

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

List Kegiatan Pengajaran SEMESTER GENAP 2023/2024

Kelas : I
 Prodi : S1 Pariwisata

MATA KULIAH : Tourism Business Marketing Analysis
 Dosen : DYAH WAHYUNING TYAS

No	TANGGAL PERTEMUAN	POKOK BAHASAN	SUB POKOK BAHASAN	TT & NAMA TERANG	CATATAN	PARAF PETUGAS
1	02/05/2024	Bab : Introduction Tourism Business Marketing Analysis 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.		Offline (tatap Muka)	
2	02/12/2024	Bab : Prinsip Dasar Pemasaran Jasa pada Bisnis Pariwisata Uraian : Konsep pemasaran jasa, karakteristik pemasaran jasa, bauran pemasaran, segmentasi, targeting, positioning, dan tren pemasaran pariwisata.	Pemasaran jasa dalam industri pariwisata, karakteristik pemasaran jasa (intangibility, perishability, inseparability, dan variability), konsep bauran pemasaran dalam bisnis pariwisata. Kelebihan model segmentasi targeting dan positioning dalam bisnis usaha jasa pariwisata. Tren pemasaran pariwisata mengikuti tourism industry landscape.		Offline (tatap muka)	
3	02/19/2024	Bab : Integrated Marketing Communication and Product. Uraian : Konsep komunikasi bisnis, integrated marketing communication (IMC), alat promosi, pengembangan produk wisata dan teknologi (rule of ICT), dan tourism branding.	Komunikasi bisnis menjadi dasar dalam pemasaran jasa bisnis pariwisata melalui integrated marketing communication (IMC) sebuah pemasaran produk pariwisata 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 icon yang mudah dikenali dalam bisnis pariwisata.		Offline (tatap muka)	

No	TANGGAL PERTEMUAN	POKOK BAHASAN	SUB POKOK BAHASAN	TT & NAMA TERANG	CATATAN	PARAF PETUGAS
4	02/26/2024	<p>Bab : Tourism Marketing Organization and Stakeholders</p> <p>Uraian: Peran organisasi pemasaran dan para pemangku kepentingan (stakeholders)</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.		Offline (tatap muka)	
5	03/04/2024	<p>Bab : Jenis-jenis wisatawan dan perilaku konsumen (wisatawan)</p> <p>Uraian: Perilaku wisatawan, keputusan pembelian wisatawan, motivasi wisatawan, dan special interest tourist dalam RIPPARNAS</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.		Offline (tatap muka)	
6	03/11/2024	<p>Bab : Perencanaan Pemasaran 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 & tactical marketing plan, dan pengukuran kepuasan pelanggan.</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 & tactical marketing plan (desain analisis SWOT), pengukuran kepuasan pelanggan, dan tugas mahasiswa mengenai desain marketing plan perusahaan jasa pariwisata.		Offline (tatap muka)	
7	03/18/2024	<p>Bab : Ujian Tengah Semester Tourism Business Marketing Analysis</p> <p>Uraian: Ada 6 materi yang diujikan pada ujian tengah semester Tourism Business Marketing Analysis: 1. Introduction Tourism Business 2. Basic Principal of Tourism Service Marketing 3. Integrated Marketing Communication and Product 4. Tourism Marketing Organization and Stakeholders 5. Jenis-jenis Wisatawan dan Perilaku Wisatawan 6. Perencanaan Pemasaran (Marketing Plan) Bisnis Pariwisata</p>	Ujian Tengah Semester Tourism Business Marketing Analysis meliputi <i>multiple choice</i> dan <i>essay</i> .		Offline (tatap muka)	
8	03/25/2023	<p>Bab : Analisis strategi pemasaran</p> <p>Uraian: Konsep strategi pemasaran, <i>blue and red ocean strategy</i>, strategi bauran pemasaran, <i>market scope strategy</i>, dan implikasi konsep strategi pemasaran desa wisata.</p>	Konsep strategi pemasaran, <i>blue and red ocean strategy</i> , strategi bauran pemasaran, <i>market scope strategy</i> , diskusi implikasi konsep strategi bauran pemasaran dan bauran promosi pada desa wisata.		Offline (tatap muka)	

