



Kampus
Merdeka
INDONESIA JAYA



2024

PANDUAN PRAKTIKUM

Mata Kuliah Industri
Kreatif Pariwisata

Disusun oleh

Fitri Fadhilah Sumiarsa
S.Hum., M.Par



Prodi Pariwisata
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
UPN Veteran Jawa Timur

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, panduan praktikum untuk mata kuliah Industri Kreatif Pariwisata dapat disusun dengan baik. Panduan ini disusun sebagai acuan bagi mahasiswa Program Studi Pariwisata UPN Veteran Jawa Timur dalam melaksanakan kegiatan praktikum yang bertujuan untuk mengembangkan keterampilan dalam penyusunan proposal bisnis, pembuatan produk, serta pemasaran di bidang industri kreatif pariwisata.

Kegiatan praktikum ini mencakup beberapa tahapan, yaitu penyusunan proposal bisnis yang mencakup aspek produk, produksi, analisis pasar, analisis SWOT, serta anggaran keuangan, yang kemudian dilanjutkan dengan pembuatan prototipe produk yang relevan dengan dunia pariwisata, seperti kerajinan tangan atau produk makanan khas daerah. Pada tahap selanjutnya, mahasiswa akan mengembangkan keterampilan pemasaran produk dengan memanfaatkan media digital untuk mempromosikan produk yang telah dibuat.

Panduan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai tahapan praktikum yang harus dilalui, serta membantu mahasiswa dalam mengembangkan kreativitas dan kemampuan teknis dalam industri kreatif pariwisata. Kami berharap, melalui praktikum ini, mahasiswa dapat memperoleh pengalaman langsung yang berguna sebagai bekal dalam menghadapi tantangan dunia industri kreatif, khususnya dalam bidang pariwisata.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan memberikan kontribusi dalam penyusunan panduan ini. Semoga panduan praktikum ini dapat memberikan manfaat dan membantu mahasiswa dalam mencapai tujuan akademik yang diharapkan.

Surabaya, 18 November

Fitri Fadhilah Sumiarsa

LEMBAR IDENTIFIKASI

**NAMA DOKUMEN : PANDUAN PRAKTIKUM LABORATORIUM
MATA KULIAH INDUSTRI KREATIF PARIWISATA**

TANGGAL : 18 November 2024

**DIAJUKAN OLEH : Dosen Prodi Pariwisata
Peserta Kegiatan Aktualisasi Latsar CPNS 2024**



Fitri Fadhillah Sumiarsa S.Hum., M.Par.

NIP. 199601262024062005

DIKENDALIKAN OLEH : Kepala Laboratorium Prodi Pariwisata



Joko Mijiarto, S.Hut., M.Si

NIP. 199409262022031008

DISAHKAN OLEH : Koordinator Program Studi Pariwisata



Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos., M.Si

NIP. 197410132021212005

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	4
1.1. Latar Belakang	4
1.2. Tujuan Praktikum	4
1.3. Manfaat Praktikum	5
BAB II DESKRIPSI MATA KULIAH DAN PRAKTIKUM	8
2.1. Deskripsi Mata Kuliah	8
2.2. Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	8
2.3. RPS Mata Kuliah	9
2.4. Aturan Umum Perkuliahan	17
2.5. Penggunaan Laboratorium Pariwisata	18
BAB III METODE PELAKSANAAN PRAKTIKUM	20
3.1. Tahapan Praktikum dalam Mata Kuliah Industri Kreatif Pariwisata	20
3.2. Kriteria Penilaian	22
BAB IV. PANDUAN PENYUSUNAN PROPOSAL RENCANA BISNIS DAN LAPORAN PRAKTIKUM	24
4.1. Format Penulisan Proposal	24
4.2. Struktur Proposal	24
4.3. Laporan Akhir Praktikum	26
DAFTAR PUSTAKA	27
LAMPIRAN	28

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Industri kreatif pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif dan pariwisata di Indonesia. Sektor ini tidak hanya mencakup pengembangan destinasi wisata, tetapi juga berbagai produk kreatif yang mengintegrasikan seni, budaya, teknologi, dan inovasi. Dengan semakin meningkatnya tuntutan wisatawan terhadap pengalaman yang unik dan autentik, mahasiswa pariwisata dituntut untuk memiliki keterampilan praktis dalam menciptakan dan mengelola produk-produk kreatif yang bernilai ekonomi tinggi serta berdaya saing global.

Namun, pembelajaran teori saja tidak cukup untuk menghasilkan lulusan yang mampu bersaing di era industri 4.0. Mahasiswa perlu dilatih untuk mengasah kreativitas, keterampilan manajerial, dan kemampuan inovatif mereka melalui praktik langsung yang sesuai dengan kebutuhan industri. Hal ini sejalan dengan visi *Program Studi Pariwisata UPN Veteran Jawa Timur* untuk menghasilkan lulusan yang kompeten, adaptif, dan inovatif.

