



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (SEMESTER LESSON PLAN)

Nomor Dok	FRM/KUL/01/02
Nomor Revisi	03
Tgl. Berlaku	29 Juli 2022
Standar SPMI	3.3.2

Disusun oleh (<i>Prepared by</i>)	Diperiksa oleh (<i>Checked by</i>)	Disetujui oleh (<i>Approved by</i>)	Tanggal Validasi (<i>Valid date</i>)
Dr. Hengky S. Halim., ST., MM	Dr. Hengky S. Halim., ST., MM	Dr. H. Sholahuddin Arsyad, S.E., M.Si.	

- | | | | |
|---|----------------------------------|--|---|
| 1. Fakultas (<i>Faculty</i>) | : Vokasi | | |
| 2. Program Studi (<i>Study Program</i>) | : Manajemen | Jenjang (<i>Grade</i>): D4 | |
| 3. Mata Kuliah (<i>Course</i>) | : Manajemen Pemasaran Hotel | SKS (<i>Credit</i>) : 3 | Semester (<i>Semester</i>) : |
| 4. Kode Mata Kuliah (<i>Code</i>) | : 1261704 | Sertifikasi (<i>Certification</i>) | : <input type="checkbox"/> Ya (<i>Yes</i>) <input type="checkbox"/> Tidak (<i>No</i>) |
| 5. Mata Kuliah Prasyarat (<i>Prerequisite</i>) | : - | | |
| 6. Dosen Koordinator (<i>Coordinator</i>) | : - | | |
| 7. Dosen Pengampuh (<i>Lecturer</i>) | : Dr. Hengky S. Halim., ST., MM. | <input type="checkbox"/> Tim (<i>Team</i>) | <input checked="" type="checkbox"/> Mandiri (<i>Personal</i>) |
| 8. Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (<i>Course Learning Outcomes</i>) | : | | |

Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)	Sikap	Pengetahuan	Detail
	S3		berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila;
	S6		bekerja sama dan memiliki kepekaan akan perkembangan pemasaran perhotelan;
	S9		menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri;
	PP2		menguasai konsep Pemasaran hotel secara mendalam dalam pengambilan keputusan
		KU1	mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks Pemasaran hotel

	Keterampilan Umum	KU2	mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi Pemasaran hotel ;
		KU3	mampu mengkombinasikan kompetensi teknikal, dan keahlian profesional dalam Pemasaran hotel
		KU10	mampu mempresentasikan dan mengkomunikasikan informasi kebijakan serta menyampaikan ide dan pendapatnya secara jelas, baik lisan maupun tertulis, kepada pemangku kepentingan
		KU11	mampu berkontribusi dalam tim untuk menyusun, menganalisis, dan menginterpretasi strategi Pemasaran hotel
	Keterampilan Khusus	KK2	mampu menyelesaikan masalah pemasaran dengan dasar kebijakan terkait
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	CPMK1	Mampu menguasai dan menjelaskan secara mandiri mengenai kebijakan Pemasaran hotel (S9, KU2, KK2)	
	CPMK2	Mampu menerapkan dan mengkombinasikan bagian kebijakan pengelolaan Pemasaran hotel (PP2, KU2, KU11, KK2)	
	CPMK3	Mampu berkontribusi dan bekerjasama dalam menginterpretasi dan mempresentasikan kebijakan pengelolaan Pemasaran hotel . (S3, S6, PP2, KU1, KU3, KU11, KK2)	
	CPMK4	Mampu menganalisis dan mengkaji kebijakan Pemasaran hotel secara terukur, objektif dan bertanggung jawab. (PP2, KU2, KU10, KK2)	
	CPMK5	Mampu menjelaskan kebijakan pengelolaan Pemasaran hotel . (PP2, KU2, KK2)	

9. Deskripsi Mata Kuliah

Deskripsi Singkat Mata Kuliah	Merupakan mata kuliah inti yang memberikan gambaran pengelolaan pemasaran hotel
-------------------------------	---

10. Bahan Kajian

Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	<ol style="list-style-type: none"> a. Konsep pemasaran hotel b. Kegiatan pemasaran hotel c. Kerjasama pemasaran hotel
------------------------------------	--

