



POLITEKNIK BINTAN CAKRAWALA

FORMULIR

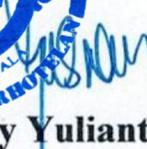
ISSUED:

UPDATE:

Updated:



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PROGRAM STUDI DIPLOMA 4 PENGELOLAAN PERHOTELAN

| MATA KULIAH | KODE | Rumpun MK | Jenis MK | Bobot (SKS) | | | | Semester | MK Prasyarat | Disusun tgl |
|--------------------------------|--|---|----------|-------------|---|---|---|--|--------------|--------------|
| Manajemen Pemasaran Pariwisata | 20722PP | Mata Kuliah Prodi Umum | Wajib | T | 2 | P | 0 | 2 | N/A | 5 Maret 2024 |
| DESKRIPSI MATA KULIAH | Mata Kuliah ini merupakan mata kuliah yang mempelajari bagaimana sebuah manajemen dalam pemasaran kepariwisataan, agar mahasiswa mampu mengetahui proses pemasaran dari sebuah usaha wisata. | | | | | | | | | |
| OTORISASI | Penyusun RPS | | | | | | | Ketua Program Studi | | |
| |  Welli Braham Kurniawan, SST.Par., M.Par | | | | | | |   Hetty Yulianti, S.S., M.Par | | |
| CAPAIAN PEMBELAJARAN | CPL yang dibebankan pada mata kuliah | | | | | | | | | |
| | CPL 1 | Mengintegrasikan nilai, norma dan etika akademik. (S8) | | | | | | | | |
| | CPL 2 | Menguasai konsep teoritis bauran pemasaran, penjualan serta penentuan segmentasi, target dan penentuan posisi pasar untuk produk dan layanan hotel secara mendalam. (P4) | | | | | | | | |
| | CPL 3 | Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja sama dan hasil kerja sama di dalam maupun di luar lembaganya. (KU6) | | | | | | | | |
| | CPL 4 | Mampu merancang kegiatan promosi atas produk dan layanan hotel yang dapat menunjukkan potensi nyata dari produk dan layanan yang dipromosikan pada aspek penambahan jumlah tamu. (KU10) | | | | | | | | |

POLITEKNIK BINTAN CAKRAWALA

FORMULIR

ISSUED:

UPDATE:

Updated:

| | | |
|---|--|---|
| <p>Tujuan Pembelajaran</p> | <p>Tujuan pembelajaran pada mata kuliah</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Menguasai konsep manajemen pemasaran pariwisata secara mendalam. 2 Mampu menerapkan pelaksanaan peninjauan kondisi internal dan eksternal perusahaan/organisasi sebagai bahan pertimbangan untuk menetapkan strategi pemasaran. 3 Mampu menerapkan pelaksanaan riset pasar, termasuk didalamnya tentang kondisi pasar, target pasar, tren pasar dan pesaing 4 Mampu menjelaskan penerapan strategi pemasaran dan penjualan, termasuk didalamnya pemasaran online/offline, penetapan harga, dan strategi promosi. | |
| <p>MATERI PEMBELAJARAN / POKOK BAHASAN</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengantar manajemen pemasaran 2. Memahami kondisi internal dan eksternal melalui analisis SWOT 3. Segmenting, Targeting dan Positioning (STP) di dalam pasar 4. Analisis perilaku konsumen 5. Bauran pemasaran 7P 6. Bauran promosi 7. Strategi diferensiasi 8. UTS 9. Evolusi pemasaran 1.0 s.d 5.0 10. Manajemen Merk 11. Manajemen hubungan pelanggan (CRM) 12. Pemasaran digital 13. Pemasaran berbasis data (<i>data-driven marketing</i>) 14. Manajemen saluran pemasaran (<i>channel marketing</i>) 15. Pemasaran afiliasi (<i>affiliate marketing</i>) 16. UAS | |
| <p>MEDIA PEMBELAJARAN</p> | <p>Software: Ms Office, Analytic Platform</p> | <p>Hardware: Komputer, Proyektor + layar</p> |

POLITEKNIK BINTAN CAKRAWALA

FORMULIR

ISSUED:

UPDATE:

