STIPRAM
Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

SURAT KEPUTUSAN

KETUA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA
NOMOR : 208.1/SK/MGJR/A.1/STIPRAM/VIII/2024

TENTANG :
PENUGASAN DOSEN PENGAMPU MATA KULIAH
TAHUN AKADEMIK 2024/2025 GANJIL

KETUA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA

Menimbang :

1. Bahwa untuk kelancaran proses belajar mengajar di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo pada Tahun Akademik 2024/2025 Ganjil, 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 Ammbarukmo.

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 Ambarrukmo, 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 Ambarrukmo Yogyakarta.
8. STATUTA Sekolah Tinggi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo, Yogyakarta.

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menugaskan nama dosen yang tercantum dalam lampiran surat ini sebagai dosen pengampu mata kuliah Semester Ganjil Tahun Akademik 2024/2025 pada Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo 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 Ganjil Tahun Akademik 2024/2025.

Keempat : Apabila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bantul
Pada tanggal : 1 Agustus 2024
Ketua

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

LAMPIRAN
SURAT KEPUTUSAN KETUA SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA
NOMOR : 208.1/SK/MGJR/A.1/STIPRAM/VIII/2024
TANGGAL : 1 Agustus 2024
TENTANG
PENUGASAN DOSEN PENGAMPU MATA KULIAH
TAHUN AKADEMIK 2024/2025 GANJIL
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA

Nama Dosen : YERIKA AYU SALINDRI, SS., M.Sc
NIDN : 0527108701

No	Mata Kuliah	Prodi	SKS	Semester	Kelas	Jumlah Mahasiswa
1	Tourism Innovation and Competitiveness	S1 Tourism	2	7	TA	23
2	Tourism Business Marketing Analysis	S1 Tourism	2	7	C	33
3	Tourism Business Marketing Analysis	S1 Tourism	2	7	E	27
4	Entrepreneurship	S1 Tourism	2	5	I	37

Ketua

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

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

List Kegiatan Pengajaran SEMESTER GANJI

Kelas : C MATA KULIAH
Prodi : Tourism Dosen

No	TANGGAL PERTEMUAN	POKOK BAHASAN	SUB POKOK BAHASAN	TT & NAMA TERANG
1	27/08/2024	**Bab :** pengantar TBMA **Uraian:** rules materi TBMA		
2	03/09/2024	**Bab :** PENGANTAR TBMA **Uraian:** definisi, konsep, tujuan, bisnis		
3	10/09/2024	**Bab :** MARKETING JASA **Uraian:** UNSUR, DEFINISI, KARAKTERISTIK		
4	17/09/2024	**Bab :** Analisa produk usaha wisata **Uraian:**		
5	24/09/2024	**Bab :** Strategi marketing **Uraian:**		
6	01/10/2024	**Bab :** produk wisata **Uraian:** analisa produk wisata		
7	08/10/2024	**Bab :** Analisa produk, jaringan value **Uraian:**		
8	15/10/2024	**Bab :** BMC **Uraian:** TARGET PASAR, PROPOSISI NILAI CONSUMEN, CHANNEL		
9	22/10/2024	**Bab :** BMC **Uraian:** hubungan konsumen sumber pendapatan		
10	29/10/2024	**Bab :** Analisa BMC **Uraian:** Key Resource Key activities Key partnership		
11	05/11/2024	**Bab :** GAP usaha **Uraian:** manfaat, tujuan, langkah-langkah		
12	19/11/2024	**Bab :** Analisa GAP **Uraian:** Memahami dan menjelaskan analisa gap dalam usaha		

13	26/11/2024	**Bab :** Penyusunan Perencanaan usaha dan analisa usaha wisata **Uraian:**		
14	03/12/2024	**Bab :** Presentasi analisa usaha **Uraian:**		
15	10/12/2024	**Bab :** UAS **Uraian:** UAS	UAS	

L 2024/2025

: Tourism Business Marketing Analysis
: YERIKA AYU SALINDRI, SS., M.Sc

CATATAN	PARAF PETUGAS
JENNIFER ROSA MYSTICA	

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM)
Jl. Ahmad Yani, Ring Road Timur 52B, Modalan, Banguntapan, Bantul, DIY (55198)