11. Implementasi Pembelajaran Mingguan (*Implementation Process of weekly learning time*)

Minggu	Sub CPMK (Kemampuan akhir yang direncanakan)	Bahan Kajian/Materi Pembelajaran (Study Material)	Bentuk dan Metode Pembelajaran [Estimasi Waktu] (Learning Method)	Sumber Belajar (Learning Resource)	Penilaian		
					Indikator (Indicator)	Kriteria & bentuk	Bobot
1	Mampu menjelaskan peralatan manajemen pemasaran hotel (CPMK 1.1) (C2, A2)	Manajemen pemasaran hotel	Kuliah dan Diskusi (Luring) Tatap Muka/Zoom [TM:1x(3x50'')] Tugas : Menjelaskan peralatan manajemen pemasaran hotel [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	Halim et al., (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. Yayasan Kita Menulis.	Ketepatan dalam menjelaskan manajemen pemasaran hotel	Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 1 Kuis	5%
2	Mampu menganalisis manajemen pemasaran hotel secara sistematis. (CPMK 2.1) (C4, A2)	Preferensi & motivasi tamu	Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka /Zoom [TM:1x(3x50'')] Tugas : Studi kasus menganalisis manajemen pemasaran hotel [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	Nurhidayat et al., (2021). Perancangan Sistem Aplikasi Manajemen Pemasaran Tour Dan Travel Pt. Mulya Agung Wisata, In <i>Semnas Ristek</i> (5),1.	Ketepatan dalam menganalisis manajemen pemasaran hotel.	Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 2 Kuis	5%
3	Mampu mengakses dan mengolah data. (CPMK 2.2) (C4, A2)	Analisis pemasaran hotel	Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka/Zoom [TM:1x(3x50'')] Tugas : Studi kasus mengakses dan mengolah data. [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	Halim et al., (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. Yayasan Kita Menulis.	Ketepatan dalam mengakses data dan mengolah data pemasaran hotel.	Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 3 Kuis	10%

4	Mampu menerapkan dan menyelesaikan Metode Penelitian (CPMK 2.3) (C4, A2)	Kompetitor pemasaran hotel	Kuliah dan Diskusi (Luring) Tatap Muka/Zoom [TM:1x(3x50'')] Tugas : Studi kasus menggunakan metode penelitian [PT+BM: (1+1)x(3x60)]	Wirapraja et al., (2021). Manajemen Pemasaran Perusahaan. Yayasan Kita Menulis	Ketepatan dalam menerapkan dan memilih dalam manajemen pemasaran hotel	Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 4 Kuis	5%
5	Mampu mengkaji Penelitian Kuantitatif & Kualitatif. (CPMK 2.4) (C4, A2)	Market segmentation	Kuliah dan Diskusi (Luring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas : Studi kombinasi Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	Wirapraja et al., (2021). Manajemen Pemasaran Perusahaan. Yayasan Kita Menulis	Ketepatan dalam memilih metode penelitian	Kriteria : Kesesuaian, kualitas presentasi dan sistematika Bentuk : Tugas 5 : presentasi mandiri Kuis	5%
6	Kuis						
7	Mampu menginterpretasi Analysis Pemasaran hotel . (CPMK 3.1) (C4, A2)	Target pasar hotel	Kuliah dan Diskusi (Luring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas : Studi mendesain metode riset pemasaran hotel [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	Wisnawa et al., (2021). Manajemen Pemasaran Pariwisata- Pengembangan Potensi Produk Wisata Perdesaan. Deepublish	Ketepatan dalam mendesain metode riset pemasaran hotel	Kriteria : Kesesuaian dan penguasaan Bentuk : Tugas 7 UTS	10%
8	Mampu menginterpretasi product mix dari Data sekunder &	Product mix	Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas :	Wisnawa et al., (2021). Manajemen Pemasaran	Ketepatan menginterpretasi Data sekunder & primer	Kriteria : Ketepatan & penguasaan	10%

