



UNIVERSITAS SAHID  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FM-USAHID-BM-  
08-05/RI

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Desain Pengalaman Wisata	MK12301	Manajemen	T=3	P=0	Ganjil	1 September 2023
<b>OTORISASI</b> Dr. Levyda, SE, MM	<b>Pengembang RPS</b>		<b>Koordinator RMK</b>		<b>Ketua PRODI</b>	
	Dewi Gita Kartika, S.Tr.Par., M.Par.		Ismayanti, S.Tr.Par., M.Sc.		Kania Ratnasari, ST, MIB	
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>CPL-PRODI yang dibebankan pada MK</b>					
	S1	Bertaqwa kepada Allah SWT, menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral dan etika.				
	S2	Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila.				
	S3	Memiliki sikap ilmiah yang diterapkan dalam setiap pemecahan masalah dalam upaya berkontribusi untuk kepentingan masyarakat, lingkungan dan dunia Pendidikan.				
	P1	Menguasai konsep teori dalam ilmu manajemen dan mengaplikasikannya dalam berbagai tipe organisasi baik bisnis maupun non bisnis pada tingkat lokal, nasional, dan global.				
	P2	Menguasai konsep fungsi-fungsi organisasi (operasi, pemasaran, sumber daya manusia, keuangan) dan konsep-konsep manajemen fungsional dalam lingkup bisnis digital.				
	KU1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai etika bisnis sesuai dengan keahliannya				
	KU2	Mahasiswa mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur.				
	KK1	Mahasiswa mampu merumuskan strategi pengembangan bisnis digital meliputi pemahaman konsep infrastruktur bisnis, pemasaran digital, analisis marketplace, hingga aplikasi e-commerce.				
	KK2	Mampu merumuskan dan mengimplementasikan rencana strategik dan menjabarkannya ke dalam rencana fungsional (pemasaran, sumber daya manusia, operasi dan keuangan) pada organisasi perusahaan di bidang bisnis digital.				
	<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>					
	CPMK-1	Mahasiswa mampu memahami konsep teknologi dan perkembangan internet dalam menunjang aktivitas bisnis (P1, P2, KU1, KK1)				
	CPMK-2	Mahasiswa mampu menyusun langkah-langkah manajerial dalam membangun bisnis e-commerce, keamanan dan sistem pembayaran e-commerce (P2, KK1)				
	CPMK-3	Mahasiswa mampu memanfaatkan model bisnis e-commerce dalam meningkatkan pendapatan perusahaan (P2, KU2, KK1, KK2)				
CPMK-4	Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen pada aktivitas bisnis digital dan strategi pemasaran online (P1, KU2, KK1)					

	CPMK-5	Mahasiswa dapat mengaplikasikan e-commerce antar bisnis (B2B), usaha ritel, pemasaran pada media sosial (P2, KU1, KK2)				
	<b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>					
	Sub-CPMK-1	Memahami konsep dasar teknologi dan perkembangan internet pada bidang bisnis digital				
	Sub-CPMK-2	Menyusun tahapan manajerial dalam membangun bisnis digital				
	Sub-CPMK-3	Memahami pemanfaatan model bisnis e-commerce untuk peningkatan pendapatan				
	Sub-CPMK-4	Memahami perubahan interaksi dan perilaku konsumen pada aktivitas digital				
	Sub-CPMK-5	Mengaplikasikan konsep e-commerce antar bisnis (B2B)				
	<b>Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK</b>					
		<b>Sub-CPMK-1</b>	<b>Sub-CPMK-2</b>	<b>Sub-CPMK-3</b>	<b>Sub-CPMK-4</b>	<b>Sub-CPMK-5</b>
	<b>CPMK-1</b>		√			√
	<b>CPMK-2</b>	√		√		
	<b>CPMK-3</b>			√		
	<b>CPMK-4</b>				√	
	<b>CPMK-5</b>	√				
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	Mata kuliah Bisnis Digital menjabarkan tentang perkembangan teknologi dan internet pada strategi bisnis yang berubah, sehingga segala fungsi manajemen perusahaan dikelola secara online. Selain sisi manajemen, mata kuliah ini juga menunjukkan dampak penggunaan e-commerce pada lingkungan sosial, hukum serta perilaku konsumen yang harus dipahami oleh mahasiswa baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam aktivitas bisnis.					
<b>Bahan Kajian: Materi Pembelajaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsep Dasar eknologi Bagi Bisnis</li> <li>2. Teknologi Mengubah Interaksi Manusia</li> <li>3. Advertising</li> <li>4. Online Shopping</li> <li>5. Managing Digital Business Infrastructure</li> <li>6. Membangun Eksistensi E-Commerce</li> <li>7. Proses Membangun E-Commerce</li> <li>8. Keamanan E-Commerce dan Sistem Pembayaran</li> <li>9. Impelementasi Strategi Bisnis E-Commerce</li> <li>10. Pemanfaatan E-Commerce Dalam Pemasaran</li> <li>11. Marketplace Anaylis for E-Commerce</li> <li>12. Pemasaran Melalui Media Sosial</li> <li>13. Apliaksi E-Commerce Dalam Ritel dan Jasa</li> </ol>					