No	TANGGAL PERTEMUAN	POKOK BAHASAN	SUB POKOK BAHASAN	TT & NAMA TERANG	CATATAN	PARAF PETUGAS
9	04/01/2024	Bab : Strategi Kompetitif Uraian : Konsep strategi kompetitif dan strategi bersaing	Pengertian keunggulan kompetitif, tahapan analisis pesaing, menentukan objek kompetitor atau para pesaing dan diskusi strategi kemenangan.		Offline (tatap muka)	
10	04/22/2024	Bab : Analisis lingkungan pemasaran Uraian : Sistem marketing bisnis pariwisata, isu-isu internal dan eksternal (PASTEL), dan kebijakan pemasaran pariwisata di Indonesia.	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.		Offline (tatap muka)	
11	04/29/2024	Bab : Evolusi Pemasaran Bisnis Pariwisata Uraian : Orientation era bisnis pariwisata (<i>production, marketing, societal marketing, dan digital era</i>), <i>multiplier effect</i> bisnis pariwisata pada perekonomian, dan lingkungan bisnis (<i>global economic</i>).	Orientasi bisnis mengubah sistem marketing 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.		Offline (tatap muka)	
12	05/02/2024	Bab : Riset Pemasaran Dalam Bisnis Pariwisata Uraian : Konsep riset pemasaran dan langkah-langkah melakukan riset pemasaran.	Metode ilmiah pemasaran (kualitatif dan kuantitatif), desain penelitian pemasaran, peran riset pemasaran dalam rencana dan strategi pemasaran, dan contoh-contoh riset pemasaran.		Offline (tatap muka)	
13	05/06/2024	Bab : Kontrol dan Evaluasi Pemasaran Pariwisata Uraian : Era VUCA menjadi evaluasi pemasaran setiap era, evaluasi program pemasaran, penilaian kinerja pemasaran, dan metode analisis pemasaran.	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	05/13/2024	Bab : Analisis SWOT Uraian : Konsep analisis SWOT dan mengenali situasi lingkungan internal dan eksternal pariwisata untuk menentukan <i>strengths, weaknesses, opportunities, dan threats</i> .	Lingkup ekonomi, sosial, politik, dan lingkungan menjadi isu situasi lingkungan yang menentukan faktor-faktor internal dan eksternal swot. Teknik analisis SWOT kualitatif dan kuantitatif. SWOT kuantitatif menghitung IFAS dan EFAS.		Offline (tatap muka)	
15	05/16/2024	Bab : Best practice persiapan UAS Uraian : Diskusi review materi pemasaran dan teknik analisis pemasaran pariwisata.	Review materi riset pemasaran, teknik-teknik analisis pemasaran, acuan tugas mini paper artikel ilmiah mengenai identifikasi permasalahan dan analisis pemasaran bisnis pariwisata.		Offline (tatap muka)	

No	TANGGAL PERTEMUAN	POKOK BAHASAN	SUB POKOK BAHASAN	TT & NAMA TERANG	CATATAN	PARAF PETUGAS
16	06/21/2024	<p>Bab : Ujian Akhir Semester Tourism Business Marketing Analysis</p> <p>Uraian: Materi yang diujikan mengenai riset pemasaran dan penyusunan strategi pemasaran.</p>	<p>Ujian Akhir Semester berupa pengumpulan tugas artikel ilmiah pemasaran (latar belakang, tujuan, situasi pemasaran terkini, metode riset yang digunakan, konsep strategi pemasaran, dan penutup) sesuai dengan tema <i>best practice</i> yang ditugaskan mahasiswa.</p>		Offline (tatap muka)	