Updated:

| | |
|-----------------------|--|
| PUSTAKA | <p>Utama</p> <ol style="list-style-type: none"> Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2018). Marketing Management 14th Edition. Prentice Hall: New Jersey Ellis Sean & Brown Morgan. (2017). Hacking Growth: How Today's Fastest-Growing Companies Drive Breakout Success. Currency: New York Nir Eyal. (2014). Hooked: How to Build Habit-Forming Products. England Kotler Philip, Kartajaya Hermawan dan Setiawan Iwan. (2016). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. John Wiley & Sons: New Jersey Berger Jonah. (2014). Contagious: How to Build Word of Mouth in The Digital Age. Simon & Schuster: New York <p>Pendukung</p> <ol style="list-style-type: none"> Kotler Philip, John T. Brown & James C. Makens (2010). Marketing for Hospitality and Tourism, 5th Edition. Pearson: London Donald R. Lehmann & Russel S. Winer. (2005). Analysis for Marketing Planning. Sixth Edition. Mc.Graw-Hill International Edition |
| DOSEN PENGAMPU | Welli Braham Kurniawan, SST.Par., M.Par. |

| Minggu ke (1) | Kemampuan akhir yang diharapkan (sesuai tahapan belajar) (2) | Bahan Kajian (Materi Ajar) (3) | Metode Pembelajaran Dan Estimasi Waktu (4) | Asesmen | | |
|------------------|---|---|--|--|--|--|
| | | | | Indikator (5) | Kriteria dan Bentuk Penilaian (6) | Deskripsi Tugas (7) |
| 1 | Mampu menjelaskan pengertian, tujuan serta konsep pemasaran dan penjualan | <ul style="list-style-type: none"> Pengertian manajemen pemasaran Tujuan manajemen pemasaran Pemasaran dan Penjualan | <ul style="list-style-type: none"> Presentasi Diskusi Tanya jawab <p>TM: 100"</p> | Ketepatan dalam menjelaskan pengertian, tujuan serta konsep pemasaran dan penjualan | <p>Kriteria: Penilaian partisipasi keaktifan individu dalam kelas</p> <p>Bentuk non-tes: Tanya jawab</p> | <p>Tugas: Menyusun ringkasan tentang informasi yang dijelaskan dalam pertemuan</p> |
| 2 | Mampu menganalisis kondisi internal dan eksternal melalui analisis SWOT | <p>SWOT Analysis:</p> <ul style="list-style-type: none"> Strength Weakness Opportunity | <ul style="list-style-type: none"> Presentasi Diskusi Tanya Jawab PBL | Ketepatan dalam menerapkan analisis kondisi internal dan eksternal melalui analisis SWOT | <p>Kriteria: Penilaian partisipasi keaktifan individu dalam kelas</p> | <p>Tugas: Membuat analisis kondisi internal dan eksternal melalui analisis SWOT</p> |

POLITEKNIK BINTAN CAKRAWALA

FORMULIR

ISSUED:

UPDATE:

Updated:

| | | | | | | |
|---|--|---|--|---|--|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Threat | TM: 100'' | | <p>Bentuk non-tes: Tanya jawab</p> | |
| 3 | Mampu menerapkan penetapan Segmen, Target dan Posisi (STP) di dalam pasar | <ul style="list-style-type: none"> • Segmentasi pasar • Target Pasar • Posisi Pasar | <ul style="list-style-type: none"> • Presentasi • Diskusi • Tanya Jawab • PBL <p>TM: 100''</p> | Ketepatan dalam menerapkan penetapan Segmen, Target dan Posisi (STP) di dalam pasar | <p>Kriteria: Penilaian partisipasi keaktifan individu dalam kelas</p> <p>Bentuk non-tes: Tanya jawab</p> | <p>Tugas: Membuat analisis terkait segmentasi, penargetan dan pemosisian pada pasar</p> |
| 4 | Mampu menganalisis perilaku konsumen | <ul style="list-style-type: none"> • Faktor kengambilan keputusan • Perilaku pembelian • Pengaruh referensi • Loyalitas konsumen | <ul style="list-style-type: none"> • Presentasi • Diskusi • Tanya Jawab • PBL • Studi kasus <p>TM: 100''</p> | Ketepatan melakukan analisis perilaku konsumen | <p>Kriteria: Penilaian partisipasi keaktifan individu dalam kelas</p> <p>Bentuk non-tes: Tanya jawab</p> | <p>Tugas: Membuat analisis terkait perilaku konsumen</p> |
| 5 | Mampu menganalisis strategi bauran pemasaran 7P (<i>Mrketing Mix 7P</i>) | <ul style="list-style-type: none"> • Produk • Price • Place • Promotion • People • Process • Physical Evidence | <ul style="list-style-type: none"> • Presentasi • Diskusi • Tanya Jawab • PBL <ul style="list-style-type: none"> • Studi kasus <p>TM: 100''</p> | Ketepatan dalam menganalisis strategi bauran pemasaran 7P yang dapat diterapkan. | <p>Kriteria: Menyelesaikan latihan soal dengan tepat.</p> <p>Bentuk non-tes: Latihan soal</p> | <p>Tugas: Membuat analisis bauran pemasaran 7P yang dapat diterapkan</p> |