Laboratorium Industri Kreatif Pariwisata menjadi fasilitas penting dalam proses pembelajaran ini. Panduan praktikum ini disusun untuk memberikan arah dan pedoman bagi mahasiswa dalam melaksanakan kegiatan praktikum yang terstruktur, berbasis pada pengembangan ide kreatif, dan implementasi konsep dalam skala nyata. Dengan adanya panduan ini, diharapkan mahasiswa dapat memahami dan mengaplikasikan teori-teori yang telah dipelajari dalam kegiatan praktis, seperti pembuatan produk wisata kreatif, perancangan event, dan pemanfaatan teknologi dalam promosi destinasi wisata.

Melalui panduan ini, mahasiswa juga diajak untuk mengeksplorasi berbagai potensi lokal yang dapat dikembangkan menjadi produk wisata kreatif, serta mendorong kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti komunitas lokal, seniman, dan pelaku usaha. Harapannya, praktikum ini tidak hanya memberikan pengalaman belajar, tetapi juga menghasilkan output yang dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan industri kreatif pariwisata, khususnya di Jawa Timur.

1.2.Tujuan Praktikum

Praktikum mata kuliah *Industri Kreatif Pariwisata* ini bertujuan untuk:

1. Mengasah Kreativitas dan Inovasi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat mengembangkan kemampuan kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk atau layanan pariwisata yang unik, menarik, dan bernilai jual tinggi.

2. Mengaplikasikan Teori ke Praktik

Setelah mempelajari teori mata kuliah industry kreatif pariwisata mahasiswa diberi kesempatan untuk menerapkan konsep dan teori industri kreatif pariwisata ke dalam kegiatan praktis, sehingga memperkuat pemahaman akademik mereka.

3. Melatih Kemampuan Manajerial

Pembelajaran praktikum membekali mahasiswa dengan keterampilan manajerial, seperti perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dalam mengelola kegiatan atau produk kreatif pariwisata.

4. Mendorong Pemanfaatan Potensi Lokal

Menginspirasi mahasiswa untuk mengeksplorasi, mengelola, dan mempromosikan potensi lokal (sumber daya budaya, alam, dan seni) sebagai aset kreatif yang dapat mendukung pengembangan pariwisata.

5. Meningkatkan Pemahaman tentang Teknologi dan Promosi Digital

Melatih mahasiswa untuk memanfaatkan teknologi dan platform digital dalam merancang dan memasarkan produk kreatif pariwisata secara efektif.

6. Meningkatkan Kesiapan Kerja

Membekali mahasiswa dengan pengalaman praktis yang relevan dengan dunia kerja di sektor industri kreatif pariwisata, sehingga mereka siap bersaing di tingkat nasional maupun global.

1.3. Manfaat Praktikum

Praktikum mata kuliah *Industri Kreatif Pariwisata* ini memberikan berbagai manfaat bagi mahasiswa, serta institusi. Berikut adalah manfaat yang diharapkan:

Bagi Mahasiswa:

1. Peningkatan Keterampilan Praktis

Mahasiswa dapat mengasah keterampilan dalam merancang, mengelola, dan mengevaluasi produk kreatif serta layanan wisata.

2. Pemahaman Lebih Mendalam

Memperkuat pemahaman terhadap konsep industri kreatif dan pariwisata melalui penerapan teori dalam situasi nyata.

3. Pengembangan Kompetensi Kreatif dan Inovatif

Mendorong mahasiswa untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam menciptakan solusi terhadap tantangan di industri pariwisata.

4. Pengalaman Kolaborasi

Melatih mahasiswa untuk bekerja sama dengan berbagai pihak, seperti komunitas lokal, seniman, dan pelaku bisnis, dalam mengembangkan produk wisata kreatif.

5. Kesiapan Memasuki Dunia Kerja

Memberikan pengalaman langsung yang relevan dengan dunia kerja, sehingga mahasiswa lebih siap bersaing di industri pariwisata dan kreatif.

6. Portofolio Nyata

Mahasiswa dapat menghasilkan karya atau produk yang dapat digunakan sebagai portofolio dalam karier mereka di masa depan.

Bagi Institusi:

1. Penguatan Reputasi Akademik

Mendukung visi institusi dalam menghasilkan lulusan yang kompeten, kreatif, dan berdaya saing tinggi di bidang pariwisata.

2. Kontribusi pada Industri Kreatif Lokal

Institusi menjadi bagian aktif dalam mengembangkan potensi lokal melalui program pembelajaran yang aplikatif.

3. Peningkatan Kolaborasi dengan Industri

Membuka peluang kerja sama dengan berbagai pihak, seperti komunitas lokal, pengelola destinasi wisata, dan pelaku bisnis kreatif.

BAB II

DESKRIPSI MATA KULIAH DAN PRAKTIKUM

2.1. Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah Industri Kreatif Pariwisata membahas konsep, prinsip, dan teknik pengembangan serta inovasi dalam industri kreatif. Mahasiswa akan mempelajari berbagai jenis industri kreatif pariwisata dan bagaimana menyusun serta menciptakan produk inovatif yang berdaya saing untuk mendukung penggerak destinasi wisata. Selain itu, mata kuliah ini juga mencakup penyusunan *business plan* industri kreatif pariwisata, yang meliputi tahap perencanaan, pembuatan, pemasaran, hingga monitoring dan evaluasi, guna meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan destinasi pariwisata.

