dalam lampiran surat ini sebagai dosen pengampu mata kuliah Semester Genap Tahun Akademik 2023/2024 pada Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta.
- Kedua :** Dalam melaksanakan tugasnya sehari – hari, yang bersangkutan bertanggung jawab kepada Kaprodi sesuai dengan mata kuliah yang diampunya.
- Ketiga :** Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan akhir Semester Genap Tahun Akademik 2023/2024.
- Keempat :** Apabila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Yogyakarta

Pada tanggal : 01 Februari 2024

Ketua

Dr. Suhendroyono, SH, MM, M.Par., CHE., CGSP

LAMPIRAN  
SURAT KEPUTUSAN KETUA SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA  
NOMOR : 199.16/SK-Mgfr/A-1/STPRAM/II/2024  
TANGGAL : 01 FEBRUARI 2024  
TENTANG  
PENUGASAN DOSEN PENGAMPU MATA KULIAH  
TAHUN AKADEMIK 2023/2024 GENAP  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA

Nama Dosen : APIT BUCHORI, SE., MM  
NIDN : 0506046201

No	Mata Kuliah	Prodi	SKS	Semester	Kelas	Jumlah Mahasiswa
1	Public Relations	D3 Perhotelan	2	4	4A1	25
2	Public Relations	D3 Perhotelan	2	4	4B	30
3	Marketing Management	S1 Pariwisata	2	4	4A2	26
4	Public Relations	S1 Pariwisata	2	6	6B	30
5	Public Relations	S1 Pariwisata	2	6	6C	36

Ketua  
  
Dr. Suhendro Wono, SH, MM, M.Par, CHE., CGSP



NA DAFTAR NAMA MHS PROGRAM D3 SMT IV ANGKATAN 2023/2024  
STiPRAM - Yogyakarta

Mata Kullah : Marketing manajemen

KELAS : A1

Dosen : Apit Buchori,SE.,MM

NO	NIM	N A M A	NILAI AKHIR
1	195300	Sufiyatin	-
2	227138	Annisa Ulfah	B
3	227139	Carla Adinda Zafira Andrian	A
4	227140	Cinta Natali Ponglabba	B
5	227142	Dharma Java Stevens	B
6	227143	Eka Female Patrecia Manihuruk	A
7	227144	Elvis Aguilera	A
8	227145	Fahri Ali Multazam	A
9	227148	Fransisca Valentin Putri Gunawan	-
10	227149	Gefira Mokoginta	A
11	227150	Immanuel Rizal Saputra	B
12	227152	Kezia Tifa Aprilria	B
13	227153	M. Kresna Daffa Marta Lingga	A
14	227154	Maria Ose Novenita Turadokend	A
15	205970	Monica Angguilera	-
16	227155	Muhammad Zhaky Faiz	D
17	227157	Nabila Aaqila Rahma	A
18	227158	Oktaviana Elisabet Switle	A
19	227159	Risma Wulansari	A
20	227160	Rosfa Allayda Virgie	A
21	227162	Salma Renatha Madani	B
22	227163	Sekar Cahyaningrum	B
23	227164	Tita Kusuma Ayu	D
24	227165	Yosefira Jelita	A
25	227167	Yuanita Khofifah	A
26	227168	Yusuf Sarwito Ikhsan	A