POLITEKNIK BINTAN CAKRAWALA

| FORMULIR | ISSUED: | | | UPDATE: | Updated: | |
|----------|---|--|--|---|---|--|
| 6 | Mampu menganalisis strategi bauran promosi (<i>Promotion Mix</i>) | <ul style="list-style-type: none"> • Periklanan (<i>Advertising</i>) • Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>) • Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>) • Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>) | <ul style="list-style-type: none"> • Presentasi • Diskusi • Tanya Jawab • PBL • Studi kasus <p>TM: 100”</p> | Ketepatan dalam menganalisis strategi bauran promosi yang dapat diterapkan. | <p>Kriteria: Menyelesaikan latihan soal dengan tepat.</p> <p>Bentuk non-tes: Latihan soal</p> | <p>Tugas: Membuat analisis bauran promosi yang dapat diterapkan</p> |

POLITEKNIK BINTAN CAKRAWALA

| FORMULIR | ISSUED: | UPDATE: | Updated: |
|----------|---------|---------|----------|
|----------|---------|---------|----------|

| | | | | | | |
|----|--|--|--|---|--|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan Langsung (<i>Direct Selling</i>) | | | | |
| 7 | Mampu menganalisis strategi diferensiasi yang dapat diterapkan | <ul style="list-style-type: none"> • Pengertian dan tujuan strategi diferensiasi • Elemen strategi diferensiasi | <ul style="list-style-type: none"> • Presentasi • Diskusi • Tanya Jawab • PBL • Studi kasus <p>TM: 100"</p> | Ketepatan dalam menganalisis strategi diferensiasi yang dapat diterapkan | <p>Kriteria: Menyelesaikan latihan soal dengan tepat.</p> <p>Bentuk non-tes: Latihan soal</p> | <p>Tugas: Membuat analisis strategi diferensiasi yang dapat diterapkan</p> |
| 8 | Evaluasi Tengah Semester: Melakukan validasi hasil penilaian dan evaluasi | | | | | |
| 9 | Mampu menjelaskan evolusi pemasaran 1.0 s.d 5.0 | <ul style="list-style-type: none"> • Pengertian evolusi pemasaran • Karakter era pemasaran 1.0 s.d 5.0 | <ul style="list-style-type: none"> • Presentasi • Diskusi • Tanya Jawab • PBL • Studi kasus <p>TM: 100"</p> | Ketepatan dalam menjelaskan definisi dan karakter era pemasaran 1.0 s.d 5.0 | <p>Kriteria: Penilaian partisipasi keaktifan individu dalam kelas</p> <p>Bentuk non-tes: Tanya jawab</p> | <p>Tugas: Melakukan analisis strategi pemasaran berdasarkan karakter era pemasaran 1.0 s.d 5.0</p> |
| 10 | Mampu menganalisis strategi manajemen merk | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Brand Identity</i> • <i>Brand Positioning</i> • <i>Brand Equity</i> • <i>Brand Communication</i> • <i>Brand Development</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Presentasi • Diskusi • Tanya Jawab • PBL • Studi kasus <p>TM: 100"</p> | Ketepatan dalam menganalisis strategi manajemen merk | <p>Kriteria: Menyelesaikan latihan soal dengan tepat.</p> <p>Bentuk non-tes: Latihan soal</p> | <p>Tugas: Membuat analisis strategi manajemen merk yang dapat diterapkan</p> |
| 11 | Mampu menganalisis manajemen hubungan pelanggan (<i>CRM</i>) | <ul style="list-style-type: none"> • Strategi CRM • Teknologi CRM • Analisis dan Pengukuran kinerja CRM | <ul style="list-style-type: none"> • Presentasi • Diskusi • Tanya Jawab • PBL • Studi kasus <p>TM: 100"</p> | Ketepatan dalam menganalisis manajemen hubungan pelanggan (<i>CRM</i>) | <p>Kriteria: Menyelesaikan latihan soal dengan tepat.</p> <p>Bentuk non-tes: Latihan soal</p> | <p>Tugas: Membuat analisis strategi CRM yang dapat diterapkan</p> |
| 12 | Mampu menerapkan strategi pemasaran digital | <ul style="list-style-type: none"> • Elemen-elemen pemasaran digital | <ul style="list-style-type: none"> • Presentasi • Diskusi | Ketepatan dalam menerapkan strategi | <p>Kriteria: Menyelesaikan latihan</p> | <p>Tugas: Membuat analisis</p> |