NILAI MAHAS

KELAS : C

Tourism

No	NIM	NAMA	Klas	NILAI
1	216533	Abdurrasyid Hakim Amanullah	C	B
2	216534	Agnes Gracella	C	A
3	216535	Ahnaf Prabaswara Sutarto	C	-
4	216536	Amanda Jesica Haryatik	C	B
5	216537	Angga Dwi Putra Lestama	C	B
6	216538	Annisa Melia Putri	C	B
7	216539	Bellinda Artamevia	C	B
8	216540	Brianaldus Janggur	C	B
9	216541	Cici Putri Munawaroh	C	B
10	216542	Devina Bella Alfreda	C	B
11	216544	Edowardus Brain Reyaan	C	A
12	216545	Evita Aprilia Novitasari	C	B
13	216546	Gayatri Aura Salamah	C	A
14	216547	Happy Tabaru Wahyu Prasetyo	C	B
15	216549	Indra Pratama	C	B
16	216901	Jennifer Rosa Mystica	C	B
17	216550	Kharisma Febriyanti	C	B
18	216552	Made Ayu Parwati	C	B
19	216553	Maria Sric Rosanti	C	B
20	206207	Maryanto Setiadi Putra Kaleka	C	A
21	216554	Miftahul Jannah	C	B
22	216555	Muhammad Dandi Susilo	C	-
23	216556	Natanaela Esra Kirana Putri Nanda	C	B
24	216559	Pritania Aurelia Putri	C	B
25	216560	Relawati Agustin pamungkas	C	B
26	216561	Reza Pahlawan	C	-
27	216562	Risalatul Kali Maya	C	B
28	216563	Sehlfi Marifatil Laili	C	B
29	216564	Silvester Ongky Putero	C	B
30	216565	Siti Rahayu	C	B
31	216566	Theresia Margaretha	C	B
32	216567	Veridiana Aldena Renasta	C	A
33	216568	Yogi Agus Endriarto	C	B

ISWA SEMESTER GANJIL 2024/2025

MATA KULIAH	: Tourism Business Marketing Analysis
Dosen	: YERIKA AYU SALINDRI, SS., M.Sc

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

PRESEN

KLAS : C

(1+2)

No	NIM	NAMA	Klas	27/08/2024	03/09/2024	10/09/2024
				1	2	3
1	216533	Abdurrasyid Hakim Amanullah	C	X	X	X
2	216534	Agnes Gracella	C	√	√	√
3	216535	Ahnaf Prabaswara Sutarto	C	X	X	X
4	216536	Amanda Jesica Haryatik	C	√	√	√
5	216537	Angga Dwi Putra Lestama	C	X	X	X
6	216538	Annisa Melia Putri	C	√	√	√
7	216539	Bellinda Artamevia	C	√	√	X
8	216540	Brianaldus Janggur	C	√	√	X
9	216541	Cici Putri Munawaroh	C	X	√	√
10	216542	Devina Bella Alfreda	C	√	√	X
11	216544	Edowardus Brain Reyaan	C	√	√	√
12	216545	Evita Aprilia Novitasari	C	√	√	X
13	216546	Gayatri Aura Salamah	C	√	√	√
14	216547	Happy Tabaru Wahyu Prasetyo	C	√	√	√
15	216549	Indra Pratama	C	√	√	√
16	216901	Jennifer Rosa Mystica	C	√	√	√
17	216550	Kharisma Febriyanti	C	√	√	√
18	216552	Made Ayu Parwati	C	X	√	X
19	216553	Maria Sric Rosanti	C	√	√	X
20	206207	Maryanto Setiadi Putra Kaleka	C	√	√	X
21	216554	Miftahul Jannah	C	√	√	√
22	216555	Muhammad Dandi Susilo	C	√	√	√
23	216556	Natanaela Esra Kirana Putri Nanda	C	√	√	√
24	216559	Pritania Aurelia Putri	C	√	√	√
25	216560	Relawati Agustin pamungkas	C	X	√	√
26	216561	Reza Pahlawan	C	X	X	√
27	216562	Risalatul Kali Maya	C	X	√	√
28	216563	Sehlfi Marifatil Laili	C	X	√	√
29	216564	Silvester Ongky Putero	C	X	X	X
30	216565	Siti Rahayu	C	√	√	√
31	216566	Theresia Margaretha	C	√	√	√
32	216567	Veridiana Aldena Renasta	C	√	√	√

