

SILABUS

1. Identitas mata kuliah

Nama mata kuliah	: Strategi Pengelolaan Usaha Perjalanan Wisata
Kode mata kuliah	: MR309
SKS	: 2 SKS
Semester/jenjang	: 6/ S1
Kelompok mata kuliah	: MKK Program Studi
Program studi	: Manajemen Resort & Leisure
Prasyarat	: -
Dosen	: Didi Tarmidi, S.E., M.Si.

2. Tujuan

Selesai mengikuti perkuliahan ini mahasiswa diharapkan dapat memahami, mampu menganalisis, punya strategi, bisa membuat rencana pengembangan usaha, mencari peluang usaha, menarik pelanggan, memperkenalkan produk dan memenangkan pasar dalam kaitannya dengan usaha pengelolaan perjalanan wisata

3. Pendekatan pembelajaran

Metode : Tutorial, studi-studi kasus, brainstorming, tanya jawab
Tugas : Membuat makalah, presentasi
Media : OHP, In Focus

4. Deskripsi isi

Garis besar materi strategi pengelolaan usaha perjalanan wisata ini meliputi; strategi, pengetahuan umum tentang pengelolaan perjalanan wisata, strategi penyusunan paket wisata, organisasi atau asosiasi perusahaan perjalanan wisata baik domestik atau internasional dan peran agen perjalanan di masa depan

5. Evaluasi

Kehadiran dan sikap belajar di kelas (kerapian, kesopanan, partisipasi aktif)
Tugas perorangan
Tugas kelompok
UTS
UAS

6. Rincian materi perkuliahan tiap pertemuan

Pertemuan 1 : Pendahuluan, kontrak belajar
Pertemuan 2 : Materi strategi secara umum, globalisasi & strategi industri, strategi masuk pasar asing, strategi mencari pasar khusus dan menantang dan memimpin pasar
Pertemuan 3 : Materi pengelolaan usaha perjalanan wisata
Pertemuan 4 : Review materi, studi kasus
Pertemuan 5 : Strategi penyusunan paket wisata

- Pertemuan 6 : Asosiasi perusahaan perjalanan wisata baik nasional maupun internasional
- Pertemuan 7 : UTS
- Pertemuan 8 : Presentasi kelompok A dan B lalu diskusi (agen perjalanan wisata internasional kasus perusahaan X dan Y)
- Pertemuan 9 : Presentasi kelompok C, D dan E Lalu diskusi (agen perjalanan wisata internasional studi kasus perusahaan X1, X2 dan X3)
- Pertemuan 10: Presentasi kelompok A lalu diskusi (agen bis Pariwisata)
- Pertemuan 11: Presentasi kelompok B lalu diskusi (agen perjalanan umroh dan haji)
- Pertemuan 12: Presentasi kelompok C lalu diskusi (perusahaan agen perjalanan kapal laut/hotel terapung)
- Pertemuan 13: Presentasi kelompok D Lalu diskusi (perusahaan perjalanan yang terintegrasi dengan hotel di Indonesia dan LN)
- Pertemuan 14: Presentasi kelompok E Lalu diskusi (agen perjalanan religi Indonesia dan dunia)
- Pertemuan 15: review keseluruhan
- Pertemuan 16: UAS

7. Referensi

- Alqadiri Fadilah, 2009, Strategi Aman Berhasil Sukses, Surya Media, Yogyakarta
- Chang Jin Sea, 2009, Sony VS Samsung, GPU, Jakarta (Terjemahan)
- Cravnes W. David, 1994, Strategic Marketing, Richard D. INC, London
- Francois Vellas & Lionel Becheree, 2008, Pemasaran Pariwisata Internasional, Obor, Jakarta (Terjemahan)
- Grede Robert, 2008, 5 Strategi Ampuh Berbisnis, Mizan, Bandung (Terjemahan)
- Hitt A Michael, 2001, Strategic Management: Competitiveness and Globalization, South Western College Publishing
- J. A Muljadi, 2009, Kepariwisata dan Perjalanan, Sekolah Tinggi Manajemen Transpor (STMT) Trisakti, Jakarta
- Kartajaya Hermawan, 2003, Marketing in Venus, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Kim Chan Wand Mouborgene Renee, 2006, Blue Ocean Strategy, Serambi, Jakarta (Terjemahan)
- Michelli A. Joseph, 2007, The Starbucks Experience, Esensi, Surabaya (Terjemahan)
- Pitana Gede I, 2005, Sosiologi Pariwisata, Andi offset, Yogyakarta
- Soetomo Anton, 1994, Pendidikan Kepariwisata, Aneka, Solo
- Urry. J, 1990, The Tourist Gaze, Leisure and Travel in Contemporary Societies, Newbury Park, London
- Wee Hou Chow, 2007, Sun Zi Art of War, BIP, Jakarta (Terjemahan)
- Wolff H.J, 1998, A Tour of The Future, Wim Berly Allison Tong & WTO, Madrid
- WTO, 1998a, WTO News January- February, WTO
- , 1998b, WTO News May-June, WTO

Yoety A Oka, 1983, Komersialisasi Seni Budaya dalam Pariwisata, Angkasa,
Bandung
-----, 1990, Tours and Travel Management, Pradnya Paramita, Jakarta
-----, 1994, Pemasaran Pariwisata Terpadu, Angkasa, Bandung

