



SEKOLAH TINGGI PARIWISATA NUSA DUA BALI
SILABUS PERKULIAHAN

Mata Kuliah : Mengelola Pemasaran Hospitaliti **Kode** : PHO **SKS** : 2 (Dua)
Program Studi : Administrasi Perhotelan (ADH) **Jurusan** : Hospitaliti
Dosen : Putu Diah Sastri Pitanatri S.St.Par **Semester** : 6 (Enam)

Capaian pembelajaran :

Mahasiswa mampu memahami konsep dan menyiapkan sebuah perencanaan pemasaran (*simple marketing plan*) jasa akomodasi, baik berupa hotel, villa, apartment, maupun condotel.

MINGGU KE	KEMAMPUAN YANG DIHARAPKAN	BAHAN KAJIAN (MATERI AJAR)	BENTUK PEMBELAJARAN	KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Mampu menjelaskan dan memahami konsep pemasaran serta orientasi pasar terhadap suatu jasa di bidang hospitaliti	Konsep Pemasaran Dan Orientasi Pasar 1. Konsep pemasaran 2. Orientasi pasar (market orientation) 3. Elemen kunci kesuksesan	Peserta: Membaca bahan ajar, penugasan sumber online, , memilih salah satu hotel untuk dijadikan pengamatan dalam perkuliahan baik secara individu maupun kelompok.	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan	5%



		pemasaran			
2	Mampu mempresentasikan secara singkat perencanaan pemasaran hotel yang dijadikan <i>case study</i>	Perencanaan Pemasaran Hotel 1. Proses perencanaan pemasaran 2. Mengembangkan rencana riset pasar	Peserta: Membaca bahan ajar, penugasan sumber online, , memilih salah satu hotel untuk dijadikan pengamatan dalam perkuliahan baik secara individu maupun kelompok.	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan	5%
3	Mampu memahami dan mempresentasikan analisis pasar dan melakukan pengukuran Pasar terhadap hotel yang dijadikan sebagai <i>case study</i>	Analisis Pasar Dan Pengukuran Pasar 1. Red ocean vs blue ocean strategy 2. Proses keputusan konsumen 3. Tipologi konsumen 4. Teknik2 <i>forecasting demand</i>	Peserta: Membaca bahan ajar, penugasan sumber online, , memilih salah satu hotel untuk dijadikan pengamatan dalam perkuliahan baik secara individu maupun kelompok.	Ketepatan prosedur dan analisis	5%
4	Mampu memahami dan mempresentasikan strategi produk di hotel yang	Product Strategy 1. Product life cycle 2. Competitor analysis		Kelengkapan dan kebenaran identifikasi	5%



	dijadikan sebagai <i>case study</i>	(product) 3. Developing USP 4. Potensi pengembangan produk baru			
5	Mampu memahami dan mempresentasikan strategi harga yang dilakukan di hotel yang dijadikan sebagai <i>case study</i>	Pricing Strategy 1. Product life cycle 2. Competitor analysis (price) 3. Penetapan harga (rack rates vs TA rates)	Peserta: Membaca bahan ajar, penugasan sumber online, , memilih salah satu hotel untuk dijadikan pengamatan dalam perkuliahan baik secara individu maupun kelompok.	Ketepatan membedakan dan kelancaran komunikasi	5%
6	UTS				25%
7, 8	Mampu memahami dan mempresentasikan strategi distribusi yang dilakukan di hotel yang dijadikan sebagai <i>case study</i>	Distribution Strategy 1. Channel analysis (segmentasi dan target market) 2. OTA dan Non OTA	Peserta: Membaca bahan ajar, penugasan sumber online, , memilih salah satu hotel untuk dijadikan pengamatan dalam perkuliahan baik secara individu maupun kelompok	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan	5%



9,10	Mampu melakukan dan mempresentasikan analisi kinerja pemasaran di hotel yang dijadikan sebagai <i>case study</i>	Analisis Kinerja Pemasaran 1. Marketing budget (3 thn terakhir) 2. RevPar and occupancy (3thn terakhir) 3. Marketing Matrix	Peserta: Membaca bahan ajar, penugasan sumber online, , memilih salah satu hotel untuk dijadikan pengamatan dalam perkuliahan baik secara individu maupun kelompok.	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan	5%
11,12	Mampu memahami dan mempresentasikan strategi merek dan kegiatan CSR di hotel yang dijadikan sebagai <i>case study</i>	Branding Strategy And Corporate Social Responsibility 1. Ekuisitas merek 2. Elemen merek 3. Penilaian merek 4. Perencanaan strategi penerapan merek	Peserta: Membaca bahan ajar, penugasan sumber online, , memilih salah satu hotel untuk dijadikan pengamatan dalam perkuliahan baik secara individu maupun kelompok.	Ketepatan prosedur dan analisis	5%
13, 14	Mampu memahami dan mempresentasikan strategi e-	E-Marketing 1. Pemasaran internasional	Peserta: Membaca bahan ajar, penugasan	Ketepatan prosedur dan analisis	5%



	marketing dan pemasaran internasional yang dilakukan di hotel yang dijadikan sebagai <i>case study</i>	2. Pengaruh e-marketing (why?) 3. Aplikasi e-marketing dalam pemasaran hotel (What ? dan How?)	sumber online , memilih salah satu hotel untuk dijadikan pengamatan dalam perkuliahan baik secara individu maupun kelompok.		
15	UAS				30%

SUMBER/BAHAN AJAR:

Budiasa, Ngurah dan Diah Sastri. 2013. *Manajemen Pemasaran 1*. Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali

Clow, K.E. and Baack, D. 2007. *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*, Pearson Education Internasional, New Jersey.

Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jilid I dan II, Edisi Ke sebelas, Jakarta : PT Indeks.

----- dan Gary Armstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid I, II, Jakarta : Penerbit Erlangga

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat

Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi dan Kasus*. Jakarta: PT Buku Seru

Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta



TUGAS - TUGAS MAHASISWA :

1. Branding Hilton ke Ayodya; Ritz Carlton ke Ayana
2. Perang harga *budget hotel* di kawasan Nusa Dua
3. Persepsi pasar domestic terhadap promosi melalui e-marketing
4. Packaging : copy paste or product differentiation ?
5. CSR sebagai *Brand Social Responsibility* di hotel kawasan Nusa Dua

Nusa Dua, 10 Februari 2015

Disusun oleh,

Putu Diah Sastri Pitanatri S.ST.Par
NIP: 19851130 201101 012

Mengetahui Ketua Program Studi
Administrasi Perhotelan,

Luh Gede Sri Sadjuni, SE. M.Par
NIP: 19640616 198603 2 001