2.2. Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)

Setelah mengikuti praktikum ini mahasiswa diharapkan mampu:

1. Merancang proposal rencana bisnis berbasis industri kreatif pariwisata dengan tepat dan terstruktur.
2. Mengimplementasikan proposal rencana bisnis yang telah disusun melalui simulasi atau praktik nyata sesuai dengan prinsip industri kreatif.
3. Menerapkan strategi pemasaran pariwisata dan digital marketing untuk produk industri kreatif yang telah dibuat secara optimal.

2.3. RPS Mata Kuliah

		Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi Pariwisata					
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER							
MATA KULIAH (MK)		KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Industri Kreatif Pariwisata		PA201310	MK Pilihan	T=3	P=0	V	12 Agustus 2024
OTORISASI		Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua PRODI	
		Farta Ade Saputra, S.Pd., Gr., M.Sc. Fitri Fadhilah Sumiarsa, S.Hum., M.Par. Wahyuni, M.Par.		 Wahyuni, M.Par.		 Dr. Yudiana Indriastuti, S.Kom., M.Si.	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK						
	CPL 4	Menguasai konsep teoritis pariwisata secara mendalam, meliputi: Sistem pariwisata dan fenomena pariwisata; Pembangunan pariwisata berkelanjutan; Sumber daya, infrastruktur, dan daya tarik pariwisata; Tipologi dan perilaku wisatawan; Siklus hidup pariwisata; Peraturan perundangan kepariwisataan; Antropologi budaya; Manajemen					

	operasional (perencanaan, pelaksanaan, pengarahan, pemantauan, evaluasi, dan pengendalian) layanan jasa dan produk pariwisata; Manajemen Sumber Daya Manusia (logistik organisasi layanan jasa dan produk pariwisata); Manajemen pemasaran layanan jasa dan produk pariwisata; dan Kode etik global pariwisata (<i>Global Code of Ethics for Tourism</i>).
CPL 5	Menguasai konsep dan metode: Analisis kesenjangan kebijakan; Penetapan standar kualitas layanan produk dan jasa pariwisata; Resiliensi diri pada lingkungan kerja untuk internal organisasi kepariwisataan dan dalam penanganan klien; Penilaian daya Tarik wisata; Dampak pembangunan pariwisata
CPL 9	Mampu menerapkan ilmu kepariwisataan dalam pengelolaan dan manajerial sebagai pengelola destinasi pariwisata umumnya dan ekowisata khususnya serta tenaga ahli pariwisata/ekowisata.
CPL 12	Mampu mengembangkan jiwa kewirausahaan baik dalam bidang <i>tour travel</i> , industry kreatif, pengembangan destinasi dan daya tarik wisata, akomodasi, dan penyelenggara <i>event</i> .
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
CPMK1	Mahasiswa mampu menjelaskan ruang lingkup ekonomi kreatif dan industri kreatif pariwisata.
CPMK2	Mahasiswa mampu mengidentifikasi peluang bisnis industri kreatif pariwisata.
CPMK3	Mahasiswa mampu melakukan analisis SWOT pada salah satu industri kreatif pariwisata di wilayah jawa timur.
CPMK4	Mahasiswa mampu merancang proposal rencana bisnis berbasis industri kreatif pariwisata.
CPMK5	Mahasiswa mampu mengimplementasikan proposal rencana bisnis yang telah disusun.
CPMK6	Mahasiswa mampu menerapkan / mengimplementasikan pemasaran pariwisata dan digital marketing
Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	
Sub-CPMK1	Mahasiswa mampu menjelaskan ruang lingkup industri kreatif pariwisata di Indonesia
Sub-CPMK2	Mahasiswa mampu memahami potensi dan peluang pengembangan atraksi wisata berbasis industri kreatif

	CPL 9													
	CPL 12								√	√				
Deskripsi Singkat MK	Materi mengenai konsep, prinsip dan teknik pengembangan dan inovasi industri kreatif pariwisata, mampu menyusun dan menciptakan produk inovasi produk dan kegiatan pariwisata sebagai penggerak dan daya saing destinasi wisata. Jenis - jenis industri kreatif pariwisata. Business plan industri kreatif pariwisata (tahap perencanaan, pembuatan, pemasaran, monitoring dan evaluasi).													
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	Tuliskan bahan kajian dan dijabarkan dalam materi pembelajaran dalam pokok-pokok bahasan yang akan dipelajari oleh mahasiswa sesuai dengan Sub-CPMK tersebut di atas.													
Pustaka	Utama :		Sungkawati, dkk. (2024). Produk Ekonomi Kreatif Pariwisata. Malang: PT. Samudra Solusi Profesional.											
	Pendukung :		Outlook Pariwisata Ekonomi Kreatif Indonesia. (2021). Kemenparekraf RI.											
Dosen Pengampu	Farta Ade Saputra, S,Pd., Gr., M.Sc. Fitri Fadhilah Sumiarsa, S.Hum., M.Par. Wahyuni, M.Par.													
Matakuliah syarat	-													
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar			Penilaian				Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran,				Materi Pembelajaran [Pustaka]		Bobot Penilai