14. Konsep B2B E-Commerce dan Manajemen Rantai Suplai							
<b>Pustaka</b>		<b>Utama :</b>					
		1. Kasali, Rhenald. (2019). The Great Shifting Series on Disruption. PT Gramedia Pustaka Utama.					
		2. Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2016). E commerce: business, technology, society (12th ed.). Boston: Pearson.					
		3. Ahmadi, C., & Hermawan, D. (2013). E Business & E Commerce. Jakarta: Andi Publisher.					
		<b>Pendukung :</b>					
		Chaffey, Dave. (2015). Digital Business and E-commerce Management: Strategy, Implementation and Practice. 6th edition. Pearson.					
<b>Dosen Pengampu</b>		Euis Widiati, SE, MM					
<b>Mata kuliah syarat</b>		-					
Sesi Pert Ke-	Kemampuan akhir tiap tahap belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [ <i>Estimasi Waktu</i> ]		Materi Pembelajaran [ <i>Pustaka</i> ]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring ( <i>offline</i> )	Daring ( <i>online</i> )		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Memahami konsep dasar pariwisata dan desain pengalaman wisata	Mahasiswa memahami konsep dasar pariwisata, karakter dan indikator desain pengalaman wisata, faktor-faktor yang mempengaruhi, hingga cara mengelola pengalaman wisata.	Ketepatan penjelasan dan kemampuan komunikasi.	-	1. Pendekatan: Tatap muka secara daring via zoom 2. Metode: Presentasi 3. Kegiatan: Diskusi dan tanya jawab  Alokasi waktu: TM: 150 menit	1. Konsep dasar pariwisata 2. Teori pengalaman wisata 3. Karakteristik pengalaman wisata 4. Indikator pengalaman wisata 5. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengalaman wisata 6. Cara mengelola pengalaman wisata	7%
2	Memahami model pengalaman wisata	Mahasiswa memahami model konseptual, tahapan	Ketepatan penjelasan dan kemampuan komunikasi.	-	1. Pendekatan: Tatap muka secara daring via zoom	1. Model konseptual pengalaman wisatawan	7%