33	216568	Yogi Agus Endriarto	**C**	√	√	X

KETERANGAN :

(*) : Diisi dengan tanngal pertemuan

(S) : SAKIT (bila ada surat pemberitahuan)

SI MAHASISWA SEMESTER GANJIL 2024/2025

Tourism

TANGGAL PERTEMUAN							
17/09/2024	24/09/2024	01/10/2024	08/10/2024	15/10/2024	22/10/2024	29/10/2024	05/11/2024
4	5	6	7	8	9	10	11
√	√	√	√	√	√	√	X
√	X	X	X	X	√	√	√
√	X	X	X	X	√	X	X
√	√	√	√	√	√	√	√
√	X	√	√	√	√	√	√
√	√	√	√	√	√	X	X
√	√	√	√	√	√	√	√
√	X	√	√	X	√	X	X
√	√	√	√	√	√	X	X
√	√	√	√	√	√	√	√
√	X	X	X	X	√	√	√
√	√	√	√	√	√	X	√
√	X	X	X	X	√	√	√
√	√	√	√	√	√	X	X
√	√	√	√	√	√	X	X
√	√	√	√	X	√	X	√
√	√	√	√	√	√	√	√
√	√	√	√	√	√	√	√
√	√	√	√	X	√	X	X
√	√	√	√	√	√	√	√
√	√	√	√	√	√	√	√
√	X	X	√	X	√	√	X
√	√	√	√	√	√	X	X
√	√	√	√	√	√	√	√
√	X	X	X	X	√	√	√
√	X	√	√	√	√	√	√
√	X	√	√	√	√	√	√
√	X	X	X	X	√	√	√
√	X	√	√	√	√	√	√
√	√	X	√	√	√	√	X
√	X	√	√	√	√	√	√
√	√	√	√	√	√	√	√

√	√	√	√	√	√	√	√

(√) : HADIR (X)

(I) : IJIN (bila ada surat pemberitahuan)

MATA KULIAH : Tourism Business Marketing Analysis
Dosen : YERIKA AYU SALINDRI, SS., M.Sc

				KETERANGAN				
19/11/2024	26/11/2024	03/12/2024	10/12/2024					
13	14	15	16	S	I	X	∑	%
√	√	√	√			4	11	73.33 %
√	√	√	√			4	11	73.33 %
X	X	√	X			12	3	20 %
√	√	√	√				15	100 %
√	√	√	√			4	11	73.33 %
√	√	√	√			2	13	86.67 %
X	X	√	√			3	12	80 %
X	√	√	√			6	9	60 %
√	√	√	√			3	12	80 %
√	X	√	√			2	13	86.67 %
√	X	√	√			5	10	66.67 %
√	√	√	√			2	13	86.67 %
√	X	√	√			5	10	66.67 %
√	√	√	√			2	13	86.67 %
√	√	√	√			2	13	86.67 %
√	√	√	√			2	13	86.67 %
X	X	√	√			2	13	86.67 %
√	√	√	√			2	13	86.67 %
X	X	√	X			7	8	53.33 %
√	X	√	√			2	13	86.67 %
√	√	√	√				15	100 %
X	X	√	X			7	8	53.33 %
X	√	√	√			3	12	80 %
√	√	√	√				15	100 %
√	X	√	√			6	9	60 %
√	X	√	X			5	10	66.67 %
√	√	√	√			2	13	86.67 %
√	X	√	√			6	9	60 %
√	√	√	√			4	11	73.33 %
√	√	√	√			2	13	86.67 %
√	√	√	√			1	14	93.33 %
√	√	√	√				15	100 %