	(Sub-CPMK)			Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]			an (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mahasiswa mampu memahami ruang lingkup industri kreatif pariwisata di Indonesia	Ketepatan menjelaskan ruang lingkup indsutri kreatif pariwisata	Bentuk Non Test: Ringkasan pemahaman sejarah industri kreatif pariwisata di Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> ● Kuliah; ● <i>Study Case</i>, Diskusi dalam kelompok; [TM: (3 sks x 50'')] 	<ul style="list-style-type: none"> ● Video conference ● E – Learning ● Video pembelajaran ● Diskusi Singkron (diskusi tatap muka) dan Asinkron (melalui media chat) ● TM Daring : 1mg x (3 sks x 50') 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ruang lingkup industri kreatif pariwisata di Indonesia 2. Sejarah Industri kreatif pariwisata dunia dan Indonesia 3. 	0
2	Mahasiswa mampu memahami potensi dan peluang pengembangan atraksi wisata berbasis industri kreatif	Ketepatan menjelaskan atraksi wisata berbasis industri kreatif	Bentuk Non Test: Ringkasan destinasi wisata dengan atraksi wisata berbasis industri kreatif pariwisata: Diskusi	<ul style="list-style-type: none"> ● Kuliah; ● Discovery Learning, Diskusi dalam kelompok; [TM: (3 sks x 50'')] 	<ul style="list-style-type: none"> ● Video conference ● E – Learning ● Video pembelajaran ● Diskusi Singkron (diskusi tatap muka) dan Asinkron (melalui media chat) ● TM Daring : 1mg x (3 sks x 50') 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kota kreatif Unesco 2. Potensi dan peluang pengembangan atraksi wisata berbasis Industri kreatif 	0
3	Mahasiswa mampu mengidentifikasi potensi	Ketepatan mengidentifikasi	Bentuk Non Test: Identifikasi	<ul style="list-style-type: none"> ● Kuliah; ● Kunjung karya, 	<ul style="list-style-type: none"> ● Video conference ● E – Learning 	<ol style="list-style-type: none"> 1. potensi-potensi industri kreatif 	0

	industri kreatif di lingkungan sekitar.	potensi-potensi industri kreatif yang ada di lingkungan sekitar mahasiswa	potensi industri kreatif di lingkungan sekitar: Observasi dan penyusunan laporan.	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi dalam kelompok; [TM: (3 sks x 50'')] 	<ul style="list-style-type: none"> • Video pembelajaran • Diskusi Singkron (diskusi tatap muka) dan Asinkron (melalui media chat) TM Daring : 1mg x (3 sks x 50') 	2. Manajemen pengelolaan industri kreatif	
4-5	<p>Mahasiswa mampu mengidentifikasi peluang industri kreatif di lingkungan sekitar.</p> <p>Mahasiswa mampu menganalisis SWOT pada salah satu industri kreatif di wilayah Jawa Timur</p>	Ketepatan mengidentifikasi peluang industri kreatif di lingkungan sekitar.	Bentuk Non Test: melakukan analisis swot pada salah satu industri kreatif di Jawa Timur: Presentasi	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah; • Presentasi • Diskusi dalam kelompok; [TM: (3 sks x 50'')] 	<ul style="list-style-type: none"> • Video conference • E – Learning • Video pembelajaran • Diskusi Singkron (diskusi tatap muka) dan Asinkron (melalui media chat) • TM Daring : 1mg x (3 sks x 50') 	1. Analisis SWOT pada sektor industri kreatif di Jawa Timur.	25
6-7	Mahasiswa mampu menyusun ide gagasan produk pada rencana bisnis berbasis industri kreatif pariwisata	Ketepatan menyusun rencana bisnis berbasis industri kreatif.	Bentuk Non Test: menyusun rencana bisnis: Presentasi	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah; • Project based Learning, • Diskusi dalam kelompok; [TM: (3 sks x 50'')] 	<ul style="list-style-type: none"> • Video conference • E – Learning • Video pembelajaran • Diskusi Singkron (diskusi tatap muka) dan Asinkron (melalui media chat) • TM Daring : 1mg x 	1. Bisnis Plan Industri Kreatif Pariwisata.	