		dan framework pengalaman wisata.			2. Metode: Presentasi 3. Kegiatan: Diskusi dan tanya jawab  Alokasi waktu: TM: 150 menit	- <i>Influential realm</i> - <i>Personal realm</i> 2. Elemen pengalaman wisata 3. Tahap pengalaman wisata 4. Framework pengalaman wisata	
3	Memahami motivasi wisatawan dan siklus daur hidup pariwisata	Mahasiswa memahami konsep motivasi wisatawan, faktor permintaan dan penawaran pariwisata, hirarki kebutuhan dan siklus daur hidup pariwisata.	Ketepatan penjelasan dan kemampuan komunikasi.	-	1. Pendekatan: Tatap muka secara daring via zoom 2. Metode: Presentasi 3. Kegiatan: Diskusi dan tanya jawab  Alokasi waktu: TM: 150 menit	1. Motivasi wisatawan - Pengertian - Faktor - Klasifikasi 2. Faktor permintaan dan penawaran pariwisata 3. Hirarki kebutuhan 4. Siklus daur hidup pariwisata	7%
4	Memahami psikologi pariwisata	Mahasiswa memahami psikologi pelayanan, faktor pembentuk dan perilaku manusia dan karakteristik wisatawan.	Ketepatan penjelasan dan kemampuan komunikasi.	-	1. Pendekatan: Tatap muka secara daring via zoom 2. Metode: Presentasi 3. Kegiatan: Diskusi dan tanya jawab  Alokasi waktu: TM: 150 menit	1. Psikologi dan psikologi pelayanan 2. Faktor pembentuk dan perilaku manusia 3. Dimensi kepribadian 4. Karakteristik wisatawan	7%
5	Memahami jenis pariwisata dan wisatawan	Mahasiswa memahami jenis pariwisata dan wisatawan.	Ketepatan penjelasan dan kemampuan komunikasi.	-	1. Pendekatan: Tatap muka secara daring via zoom 2. Metode:	1. Jenis pariwisata, berdasarkan: - Letak geografis - Pengaruhnya	7%

					<p>Presentasi</p> <p>3. Kegiatan: Diskusi dan tanya jawab</p> <p>Alokasi waktu: TM: 150 menit</p>	<p>terhadap neraca pembayaran</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alasan/tujuan perjalanan</li> <li>- Objeknya</li> <li>- Alat angkut</li> <li>- Umur dan gender</li> <li>- Harga</li> </ul> <p>2. Jenis wisatawan, berdasarkan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jumlah</li> <li>- Ruang lingkup</li> <li>- Waktu</li> <li>- Perilaku</li> <li>- Destinasi</li> <li>- Minat</li> </ul>	
6	Memahami konsep dasar citra destinasi	Mahasiswa memahami pengertian dan pembentukan citra destinasi, serta bentuk, komponen dan atributnya pembentuknya.	Ketepatan penjelasan dan kemampuan komunikasi.	-	<p>1. Pendekatan: Tatap muka secara daring via zoom</p> <p>2. Metode: Presentasi</p> <p>3. Kegiatan: Diskusi dan tanya jawab</p> <p>Alokasi waktu: TM: 150 menit</p>	<p>1. Pengertian citra destinasi</p> <p>2. Pembentukan citra destinasi</p> <p>3. Bentuk citra destinasi</p> <p>4. Komponen citra destinasi</p> <p>5. Atribut pembentuk</p>	7%
7	Memahami pemanfaatan teknologi dalam pariwisata	Mahasiswa memahami perubahan model bisnis dan tahapan	Ketepatan penjelasan dan kemampuan komunikasi.	-	<p>1. Pendekatan: Tatap muka secara daring via zoom</p> <p>2. Metode:</p>	<p>1. Perubahan model bisnis tradisional ke digital</p> <p>2. Tahapan</p>	7%