√	√	√	√			1	14	93.33 %

: Tanpa ada keterangan

	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER **JURUSAN/PRODI: S1 PARIWISATA** **SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOYAKARTA (STiPRAM)**						
MATA KULIAH		**KODE**	**Rumpun MK**	**BOBOT (sks)**		**SEMES-TER**	**Direvisi**
TOURISM BUSINESS MARKETING ANALYSIS		-					
OTORISASI		**Pengembang RP**	**Koordinator RMK**			**Ka PRODI**	
Capaian Pembelajaran (CP)	**Program Studi**						
	CP S :Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri. CP KU:Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur. CP KK :Mampu mengaplikasikan kemampuan praktis pemasaran dan bisnis pariwisata CP PP : Mampu memahami dan menguasai kegiatan yang berkaitan dengan teori dan praktek pemasaran bisnis pariwisata						
	Mata Kuliah						
	Tourism Business Marketing Analysis menjelaskan bagaimana orientasi dan strategi pemasaran pariwisata sebagai sebuah bisnis. Pemasaran dipahami sebagai proses terintegrasi yang melibatkan banyak factor dari sisi cara mengenali, memahami produk yang akan dijual, karakteristik pasar yang ditargetkan, hingga cara mencapai atau meraih pasar secara optimal.						
Diskripsi Singkat MK	Mata Kuliah ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang dasar-dasar pemasaran dalam pariwisata yang karena sifat dan karakternya memiliki perbedaan dengan pemasaran konvensional.						
Pustaka	**Utama :** 1. *Marketing for Hospitality and Tourism* 2017, Philip Kotler, John T. Bowen, James C. Makens, Seyhmus Baloglu, Pearson. 2. *Marketing For Tourism & Hospitality*, 2019., Alan Fyall. Et.al, Routlede, NY. 3. *Marketing Tourism & Hospitality Concept and Cases*, 2021, Richarge George, Palgrave McMillan, Springer. **Pendukung :** 1. Jurnal Pemasaran baik nasional maupun internasional 2. Majalah Marketing 3. Majalah Pariwisata						
Media Pembelajaran	**Software :**			**Hardware :**			
	Windows, Microsoft office, Power Point, Video			Handout, Makalah kelompok, LCd, PC, Laptop			
Team Teaching							

Matakuliah Syarat	

Mg Ke-	CP-MK (Sesuai tahapan belajar)	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Metode / Strategi Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Assessment		
				Indikator	Bentuk	Bobot
1	1. Mampu memahami definisi dan lingkup pariwisata sebagai bisnis 2. Mampu memahami karakteristik pemasaran jasa 3. Mampu memahami tren atau kecenderungan dalam pemasaran pariwisata	**Materi:** INTRODUCTION SERVICE MARKETING and TOURISM BUSINESS **Sub Materi:** 1. Definisi Bisnis Pariwisata 2. Definisi Service Marketing 3. Pariwisata Sebagai Bisnis 4. Tren pemasaran pariwisata	**Kuliah** : Pengantar, aturan main perkuliahan, penyampaian materi melalui metode ceramah, dan diskusi **TM** : 1 x (2x50')			
2	1. Memahami perbedaan pemasaran jasa dan manufaktur 2. Memahami karakteristik jasa dan pemasaran jasa 3. Memahami nilai-nilai pemasaran 4. Memahami unsur bauran pemasaran dalam pariwisata	**Materi:** PRINSIP-PRINISIP DALAM PEMASARAN PARIWISATA (*BASIC PRINCIPLES OF TOURISM MARKETING*) **Sub Materi:** 1. Karakeristik Jasa dan Pemasaran Jasa - Inseparability - Intangibility - Perishability - Variability 2. Pemasaran adalah Proses 3. Bauran Pemasaran 4ps	**Kuliah:** Penyampaian materi melalui metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi. **TM** : 1 x (2x50')			