					(3 sks x 50')		
8							
9-10	Mahasiswa mampu menyusun biaya produksi, operasional, pemasaran, dan keuntungan pada rencana bisnis berbasis industri kreatif pariwisata	Kesesuaian menyusun biaya produksi, operasional, pemasaran, dan keuntungan pada rencana bisnis berbasis industri kreatif pariwisata	Bentuk Non Test: menyusun biaya produksi, operasional, pemasaran, dan keuntungan: Presentasi	<ul style="list-style-type: none"> ● Kuliah; ● Project based Learning, ● Diskusi dalam kelompok; [TM: (3 sks x 50'')] 	<ul style="list-style-type: none"> ● Video conference ● E – Learning ● Video pembelajaran ● Diskusi Singkron (diskusi tatap muka) dan Asinkron (melalui media chat) ● TM Daring : 1mg x (3 sks x 50') 	1. Anggaran bisnis plan	35
11-12	Mahasiswa mampu memproduksi prototype produk industri kreatif sesuai rencana bisnis.	Kesesuaian dalam memproduksi prototype produk industri kreatif sesuai rencana bisnis	Bentuk Non Test: mengimplementasikan desain produk industri kreatif pariwisata sesuai rencana bisnis: Video Produksi	<ul style="list-style-type: none"> ● Kuliah; ● Project Based Learning, ● Diskusi dalam kelompok; [TM: (3 sks x 50'')] 	<ul style="list-style-type: none"> ● Video conference ● E – Learning ● Video pembelajaran ● Diskusi Singkron (diskusi tatap muka) dan Asinkron (melalui media chat) ● TM Daring : 1mg x (3 sks x 50') 	1. Produksi prototype produk industri kreatif	10
13	Mahasiswa mampu mengevaluasi hasil prototype produk industri kreatif sesuai rencana bisnis.	Ketepatan dalam mengevaluasi hasil prototype produk industri kreatif sesuai	Bentuk Non Test: Evaluasi produk: Diskusi	<ul style="list-style-type: none"> ● Kuliah; ● Discovery Learning, jigsaw ● Diskusi dalam kelompok; [TM: (3 sks x 50'')] 	<ul style="list-style-type: none"> ● Video conference ● E – Learning ● Video pembelajaran ● Diskusi Singkron (diskusi tatap 	1. Evaluasi hasil prototype produk	0

		rencana bisnis.			muka) dan Asinkron (melalui media chat)		
14	Mahasiswa mampu mempresentasikan produk bisnis hasil prototype industri kreatif sesuai rencana bisnis	Ketepatan dalam mempresentasikan produk bisnis hasil prototype industri kreatif sesuai rencana bisnis	Bentuk Non Tes : Presentasi produk	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah; • Project based Learning, • Diskusi dalam kelompok; [TM: (3 sks x 50'')] • Tugas Presentasi Kelompok mencari permasalahan pembangunan pariwisata di berbagai daerah / negara 	<ul style="list-style-type: none"> • Video conference • E – Learning • Video pembelajaran • Diskusi Singkron (diskusi tatap muka) dan Asinkron (melalui media chat) • TM Daring : 1mg x (3 sks x 50') 	1. Presentasi produk Industri Kreatif	10
15	Mahasiswa mampu memasarkan produk industri kreatif sesuai rencana bisnis.	Keterampilan dalam memasarkan produk industri kreatif sesuai rencana bisnis.	Bentuk Non Test: memasarkan produk industri kreatif: Presentasi	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah; • Project based Learning, • Diskusi dalam kelompok; [TM: (3 sks x 50'')] 	<ul style="list-style-type: none"> • Video conference • E – Learning • Video pembelajaran • Diskusi Singkron (diskusi tatap muka) dan Asinkron (melalui media chat) • TM Daring : 1mg x (3 sks x 50') 	1. Pemasaran Produk Industri Kreatif	20
16	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester						0

2.4. Aturan Umum Perkuliahan

- a. Perkuliahan dilaksanakan secara luring dan e-learning sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan oleh Universitas.
- b. Ketidakhadiran maksimal tiga kali dalam satu semester.
- c. Keterlambatan masuk kelas maksimal 10 menit setelah jam perkuliahan dimulai.
- d. Jika terlambat lebih dari ketentuan maka presensi diisi “ALPHA” atau dianggap “TIDAK HADIR” tetapi masih dapat mengikuti perkuliahan.
- e. Pengumpulan tugas disesuaikan dengan ketentuan setiap pemberian tugas.
- f. Tidak ada toleransi keterlambatan dalam pengumpulan tugas dan ujian
- g. UTS dilaksanakan setelah pertemuan ke-7 dan UAS dilaksanakan setelah pertemuan ke-15.
- h. Untuk dapat mengikuti UAS, mahasiswa wajib hadir sebanyak 75% kegiatan perkuliahan (maksimal tidak hadir 3x pertemuan)
- i. Tidak ada revisi absen untuk dapat mengikuti UAS.
- j. Jika presensi mahasiswa di bawah 75%, maka mahasiswa akan mengulang Mata Kuliah ini pada semester ganjil berikutnya.
- k. Tugas di upload pada web <http://ilmu.upnjatim.ac.id>
- l. Nilai hasil perkuliahan akan keluar dalam satu semester dengan konversi seperti pada tabel berikut:

Angka	Nilai	Bobot
> 80 -100	A	4,00
> 76 – <80	A-	3,75
> 72 – <76	B+	3,50
> 68 – <72	B	3,00
> 64 – <68	B-	2,75
> 58 – <64	C+	2,50
> 56 – <58	C	2,00
> 46 – <56	D+	1,50
> 42 – <46	D	1,00
00 – <42	E	0,00