POLITEKNIK BINTAN CAKRAWALA

| FORMULIR | ISSUED: | UPDATE: | Updated: |
|----------|--|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> Strategi pemasaran digital Alat dan platform yang dipakai dalam pemasaran digital | <ul style="list-style-type: none"> Tanya Jawab PBL Studi kasus <p>TM: 100”</p> | <p>pemasaran digital</p> <p>soal dengan tepat.</p> <p>Bentuk non-tes: Latihan soal</p> <p>strategi pemasaran yang dapat diterapkan</p> |
| 13 | Mampu menganalisis penerapan pemasaran berbasis data (<i>data-driven marketing</i>) | <ul style="list-style-type: none"> Pengertian pemasaran berbasis data Manfaat pemasaran berbasis data Pengumpulan dan pengelolaan data Analisis data | <ul style="list-style-type: none"> Presentasi Diskusi Tanya Jawab PBL Studi kasus <p>TM: 100”</p> <p>Ketepatan dalam menganalisis penerapan pemasaran berbasis data (<i>data-driven marketing</i>)</p> <p>Kriteria: Menyelesaikan latihan soal dengan tepat.</p> <p>Bentuk non-tes: Latihan soal</p> <p>Tugas: Membuat analisis strategi pemasaran yang dapat diterapkan</p> |
| 14 | Mampu menjelaskan manajemen saluran pemasaran (<i>channel marketing</i>) | <ul style="list-style-type: none"> Pengertian saluran pemasaran Strategi saluran pemasaran Teknologi dalam saluran pemasaran Komunikasi dan promosi dalam saluran pemasaran | <ul style="list-style-type: none"> Presentasi Diskusi Tanya Jawab PBL Studi kasus <p>TM: 100”</p> <p>Ketepatan dalam menjelaskan manajemen saluran pemasaran (<i>channel marketing</i>)</p> <p>Kriteria: Menyelesaikan studi kasus yang diberikan</p> <p>Bentuk non-tes: Studi kasus</p> <p>Tugas: Membuat analisis strategi manajemen saluran pemasaran yang dapat diterapkan</p> |
| 15 | Mampu menganalisis penerapan pemasaran afiliasi. | <ul style="list-style-type: none"> Pengertian dan manfaat pemasaran afiliasi Proses pemasaran afiliasi Model pembayaran pemasaran afiliasi Strategi pemasaran afiliasi Tren terkini dalam pemasaran afiliasi | <ul style="list-style-type: none"> Presentasi Diskusi Tanya Jawab PBL Studi kasus <p>TM: 100”</p> <p>Ketepatan dalam menganalisis penerapan pemasaran afiliasi.</p> <p>Kriteria: Menyelesaikan studi kasus yang diberikan</p> <p>Bentuk non-tes: Studi kasus</p> <p>Tugas: Membuat analisis strategi pemasaran afiliasi yang dapat diterapkan</p> |
| 16 | Ujian Akhir Semester | | |



POLITEKNIK BINTAN CAKRAWALA

FORMULIR

ISSUED:

UPDATE:

Updated:

Kriteria penilaian:

- Memahami konsep manajemen pemasaran pariwisata.
- Memahami konsep evolusi manajemen pemasaran 1.0 s.d 5.0 serta strategi dalam setiap eranya.
- Memahami penerapan strategi pemasaran konvensional dan pemasaran modern (termasuk didalamnya pemasaran digital).
- Memahami penerapan strategi pengelolaan merk (*branding management strategy*).
- Memahami penerapan analisis data pemasaran.

Indikator penilain:

- Ketepatan dalam menjelaskan konsep manajemen pemasaran pariwisata.
- Ketepatan dalam menjelaskan konsep evolusi manajemen pemasaran 1.0 s.d 5.0 serta strategi dalam setiap eranya.
- Ketepatan dalam menerapkan strategi pemasaran konvensional dan pemasaran modern (termasuk didalamnya pemasaran digital).
- Ketepatan dalam menerapkan strategi pengelolaan merk (*branding management strategy*).
- Ketepatan dalam menerapkan analisis data pemasaran.

Bobot Penilaian

| No | Kriteria | Bobot |
|----|-------------|-------|
| 1 | Kehadiran | 10% |
| 2 | Tes kecil 1 | 5% |
| 3 | Tes kecil 2 | 5% |
| 4 | UTS/produk | 40% |
| 5 | UAS/produk | 40% |
| | Total | 100% |

Bintan, 5 Maret 2024

Penyusun,

Welli Braham Kurniawan, SST.Par., M.Par