

STRATEGI TEMPAT (DISTRIBUSI)

OUTLINE

1. Keputusan saluran penyerahan
2. Pilihan penyerahan jasa
3. Lingkungan fisik penyampaian jasa
4. Proses penyerahan jasa
5. Peran perantara
6. Implikasi karakteristik jasa terhadap manajemen distribusi

Keputusan Saluran Penyerahan

Kemana ?

Kapan ?

Bagaimana?

Pilihan Penyerahan Jasa

Lokasi

Konsumen → penyedia jasa

Penyedia jasa → Konsumen

Kepanjangan tangan

Saluran distribusi

Penyedia jasa

Perantara

Konsumen

Lingkungan Fisik Penyampaian Jasa

Peran lingkungan Fisik

Menimbulkan Perhatian

Menciptakan kesan

Menciptakan efek

Tempat & Waktu

Lokasi

Kenyamanan pelanggan

Jam operasi

Proses Penyerahan Jasa

1. Perencanaan dan konfigurasi penyerahan jasa

- Urutan langkah, lokasi, jadual
- Pengabungan unsur jasa
- Sifat kontak
- Sifat proses jasa
- Aturan pelayanan
- Metafora dan atmosfer

Proses Penyerahan Jasa

2. Bagaimana teknologi menghasilkan revolusi

- Pengembangan teknologi pintar
- Pencitaan kios-kios otomatis
- Pengembangan situs web
- Pengembangan kartu pintar

Proses Penyerahan Jasa

3. Mempromosikan dan menyerakan jasa dalam internet

- Jasa kontak tinggi
- Jasa kontak rendah
- Pembelian katalog
- Ruang maya

4. Tempat pasar dan ruang pasar

- Tempat pasar
- Ruang pasar

Peran perantara

Efektif dan efisien

Menyerahkan
paket jasa
lengkap

Implikasi karakteristik jasa terhadap manajemen distribusi

1. Implikasi ketakberwujudan
2. Implikasi tidak dapat dipisahkan
3. Implikasi heterogenitas