2.5. Penggunaan Laboratorium Pariwisata

1. Fasilitas Laboratorium *Tour Lab*:

Program Studi Pariwisata UPN Veteran Jawa Timur memiliki satu lab utama yang dikenal dengan "*Tourism Research Centre and Laboratory* (Tourlab). Tujuan dibentuknya Tourlab adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mahasiswa pariwisata utamanya dan para pelaku pariwisata umumnya melalui tiga prinsip utama yaitu penelitian, pelatihan dan penyelenggaraan event kepariwisataan. Laboratorium ini dilengkapi beberapa fasilitas pendukung, diantaranya:

a. Ruang Diskusi

Ruang diskusi lab Tour digunakan untuk diskusi kelompok, brainstorming ide produk atau layanan, serta penyusunan proposal bisnis dan laporan praktikum.

b. Perangkat Komputer dan Software

Tour Lab memiliki 8 buah komputer yang dilengkapi dengan software design grafis dan pengeditan video. Beberapa software yang tersedia antara lain Photoshop, Corel dan Adobe Premiere.

c. Ruang persentasi

Lab Tour memiliki peralatan persentasi seperti monitor TV dan proyektor.

d. Akses internet dan Media Sosial

Laboratorium menyediakan akses internet untuk memfasilitasi pemasaran digital, seperti mengelola media sosial untuk mempromosikan produk

2. Ketentuan Penggunaan Laboratorium

A. Ketentuan Umum

1. Laboratorium Pariwisata digunakan untuk mendukung kegiatan pembelajaran dan penelitian sesuai dengan tujuan Prodi Pariwisata.
2. Pengguna laboratorium terdiri dari mahasiswa, dosen, staf laboratorium, dan pihak lain yang mendapatkan izin resmi dari Prodi Pariwisata.
3. Penggunaan laboratorium hanya diperbolehkan pada jam operasional yang telah ditentukan, kecuali ada izin khusus.

4. Setiap pengguna wajib menjaga kebersihan, kerapihan, dan ketertiban selama berada di laboratorium.

B. Prosedur Penggunaan

1. Mahasiswa wajib melakukan reservasi penggunaan laboratorium minimal 1 hari sebelumnya melalui formulir dapat diunduh di website Prodi Pariwisata dan pada lampiran buku panduan ini.
2. Pengguna wajib mencatat nama, NPM/NIP, dan tujuan penggunaan di buku registrasi laboratorium.
3. Pengguna hanya diperkenankan menggunakan fasilitas sesuai dengan instruksi yang diberikan dan tidak diperbolehkan memindahkan peralatan tanpa seizin staf laboratorium.
4. Setiap mahasiswa wajib mengenakan pakaian rapi dan sopan, serta membawa Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) saat menggunakan laboratorium.

C. Peraturan Keamanan

1. Semua pengguna wajib membaca SOP penggunaan lab yang tertera di website prodi pariwisata sebelum memulai aktivitas.
2. Dilarang merusak, memodifikasi, atau mengambil peralatan dan barang inventaris laboratorium.
3. Jika terjadi kerusakan atau kehilangan alat, pengguna wajib segera melaporkan kepada staf laboratorium.

D. Sanksi Pelanggaran

1. Pengguna yang melanggar ketentuan akan diberikan peringatan secara lisan dan/atau tertulis.
2. Pelanggaran berat, seperti merusak fasilitas atau membawa peralatan keluar tanpa izin, dapat dikenai sanksi administratif hingga dilarang menggunakan laboratorium.

3. Dalam kasus pelanggaran serius, Prodi berhak mengambil langkah hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku.

BAB III METODE PELAKSANAAN PRAKTIKUM

Praktikum dilakukan secara berkelompok. 1 kelompok terdiri dari maksimal 5 mahasiswa dengan jadwal penggunaan laboratorium yang sudah ditentukan.

3.1. Tahapan Praktikum dalam Mata Kuliah Industri Kreatif Pariwisata

1. Persiapan

Pada 3 pertemuan pertama, mahasiswa diberikan pemahaman teoritis mengenai ruang lingkup industri kreatif pariwisata di Indonesia, Sejarah Industri Kreatif di dunia dan di Indonesia, 16 sektor Industri Kreatif, Jejaring Kota Kreatif dan potensi pengembangan atraksi wisata berbasis industri kreatif. Pemaparan teori tentang industri kreatif pariwisata, yang mencakup tren, peluang, serta dampaknya terhadap pengembangan destinasi serta manajemen pengelolaan industry kreatif.

Pada pertemuan 4 dan 5 mahasiswa menganalisis salah satu industri kreatif pariwisata di kota Surabaya dengan menggunakan analisi SWOT.