Mg Ke-	CP-MK (Sesuai tahapan belajar)	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Metode / Strategi Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Assessment		
				Indikator	Bentuk	Bobot
		Dalam konteks pariwisata				
3	1. Memahami cara mengenali factor eksternal dan internal yang berpengaruh pada pemasaran pariwisata dan bisnis pariwisata 2. Memahami kebijakan yang dapat diacu dalam menentukan strategi pemasaran 3. Mengetahui dan memahami hambatan-hambatan yang mungkin terjadi 4. Memahami keberadaan kompetitor	**Materi:** ANALISIS LINGKUNGAN PEMASARAN DAN BISNIS PARIWISATA (*SITUATION ANALYSIS ON BUSINESS & TOURISM MARKETING*) **Sub Materi:** 1. Isu-isu Internal dan Eksternal pariwisata (Sosial, Politik, Ekonomi, Lingkungan) 2. Barrier to exit 3. Barrier to entry 4. Kebijakan pemasaran pariwisata di Indonesia 5. Para pesaing	**Kuliah:** Penyampaian materi melalui metode pengamatan lapangan, ceramah, tanya jawab, dan diskusi. **TM** : 1 x (2x50') **Tugas :** Membuat sebuah analisis lingkungan internal eksternal atas kondisi pariwisata di daerah masing-masing			
4.	1. Mengetahui, factor-faktor keputusan pembelian wisatawan dan kecenderungan dalam melakukan perjalanan 2. Membedakan karakteristik dan perilaku wisman dan wisnus dan wisatawan minat khusus 3. Memahami preferensi	**Materi:** PERILAKU KONSUMEN DAN KARAKTERISTIK WISATAWAN (*CONSUMER BEHAVIOUR & TOURISTS CHARACTERISTICS*) **Sub Materi:** 1. Keputusan pembelian wisatawan (*Propensity to travel*) 2. Karakteristik perilaku	**Kuliah:** Penyampaian materi melalui metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi. **TM** : 1 x (2x50')			

Mg Ke-	CP-MK (Sesuai tahapan belajar)	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Metode / Strategi Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Assessment		
				Indikator	Bentuk	Bobot
	wisatawan berdasarkan segmen 4. Memahami implikasinya dalam strategi pemasaran	Wisman dan Wisnus 3. Special interest tourists 4. Faktor Perilaku Konsumen (Personal, Psikologi, Sosial, Budaya) 5. Implikasi pemasaran				
5.	1. Mengetahui, dan memahami pentingnya melakukan riset pemasaran dalam sebuah keputusan pemasaran 2. Mengetahui dan memahami cara melakukan riset pemasaran 3. Mengetahui kemungkinan terjadi kesalahan (*research error*) dalam riset pemasaran	**Materi:** RISET PASAR DALAM BISNIS PARIWISATA (*MARKETING RESEARCH IN TOURISM BUSINESS*) **Sub Materi:** 1. Pengertian Riset Pemasaran 2. Fungsi dan manfaat melakukan riset pasar 3. Langkah-Langkah Melakukan Riset Pemasaran 4. Kesalahan-kesalahan yang mungkin terjadi dalam riset pemasaran	**Kuliah:** Penyampaian materi melalui metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi. **TM** : 1 x (2x50') **Tugas** : Studi kasus riset pemasaran dalam pariwisata			
6.	1. Memahami definisi STP dan 8Ps Marketing Mix 2. Memahami dan mengetahui cara menentukan segmentasi dan target	**Materi:** SEGMENTATION TARGET POSITIONING DAN 8Ps MARKETING **Sub Materi:** 1. Segmentasi Pasar	**Kuliah:** Penyampaian materi melalui metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi. **TM** : 1 x (3x50') **Tugas :**			

