

STRATEGI PRODUK

OUTLINE

1. Bauran pemasaran jasa
2. Karakteristik dan kategori produk jasa
3. Tingkatan produk jasa
4. Pengembangan konsep produk jasa
5. Merek dan difrensiasi produk
6. Strategi pertumbuhan

Bauran Pemasaran Jasa

1. Produk (*Product*)
2. Harga (*Price*)
3. Lokasi/Tempat (*Place*)
4. Promosi (*Promotion*)
5. Orang/SDM (*People*)
6. Proses (*Process*)
7. Bukti/Lingkungan fisik (*Physical evidence/environment*)

Layanan pelanggan (*Customer Service*)

Karakteristik Produk Jasa

1. Tidak berwujud (*intangibility*)
2. Heterogenitas/variability
(*heterogeneity/variability*)
3. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*)
4. Tidak tahan lama (*perishability*)

Kategori Produk Jasa

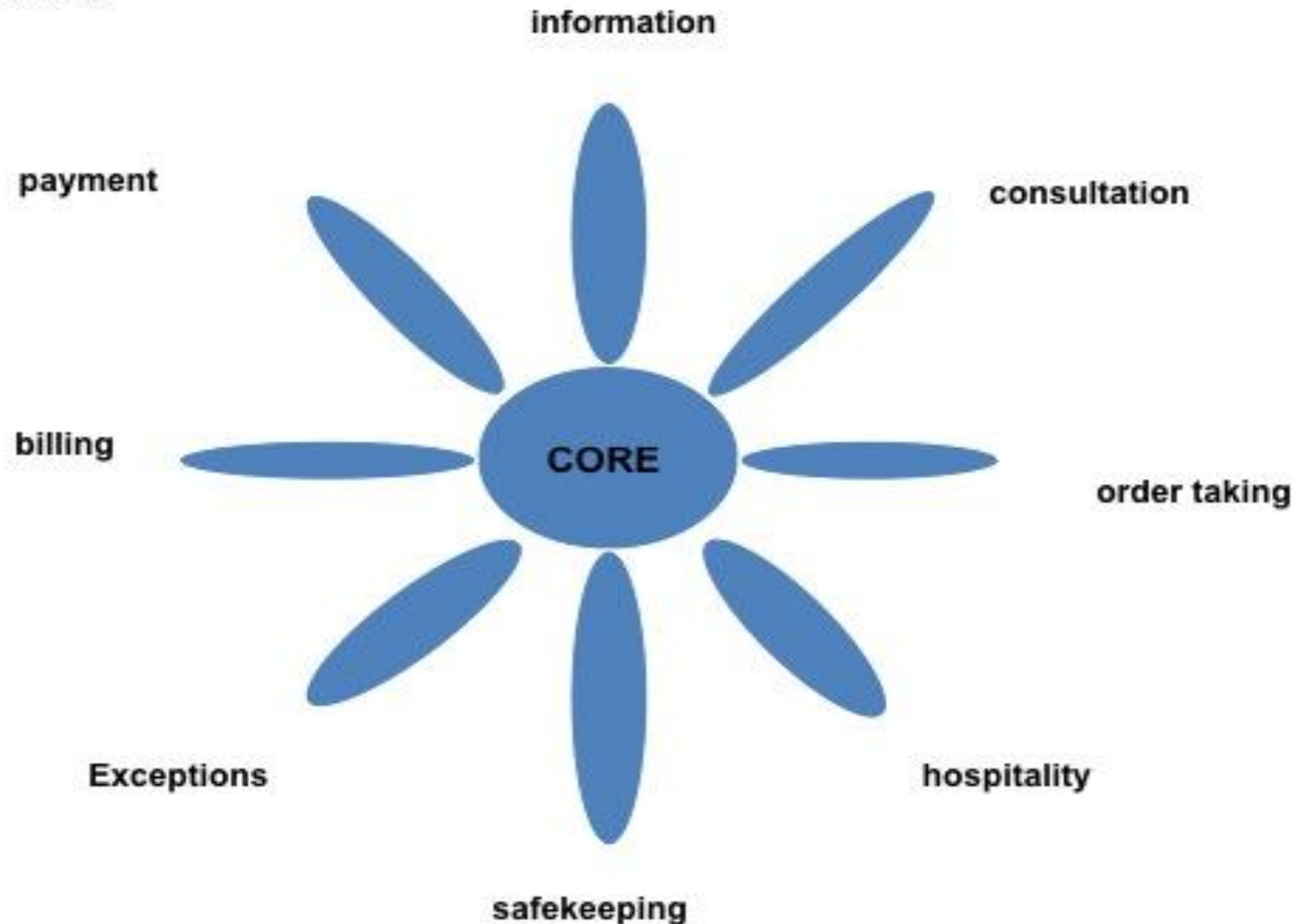
1. Barang murni berwujud
2. Barang berwujud dengan jasa yang menyertai
3. Jasa mayor disertai barang dan jasa minor
4. Jasa murni

Tingkatan Produk Jasa

1. Produk inti/generik
2. Produk yang diharapkan
3. Produk tambahan
4. Produk potensial

Pengembangan Konsep Produk Jasa

Flower of Service



Merek dan Difrensiasi Produk

Penilaian konsumen atas merek

1. Pentingnya situasi pemakaian
2. Keefektifan kategori produk dalam situasi
3. Efektivitas relatif dari merek dalam situasi

Jenis merek

1. Manufacturer brand
2. House brand
3. Generic brand

Strategi Pertumbuhan

1. Penetrasi pasar

- Mempertahankan pelanggan
- Meningkatkan frkuensi pemakaian

2. Pengembangan produk jasa baru

- Inovasi utama, bisnis star-up, produk baru, perluasan lini produk

3. Pengembangan pasar

- Mencari segmen baru

4. Diversifikasi

- Jasa baru untuk pasar baru