		penggunaan teknologi dalam pariwisata.			Presentasi 3. Kegiatan: Diskusi dan tanya jawab  Alokasi waktu: TM: 150 menit	penggunaan teknologi dalam perjalanan wisata 3. Teknologi dalam sektor pariwisata 4. Penerapan AI		
<b>8</b>	<b>Evaluasi Tengah Semester / Ujian Tengan Semester</b>							
<b>9</b>	Memahami garis besar perencanaan perjalanan wisata	Mahasiswa memahami pengertian, tujuan, proses, pelaksanaan, pihak yang terlibat, hingga hambatan perencanaan perjalanan wisata.	Ketepatan penjelasan dan kemampuan komunikasi.	-	1. Pendekatan: Tatap muka secara daring via zoom 2. Metode: Presentasi 3. Kegiatan: Diskusi dan tanya jawab  Alokasi waktu: TM: 150 menit	1. Pengertian dan tujuan perjalanan wisata 2. Proses dan pelaksanaan perjalanan wisata 3. Pihak yang terlibat 4. Hambatan perencanaan perjalanan wisata.	7%	
<b>10</b>	Memahami tren pariwisata terkini	Mahasiswa memahami perkembangan pariwisata Indonesia pasca pandemi, tren industri hotel dan perjalanan wisata	Ketepatan penjelasan dan kemampuan komunikasi.	-	1. Pendekatan: Tatap muka secara daring via zoom 2. Metode: Presentasi 3. Kegiatan: Diskusi dan tanya jawab  Alokasi waktu: TM: 150 menit	1. Perkembangan pariwisata Indonesia pasca pandemi 2. Tren industry hotel 3. Tren perjalanan wisata	7%	
<b>11</b>	Memahami tahapan perjalanan wisata dari sisi biro perjalanan wisata	Mahasiswa memahami tahapan perjalanan wisata, mulai dari persiapan,	Ketepatan penjelasan dan kemampuan komunikasi.	-	1. Pendekatan: Tatap muka secara daring via zoom 2. Metode:	1. Tahapan perjalanan wisata: - Persiapan - Pelaksanaan	7%	

		pelaksanaan, hingga pembuatan laporan.			Presentasi 3. Kegiatan: Diskusi dan tanya jawab  Alokasi waktu: TM: 150 menit	- Laporan	
12	Memahami pembentukan paket wisata	Mahasiswa memahami pengertian dan faktor pembentuk paket wisata, serta langkah penyusunan paket wisata.	Ketepatan penjelasan dan kemampuan komunikasi.	-	1. Pendekatan: Tatap muka secara daring via zoom 2. Metode: Presentasi 3. Kegiatan: Diskusi dan tanya jawab  Alokasi waktu: TM: 150 menit	1. Pengertian paket wisata 2. Factor pembentuk paket wisata 3. Langkah penyusunan paket wisata	7%
13	Memahami perhitungan biaya paket wisata	Mahasiswa memahami cara perhitungan biaya paket wisata, fixed cost dan variable cost.	Ketepatan penjelasan dan kemampuan komunikasi.	-	1. Pendekatan: Tatap muka secara daring via zoom 2. Metode: Presentasi 3. Kegiatan: Diskusi dan tanya jawab  Alokasi waktu: TM: 150 menit	1. Cara perhitungan biaya paket wisata - Fixed cost - Variable cost	7%
14	Menyusun rencana perjalanan wisata ( <i>itinerary</i> ) beserta DOT	Mahasiswa mampu membuat <i>itinerary</i> beserta <i>distribution of time</i> .	Ketepatan penjelasan dan kemampuan komunikasi.	-	1. Pendekatan: Tatap muka secara daring via zoom 2. Metode: Presentasi 3. Kegiatan: Diskusi	1. Membuat <i>itinerary</i> 2. Membuat DOT	8%

					dan tanya jawab Alokasi waktu: TM: 150 menit		
15	Menyusun perhitungan biaya paket wisata	Mahasiswa mampu membuat perhitungan biaya paket wisata yang siap untuk dijual.	Ketepatan penjelasan dan kemampuan komunikasi.	-	1. Pendekatan: Tatap muka secara daring via zoom 2. Metode: Presentasi 3. Kegiatan: Diskusi dan tanya jawab  Alokasi waktu: TM: 150 menit	1. Membuat perhitungan biaya paket wisata - Fixed cost - Variable cost	8%
16	<b>Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester</b>						

**Komponen Penilaian**

Ujian (UTS)	30 %
Ujian (UAS)	30 %
Tugas dan Quiz	30 %
Kehadiran	10 %
Total	100%