## LIST KEGIATAN PENGAJARAN S1 SEMESTER GENAP

**TAHUN AJARAN 2023-2024**

Prodi : S1 Pariwisata

Dosen : Apit Buchori,SE.,MM

Mata Kuliah : Marketing Manajemen

NO	PERTEMUAN	POKOK BAHASAN	SUB POKOK BAHASAN
1	Pertemuan ke. 1	Penjelasan RPS, kontrak belajar dan overview mata kuliah	<b>Uraian:</b> 1. Pengertian dan derfinisi manajemen pemasaran 2. Apa yang dipasarkan dan siapa yang memasarkan 3.Pasar dan jenis jenis pasar utama 4. Bagaimana bismis dan pemasaran berubah 5. Filosofi pemasaran : Produk, produksi,penjualan, pemasara dan pemasaran holistik 6. Pengertian manajemen pemasaran menurut ahli.
	Pertemuan ke. 2	Konsep Penting Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perbedaan konsep pemasaran dan konsep penjualan</li> <li>2. Faktor faktor yang mempengaruhi stratgei perusahaan</li> <li>3. Pergeseran paradigm dalam pemasaran menurut Dharmmesta 1997</li> <li>4. Tugas dan fungsi manajemen pemasaran</li> </ol>
	Pertemuan ke. 3	Strategi dan Rencana Pemasaran	<b>Uraian:</b> a. Pemasar dan nilai pelanggan b. Perencanaan strategi korporate bisnis c. perencanaan startegi unit bisnis d.Perencanaan produk ; Sifat dan isi Rencana Pemasaran
	Pertemuan ke . 4	Mendapatkan Informasi Pasar & Riset Pasar	<b>Uraian:</b> 1. KOMPONEN SISTEM INFORMASI PEMASARAN : - Subsistem Utama Input dan Subsistem Utama Output 2. MELAKUKAN RISET PEMASARAN DAN MERAMAL PERMINTAAN : a. Kelompok riset pemasaran b. Proses Riset Pemasaran c. Mengukurn kinerja rencana pemasaran
	Pertemuan ke . 5	Menciptakan Loyalitas Jangka Panjang	<b>Uraian:</b> 1. TOTAL KEPUASAN PELANGGAN 2.KUALITAS 3. MUTU 4. CUSTOMER

			RELATION MANAGEMENT ( CRM) 5. MENINGKATKAN NILAI BASIS PELANGGAN 6.MENARIK DAN MEMPERTAHANKAN PELANGGAN 7. BEBERAPA MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN 8. DATA BASE PELANGGAN
	Pertemuan ke. 6	Pasar Konsumen (Analisa Perilaku Konsumen; Wisatawan)	<b>Uraian:</b> 1. FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PASAR KONSUMEN: BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS 2. TEORI MOTIVASI ; FREUD, MASLOW DAN HERSZBERG 3.PSIKOLOGIS KONSUMEN 4.PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBELI : MODEL LIMA TAHAP 5.
	Pertemuan ke. 7	Ekuitas Merek	<b>Uraian:</b> 1. Apakah merek itu dan bagaimana penetapan merek bisa berhasil? 2. Apakah ekuitas merek itu? 3. Bagaimana ekuitas merek dibangun, diukur dan dikelola? 4. Apa keputusan penting dalam pengembangan strategi penetapan merek?
	Pertemuan ke. 8	Segmentasi Pasar, Target Pasar, Positioning	
	Pertemuan ke. 9	Strategi Produk	<b>Uraian:</b> 1. Pengertian produk berdasrkan para ahli 2.Tingkatan produk yang dapat memberikan kepuasan konsumen 3.Karakteristik produk 4.Product Life Cycle 5.STRAtegi produk dalam setiap fase
	Pertemuan ke. 10	Strategi Harga	<b>Uraian:</b> 1. Pengertian Harga 2. Tujuan Penetapan Harga 3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga 4. Jenis-Jenis Harga 5. Strategi Penetapan Harga
	Pertemuan ke. 11	Strategi Saluran Pemasaran Terintegrasi	Product, Price, Place ( ditribusi),Promotion & People,physical, proses
	Pertemuan ke 12	Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	Personal selling, direct marketing,internet and on line marketing,publikasi, sales promotion
	Pertemuan ke 13	Pemasaran Berkelanjutan (Product Life Cycle)	Introductuion, Growth, Maturity, decline
	Pertemuan ke .14	Mengelola Organisasi Pemasaran Holistik (Bisnis Pariwisata Berkelanjutan)	Komponen pemasaran holistik : 1.Relational marketing 2. Internal marketing 3.Social responsible marketing 4. Integrated marketing Manfaat Pemasaran holistik