

# **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