Mg Ke-	CP-MK (Sesuai tahapan belajar)	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Metode / Strategi Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Assessment		
				Indikator	Bentuk	Bobot
	pemasaran 3. Mampu menentukan diferensiasi produk dan strategi pemasaran 4. Mampu mendefinisikan positioning produk secara spesifik dibanding produk lainnya	Wisatawan 2. Target pasar 3. Diferensiasi Pemasaran dan Mass Marketing 4. Market Positioning (Parity and Point of Different) 5. 8Ps Marketing MIX (Product, Price, Place, People, Promotion, Positioning, Process, Performance)	Membuat analisis bauran pemasaran sebuah destinasi pariwisata (Bromo, Candi Prambanan, Hotel, Produk Gastronomi)			
7.	1. Mahasiswa mampu dasar teori komunikasi dalam pemasaran 2. Mampu menilai dan memilih media promosi yang tepat 3. Mengenal tren media promosi saat ini dan implikasinya dalam promosi pariwisata	**Materi:** KOMUNIKASI PEMASARAN TERINTEGRASI (*INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*) **Sub Materi:** 1. Teori komunikasi 2. Bauran Promosi 3. Alat-Alat Promosi Dalam Pariwisata 4. Pemasaran Digital (5.0 Marketing) dan Peran social media	**Kuliah:** Penyampaian materi melalui metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi **TM** : 1 x (2x50') **Tugas :** Membuat strategi promosi sebuah produk / destinasi pariwisata			
8.	**Evaluasi Tengah Semester (Evaluasi Formatif-Evaluasi yg dimaksudkan untuk melakukan improvement proses pembelajaran berdasarkan assessment yang telah dilakukan)**					
9.	1. Mampu mengenali tren penggunaan teknologi	**Materi:** PERAN TEKNOLOGI	**Kuliah:** Penyampaian materi			

Mg Ke-	CP-MK (Sesuai tahapan belajar)	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Metode / Strategi Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Assessment		
				Indikator	Bentuk	Bobot
	sebagai alat bantu dalam pemasaran 2. Mampu memahami bahwa teknologi memiliki peran dalam efektifitas dan efisiensi pemasran	DALAM PEMASARAN PARIWISATA (*ICT ON TOURISM MARKETING*) **Sub Materi:** 1. Era VUCA (Volatilty Uncertanty, Complexity, Ambiguity) 2. Revolusi Teknologi 3. Internet Mengubah Dunia Pemasaran 4. Tren Pemasaran Masa Depan	melalui metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi. **TM** : 1 x (2x50') **Tugas** : Studi kasus peran teknologi yang membantu meningkatkan performa bisnis pariwisata (destinasi yang viral)			
10.	1. Mengetahui, memahami pentahapan perencanaan pemasaran (5W 1H) 2. Mampu merencanakan pemasaran dalam konteks aplikasi produk dan pasar pariwisata 3. Mampu merencanakan secara stratejik (jangka Panjang) maupun taktis (jangka pendek)	**Materi:** PERENCANAAN PEMASARAN PARIWISATA (MARKETING PLAN) **Sub Materi:** 1. Tahapan Perencanaan pemasaran 2. Pemetaan Produk dan pasar 3. Strategi bauran pemasaran dan bauran promosi 4. Strategic & Tactical Marketing Plan	**Kuliah:** Penyampaian materi melalui metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi. **TM** : 1 x (2x50') **Tugas** : Studi kasus perencanaan pemasaran produk pariwisata secara komprehensif (stratejik dan taktis)			
11	1. Mengetahui dan	**Materi:**	**Kuliah:**			

Mg Ke-	CP-MK (Sesuai tahapan belajar)	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Metode / Strategi Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Assessment		
				Indikator	Bentuk	Bobot
	memahami karakteristik dan tipologi produk-produk pariwisata (destinasi) 2. Mengenali STP destinasi dan cara memasarkannnya 3. Mengenali sejumlah praktek terbaik pengembangan produk pariwisata	PENGEMBANGAN PRODUK DAN PEMASARAN DESTINASI **Sub Materi:** 1. Responsible Tourism Marketing 2. Typology of Tourism Product 3. Marketing Strategy 4. Best Practice (Destinasi Terbaik)	Penyampaian materi melalui metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi. **TM** : 1 x (2x50') **Tugas** : BTDC, Mandalika, Batam, Ecovillage Sumba, Taman Nasional Bali Barat			
12.	1. Mengetahui dan memahami sumber-sumber pendapatan secara ekonomi sector pariwisata sebagai bisnis 2. Memahami dampak multiplier 3. Mehamami dan mengerti Mata rantai bisnis pariwisata 4. Memahami dampak bisnis pariwisata bagi pembangunan .	**Materi:** EKONOMI BISNIS PARIWISATA (*ECONOMIC OF TOURISM BUSINESS*) **Sub Materi:** 1. Pendapatan Sektor Pariwisata (*Tourism Business*) 2. Multiplier Effect 3. Matan rantai bisnis pariwisata (*tourism business chain*) 4. Manfaat bisnis pariwisata bagi pembangunan	**Kuliah:** Penyampaian materi melalui metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi. **TM** : 1 x (2x50') **Tugas** : Menghitung devisa pariwisata di daerah masing-masing			
13.	1. Mengetahui organisasi	**Materi:**	**Kuliah:**			