2. Pengembangan Ide Kreatif

Tahap ini dilakukan berkelompok, difokuskan pada eksplorasi ide untuk menciptakan produk industri kreatif wisata berbasis pariwisata. Kegiatan meliputi:

Brainstorming: Mahasiswa mengeksplorasi ide-ide kreatif berdasarkan keunikan lokal, budaya, atau sumber daya alam yang tersedia di wilayah tertentu, Mahasiswa memilih salah satu produk dari 16 sektor Industri kreatif (pengembang permainan, arsitektur, desain interior, musik, seni rupa, desain produk, fesyen, kuliner, film, animasi dan video, fotografi, desain komunikasi visual, televisi dan radio, kriya, periklanan, seni pertunjukan, penerbitan, dan aplikasi.).

Penyusunan Konsep Awal meliputi Ide-ide yang muncul kemudian dituangkan dalam proposal singkat yang mencakup deskripsi produk atau layanan, target pasar, dan keunggulan yang ditawarkan.

3. Penyusunan Proposal Bisnis

Setelah menentukan produk industri kreatif yang akan dipasarkan, setiap kelompok menyusun proposal bisnis yang mencakup aspek-aspek berikut:

A. Aspek Produk

Aspek produk menggambarkan produk yang ditawarkan, mencakup deskripsi produk, keunikan, manfaat, keunggulan kompetitif, serta potensi nilai tambah bagi konsumen.

B. Aspek Produksi

Aspek ini menjelaskan proses produksi atau layanan, termasuk sumber daya yang diperlukan (bahan baku, alat, tenaga kerja), lokasi produksi, kapasitas, serta standar operasional.

C. Analisis Pasar

Aspek analisis pasar meliputi identifikasi target pasar, segmentasi konsumen, analisis kebutuhan pasar, serta penilaian terhadap pesaing dan tren yang memengaruhi keberhasilan bisnis.

D. Analisis SWOT

Dalam aspek ini mahasiswa dapat memetakan *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) untuk menentukan strategi pengembangan dan pemasaran bisnis yang optimal.

E. Anggaran Keuangan

Menguraikan kebutuhan dana dan rencana penggunaannya, termasuk estimasi biaya operasional, pemasaran, dan proyeksi pendapatan atau laba yang diharapkan.

4. Produksi dan Implementasi

Jika proposal telah disusun sesuai dengan ketentuan yang berlaku, mahasiswa dapat melanjutkan ke tahap produksi. Pada tahap ini, mahasiswa merealisasikan proposal bisnis ke dalam bentuk nyata melalui pembuatan prototipe produk, seperti

kerajinan khas daerah atau produk makanan tradisional. Seluruh kegiatan produksi didokumentasikan sebagai bukti untuk mendukung penyusunan laporan praktikum.

5. Persentasi Kelompok

Setiap kelompok mempresentasikan proposal dan proses pembuatan prototipe di depan dosen dan mahasiswa lainnya. Presentasi tersebut mencakup kesesuaian produk dengan proposal serta kendala yang dihadapi selama pembuatan produk. Setelah itu, setiap kelompok menerima umpan balik dari mahasiswa lain sebelum produk dipasarkan. Tahapan ini dilaksanakan di ruang persentasi Lab Tour Pariwisata.

6. Promosi dan Pemasaran

Setelah prototipe produk selesai, mahasiswa mengembangkan keterampilan pemasaran dengan memanfaatkan media digital. Salah satu langkahnya adalah membuat poster yang menarik dan informatif, kemudian membagikannya melalui platform media sosial seperti Instagram dan WhatsApp untuk menarik perhatian konsumen. Mahasiswa dapat menggunakan fasilitas komputer dan akses internet pada Lab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

6. Evaluasi

Tahapan akhir ini menjadi momen evaluasi hasil kerja kelompok. Kegiatan tersebut meliputi penyusunan laporan praktikum sesuai dengan format yang telah disediakan oleh dosen pengampu.

3.2. Kriteria Penilaian

	Kriteria dan Indikator Penilaian	Bobot penilaian
a	Penyusunan Proposal Kelengkapan proposal: Produk, biaya produksi, operasional, pemasaran, dan keuntungan pada rencana bisnis berbasis industri kreatif pariwisata	35%
b	Produksi prototipe produk industri kreatif (bobot 10%): Kesesuaian produksi prototipe produk industri kreatif sesuai proposal rencana bisnis. Nama produk, brand dan kemasan.	10 %

c	Presentasi (bobot 10%) Ketepatan dalam mempresentasikan produk bisnis hasil prototype industri kreatif sesuai rencana bisnis, Bahasa komunikatif, penguasaan materi, penguasaan audiens, pengendalian waktu, kejelasan dan ketajaman paparan, penguasaan media presentasi.	10%
d	Pemasaran produk (bobot 20%) Kinerja penjualan, Kepuasan pelanggan	20%

BAB IV. PANDUAN PENYUSUNAN PROPOSAL RENCANA BISNIS DAN LAPORAN PRAKTIKUM

4.1. Format Penulisan Proposal

Penulisan proposal usaha harus memenuhi syarat-syarat tatatulis dan format sebagai berikut:

1. Ukuran kertas : A 4
2. Warna sampul : Putih
3. Font : 12 point
4. Huruf : Times New Roman
5. Margin atas : 4 cm - Margin kiri : 4 cm - Margin kanan : 3 cm -
Margin bawah : 3 cm

4.2. Struktur Proposal

Halaman Sampul:

Judul Proposal: Sebutkan nama usaha atau proyek industri kreatif pariwisata yang akan diajukan.

