

Strategi Produk dan Jasa

Kelompok 6 :

1. Safri Zuman (1700032024)
2. Laurin Azwita (1700032026)
3. Lisma Febriani Putri (1700032009)
4. Nada Zuliah Citra (1700032029)

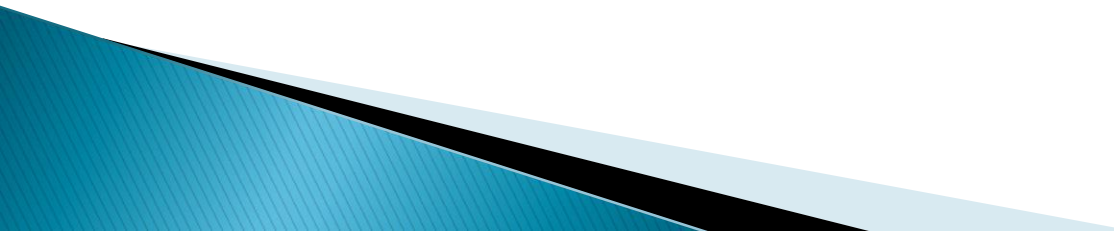
Definisi Produk dan Jasa

- Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan
- Jasa (services) adalah segala aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud, dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Tingkatan Produk dan Jasa

1. Manfaat dasar dari suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen.
2. Bentuk dasar dari suatu produk yang dapat dirasakan oleh panca indera.
3. Serangkaian atribut–atribut produk dan kondisi–kondisi yang diharapkan oleh pembeli pada saat membeli suatu produk.
4. Sesuatu yang membedakan antara produk yang ditawarkan oleh badan usaha dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.
5. Semua argumentasi dan perubahan bentuk yang **dialami oleh suatu** produk dimasa datang.

Strategi produk terdiri dari beberapa tahapan:

- ▶ Strategi penentuan harga
 - ▶ Pemberian Merek
 - ▶ Strategi Distribusi
 - ▶ Manajemen Waktu
- 

Brand product dan Merk

➤ Brand adalah citra yang ingin dibangun oleh sebuah merk untuk membangun reputasi

➤ Merk adalah nama dan identitas sebuah produk

STRATEGI PEMASARAN UNTUK PERUSAHAAN JASA

- ▶ Rantai jasa laba (service/profit chain) merupakan rantai yang menghubungkan laba perusahaan jasa dengan kepuasan karyawan dan pelanggan. Rantai ini terdiri dari lima mata rantai:
 - 1.Kualitas jasa internal
 - 2.Karyawan jasa yang puas dan produktif
 - 3.Nilai jasa yang lebih besar
 - 4.Pelanggan yang puas dan setia
 - 5.Laba serta pertumbuhan jasa yang sehat

- ▶ •Pemasaran internal (internal marketing) merupakan pemasaran yang dilakukan perusahaan jasa untuk melatih dan memotivasi karyawan secara efektif.
- ▶ •Pemasaran interaktif (interactive marketing) merupakan pemasaran yang dilakukan diperusahaan jasa yang mengakui bahwa nilai kualitas jasa sangat tergantung pada kualitas interaksi pembeli /penjual.
- ▶ •Mengelola diferensiasi jasa solusi untuk persaingan harga, adalah pengembangan penawaran, penyampain,serta citra yang berbeda.

- ▶ • Mengelola kualitas pelayanan/jasasalah satu cara utama yang dipaki oleh perusahaan jasa dalam membedakan dirinya sendiri adalah dengan menyampaikan kualitas yang lebih tinggi secara konsisten ketimbang yang dilakukan pesaing.
- ▶ Mengelolah produktifitas jasa untuk membedakan pelayanannya,

contoh: british airways menawarkan kepada penumpang internasional fasilitas seperti kamar tidur dan mandi air panas. Seperti komentar yang ditunjukkan dalam iklan ini, pelanggan betul-betul menghargai pelayanan semacam ini.