Mg Ke-	CP-MK (Sesuai tahapan belajar)	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Metode / Strategi Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Assessment		
				Indikator	Bentuk	Bobot
	pemasaran dalam pariwisata dan siapa saja pihak yang terlibat 2. Memahami bagaimana pariwisata dapat berjalan efektif melalui pihak-pihak terkait 3. Memahami cara menjalin Kerjasama dengan para pihak	ORGANISASI PEMASARAN PARIWISATA DAN PARA PEMANGKU KEPENTINGAN (*TOURISM MARKETING ORGANIZATION & STAKEHOLDERS*) **Sub Materi:** 1. Badan Promosi Pariwisata 2. Lini distribusi dan peran pelaku usaha dalam pemasaran pariwisata 3. Para Pihak Terkait	Penyampaian materi melalui metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi. **TM** : 1 x (2x50') **Tugas**: Mencari format badan promosi pariwisata di dalam / luar negeri			
14.	1. Memahami bahwa control dan evaluasi dalam pemasaran penting dilakukan 2. Memahami cara melakukan evaluasi pemasaran 3. Memahami strategi pemasaran yang efektif	**Materi:** KONTROL DAN EVALUASI PEMASARAN PARIWISATA (*CONTROL & EVALUTION OF TOURISM MARKETING*) **Sub Materi:** 1. SERVQUAL 2. Importance Performance Analysis 3. Evaluasi Program, Profitabilitas, Efisiensi, dan Strategi 4. Penilaian kinerja	**Kuliah:** Penyampaian materi melalui metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi. **TM** : 1 x (2x50') **Tugas** : Simulasi evaluasi dengan metode Servqual, dan IPA Analysis			

Mg Ke-	CP-MK (Sesuai tahapan belajar)	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Metode / Strategi Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Assessment		
				Indikator	Bentuk	Bobot
		pemasaran				
15.	1. Mampu memahami makna branding bagi sebuah destinasi 2. Mengenali destinasi-destinasi yang sukses dengan branding 3. Mengetahui dampak branding destinasi dalam menggerakan kunjungan wisatawan 4. Memahami pentahapan dan program branding sebuah destinasi	**Materi:** **DESTINATION BRANDING** **Sub Materi:** 1. Brand dan Identitas Destinasi 2. Tahapan Branding 3. Program Branding 4. Efek Destination Branding Bagi Wisatawan	**Kuliah:** Penyampaian materi melalui metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi. **TM** : 1 x (2x50') **Tugas** : Mencari contoh destination branding di suatu destinasi			
16.	**Evaluasi Akhir Semester (Evaluasi yg dimaksudkan untuk mengetahui capaian akhir hasil belajar mahasiswa)**					