Identitas Penyusun: Nama mahasiswa, NIM, program studi, dan universitas.

Logo Institusi: Logo universitas atau program studi.

Tanggal Penyusunan: Bulan dan tahun penulisan proposal

KATA PENGANTAR:

BAB I: PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Usaha: Penjelasan relevansi usaha dengan potensi industri kreatif.

1.2. Visi dan Misi: Gambaran besar tujuan usaha dalam jangka Panjang dan Langkah-langkah strategis untuk mencapai visi tersebut

1.3. Data Perusahaan:

Nama Usaha :

Bidang Usaha :
Jenis Produk :
Lokasi Usaha :

BAB II: ASPEK PRODUKSI

- 2.1. Deskripsi Produk: Penjelasan detail tentang produk yang ditawarkan termasuk nilai tambahnya.
- 2.2. Sumber Bahan Baku: Bahan utama yang digunakan dan dari mana bahan tersebut diperoleh.
- 2.3. Proses Pembuatan: Langkah-langkah produksi hingga penyelesaian.
- 2.4. Desain Produk: Visualisasi produk dalam bentuk gambar atau deskripsi.

BAB III: ANALISIS PASAR

- 3.1. Target Pasar: Segmentasi pasar berdasarkan usia, lokasi, dan kebutuhan.
- 3.2. Analisis Kompetitor: Perbandingan produk dengan kompetitor sejenis.
- 3.3. Tren Pasar: Kondisi terkini yang mendukung peluang bisnis.
- 3.4. Strategi Pemasaran: Paparan tentang rencana pemasaran, misalnya melalui media sosial, kolaborasi, atau promosi tertentu

BAB IV: ANALISIS KEUANGAN

- 4.1. Anggaran Biaya: Estimasi biaya yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan usaha.
- 4.2. Harga Pokok Penjualan dan Harga Jual: Penetapan harga berdasarkan margin keuntungan.
- 4.3. Keuntungan: Analisis proyeksi laba dalam jangka pendek dan menengah.

BAB V: ANALISIS SWOT

Identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

BAB VI: PENUTUP

Kesimpulan dan harapan pengembangan bisnis.

4.3. Laporan Akhir Praktikum

Mahasiswa menyusun laporan yang mencakup seluruh tahapan, hasil, dan evaluasi kegiatan praktikum. Laporan tersebut disusun dalam bentuk berita acara yang mendokumentasikan setiap tahapan kegiatan yang dilakukan oleh kelompok, baik di dalam maupun di luar laboratorium.

Dokumentasi Produk atau Layanan

Melampirkan foto, video, atau media pendukung lainnya untuk mendokumentasikan hasil praktik.

Refleksi Praktikum

Tuliskan singkat tentang pengalaman, tantangan, dan pembelajaran yang diperoleh selama praktikum.

DAFTAR PUSTAKA

Buku Ajar Kewirausahaan Berbasis Project Based Learning. (2024). (n.p.): Jakad Media Publishing.

Hartley, J., Wen, W., Siling Li, H. (2015). Creative Economy and Culture: Challenges, Changes and Futures for the Creative Industries. United Kingdom: SAGE Publications.

Outlook Pariwisata Ekonomi Kreatif Indonesia. (2021). Kemenparekraf RI.

Sungkawati, dkk. (2024). Produk Ekonomi Kreatif Pariwisata. Malang: PT. Samudra Solusi Profesional.

LAMPIRAN

**FORMULIR PEMINJAMAN RUANG
LABORATORIUM PROGRAM STUDI PARIWISATA**

No Formulir:...../LabTour/Bulan/Tahun

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap :
 NPM :
 Program Studi/Fakultas :
 No HP :

Mengajukan peminjaman ruang laboratorium pada:

Tanggal	Waktu	Jumlah Orang

Untuk keperluan :

.....

Demikian formulir peminjaman ruang laboratorium ini saya ajukan dan saya siap bertanggung jawab apabila ada kerusakan pada alat yang dipinjam sesuai dengan ketentuan laboratorium.

Peminjam	Mengetahui	Yang menyerahkan
	Pembimbing	Laboran/Kepala Laboran
(.....)	(.....)	(.....)
NPM.	NPT/NIP.	NPT/NIP.

Mengetahui	Mengetahui
Asisten Laboratorium	Laboran/Kepala Laboran
(.....)	(.....)
NPM.	NPT/NIP.

LAMPIRAN 4
BERITA ACARA KEGIATAN PRAKTIKUM

No Formulir:...../LabTour/Bulan/Tahun

Hari/Tanggal :

Waktu :

Tempat :

Dosen Pengampu :

Agenda Kegiatan	
Deskripsi Kegiatan	
Hasil Kegiatan	

Mengetahui	Mengetahui
Dosen Pengampu	Koor. Program Studi
(.....)	(.....)
NPT/NIP.	NPT/NIP.