	primer (CPMK 3.2) (C4, A2)		Studi pengumpulan data sekunder & primer [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	Pariwisata- Pengembangan Potensi Produk Wisata Perdesaan. Deepublish		Bentuk : Tugas 8 UTS	
9	Mampu menginterpretasi Strategi harga. (CPMK 3.3) (C4, A2, P2)	Bauran harga	Kuliah dan Diskusi (Luring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas Menganalisis Hukum Transaksi Bisnis Pariwisata [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	Wisnawa et al., (2021). Manajemen Pemasaran Pariwisata- Pengembangan Potensi Produk Wisata Perdesaan. Deepublish	Ketepatan dalam mempresentasi Strategi harga	Kriteria : Penguasaan, & sistematika Bentuk : Tugas 8 : presentasi kelompok UTS	10%
10	UTS						
11	Mampu menerapkan Diferensiasi Produk dan Jasa (CPMK 4.1) (C3, A2)	Bauran promosi	Kuliah dan Diskusi (Luring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas Analisis Diferensiasi promosi untuk Produk dan Jasa [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	Halim et al., (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. Yayasan Kita Menulis.	Ketepatan dalam menjelaskan Diferensiasi promosi Produk dan Jasa	Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 9 UAS	5%
12	Mampu mengkaji Bauran bukti Produk – Perusahaan dengan benar. (CPMK 4.2) (C3, A2)	Bauran bukti Produk	Kuliah dan Diskusi (Luring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas Studi kasus Mengkaji Bauran Produk – Perusahaan [PT+BM:	Halim et al., (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. Yayasan Kita Menulis.	Ketepatan dalam menilai Bauran Produk	Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 10 UAS	10%

			(1+1)x(3x60")]				
13	Mampu menerapkan bauran proses (CPMK 4.3) (C3, A2)	Bauran proses	Kuliah dan Diskusi (Luring) Tatap Muka [TM:1x(3x50")] Tugas Bauran proses [PT+BM: (1+1)x(3x60")]	Halim et al., (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. Yayasan Kita Menulis.	Ketepatan dalam Lini proses & pengurangan lini	Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 11 UAS	10%
14	Mampu membuat market entry (CPMK 5.1) (C3 A2)	Market entry	Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50")] Tugas Market entry [PT+BM: (1+1)x(3x60")]	Halim et al., (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. Yayasan Kita Menulis.	Ketepatan dalam penilaian Market entry	Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 12 UAS	10%
15	Mampu membangun Strategy Plan soft launching. (CPMK 5.2) (C3, A2)	Strategy Plan soft launching.	Kuliah dan Diskusi (Luring) Tatap Muka [TM:1x(3x50")] Tugas Strategy Plan soft launching. [PT+BM: (1+1)x(3x60")]	Halim et al., (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. Yayasan Kita Menulis.	Ketepatan dalam membuat strategy plan soft launching.	Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 13 UAS	5%
16	UAS						

12. Pengalaman Belajar Mahasiswa (*Student Learning Experiences*)

Studi kasus.

13. Kriteria dan Bobot Penilaian (*Criteria and Evaluation*)

a)	Kreteria Penilaian
Tugas	= 20%
Kuis	= 20%
UTS/MID	= 25%
UAS	= 35%

b)	Bobot penilaian
≥ 85	= A
≥ 70 s.d < 85	= B
≥ 60 s.d < 70	= C
≥ 50 s.d < 60	= D
< 50	= E

14. **Buku Sumber** (*References*)

1. Bisyri, M., & Matandatu, C. D. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Teraskita Hotel di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 54-65.
2. Djakaria, M. R., Hinelu, R., & Rahman, E. (2022). Analisis Swot Dalam Merumuskan Strategi Pemasaran Pada Hotel Grand Q Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 27-35.
3. Maghfirah, I. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Hotel Yang Berbasis Syariah Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Dan Marketing Syariah. *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah*, 5(1), 64-74.
4. Mathews, S., Prentice, C., Tsou, A., Weeks, C., Tam, L., & Luck, E. (2022). Managing eWOM for hotel performance. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 32(3), 331-350.
5. Putri, I. R. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SAAT PANDEMI GRAND MERCURE HOTEL SETIABUDI BANDUNG* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
6. Salem, I. E., Elkhwesky, Z., & Ramkissoon, H. (2022). A content analysis for government's and hotels' response to COVID-19 pandemic in Egypt. *Tourism and Hospitality Research*, 22(1), 42-59.
7. Savitri, M. A. (2022). Apakah Lean Service dan Manajemen Risiko Dapat Mempertahankan Kelangsungan Usaha Perhotelan di Masa Covid-19. *Monex: Journal of Accounting Research*, 11(2), 119-138.
8. Stefanus, I. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di hotel onyx ketapang: The effect of quality of service and prices on customer satisfaction at onyx hotel ketapang. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 1(6), 1569-1578.