Mg Ke-	Materi Pembelajaran
1	**Materi:** **INTRODUCTION SERVICE MARKETING & TOURISM BUSINESS** **Sub Materi:** 1. Definisi Bisnis Pariwisata 2. Definisi Service Marketing 3. Pariwisata Sebagai Bisnis 4. Tren pemasaran pariwisata
2	**Materi:** **BASIC PRINCIPLES OF TOURISM MARKETING)** **Sub Materi:** 1. Karakeristik Jasa dan Pemasaran Jasa - Inseparability - Intangibility - Perishability - Variability 2. Pemasaran adalah Proses 3. Bauran Pemasaran 4ps Dalam konteks pariwisata
3	**Materi:** **SITUATION ANALYSIS ON BUSINESS & TOURISM MARKETING** **Sub Materi:** 1. Isu-isu Internal dan Eksternal pariwisata (Sosial, Politik, Ekonomi, Lingkungan) 2. Barrier to exit 3. Barrier to entry 4. Kebijakan pemasaran pariwisata di Indonesia 5. Para pesaing
4.	**Materi:** **CONSUMER BEHAVIOUR & TOURISTS CHARACTERISTICS** **Sub Materi:** 1. Keputusan pembelian wisatawan (*Propensity to travel*) 2. Karakteristik perilaku Wisman dan Wisnus 3. Special interest tourists 4. Faktor Perilaku Konsumen (Personal, Psikologi, Sosial, Budaya) 5. Implikasi pemasaran
5.	**Materi:** **MARKETING RESEARCH IN TOURISM BUSINESS** **Sub Materi:** 1. Pengertian Riset Pemasaran 2. Fungsi dan manfaat melakukan riset pasar 3. Langkah-Langkah Melakukan RIset Pemasaran

Mg Ke-	Materi Pembelajaran
	4. Kesalahan-kesalahan yang mungkin terjadi dalam riset pemasaran
6.	**Materi:** **SEGMENTATION TARGET POSITIONING DAN 8Ps MARKETING** **Sub Materi:** 1. Segmentasi Pasar Wisatawan 2. Target pasar 3. Diferensiasi Pemasaran dan Mass Marketing 4. Market Positioning (Parity and Point of Different) 5. 8Ps Marketing MIX (Product, Price, Place, People, Promotion, Positioning, Process, Performance)
8.	**Materi:** **INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION** **Sub Materi:** 1. Teori komunikasi 2. Bauran Promosi 3. Alat-Alat Promosi Dalam Pariwisata 4. Pemasaran Digital (5.0 Marketing) dan Peran social media
9.	**Materi:** **ROLE OF ICT ON TOURISM MARKETING** **Sub Materi:** 1. Era VUCA (Volatilty, Uncertanty, Complexity, Ambiguity) 2. Revolusi Teknologi 3. Internet Mengubah Dunia Pemasaran 4. Tren Pemasaran Masa Depan
10.	**Materi:** **MARKETING PLAN** **Sub Materi:** 1. Tahapan Perencanaan pemasaran 2. Pemetaan Produk dan pasar 3. Strategi bauran pemasaran dan bauran promosi 4. Strategic & Tactical Marketing Plan
11	**Materi:** **PRODUCT DEVELOPMENT & DESTINATION MARKETING** **Sub Materi:** 1. Responsible Tourism Marketing 2. Typology of Tourism Product 3. Marketing Strategy 4. Best Practice (Destinasi Terbaik)

Mg Ke-	Materi Pembelajaran
12.	**Materi:** **ECONOMIC OF TOURISM BUSINESS** **Sub Materi:** 1. Pendapatan Sektor Pariwisata (*Tourism Business*) 2. Multiplier Effect 3. Mata rantai bisnis pariwisata (*tourism business chain*) 4. Manfaat bisnis pariwisata bagi pembangunan
13.	**Materi:** **TOURISM MARKETING ORGANIZATION & STAKEHOLDERS** **Sub Materi:** 1. Badan Promosi Pariwisata 2. Lini distribusi dan peran pelaku usaha dalam pemasaran pariwisata 3. Para Pihak Terkait
14.	**Materi:** **CONTROL & EVALUTION OF TOURISM MARKETING** **Sub Materi:** 1. SERVQUAL 2. Importance Performance Analysis 3. Evaluasi Program, Profitabilitas, Efisiensi, dan Strategi 4. Penilaian kinerja pemasaran
15.	**Materi:** **TOURISM BRANDING** **Sub Materi:** 1. Brand dan Identitas Destinasi 2. Tahapan Branding 3. Program Branding 5. Efek Destination Branding Bagi Wisatawan