

DMH2E3 – PEMASARAN JASA

PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN

POKOK BAHASAN 6 : DISTRIBUSI DALAM KONTEKS JASA

(PLACE)

Widya Sastika, ST., MM.

D3 Manajemen Pemasaran- Fakultas Ilmu Terapan



LEARNING OBJECTIVE

- ▶ 1. Mahasiswa mampu memahami mengenai apa yang distribusi pada konteks jasa
2. Mahasiswa mampu memahami mengenai bagaimana distribusi pada konteks jasa
3. Mahasiswa mampu memahami mengenai kapan distribusi pada konteks jasa
4. Mahasiswa mampu memahami mengenai dimana distribusi pada konteks jasa



Distribusi Jasa

Distribusi di dalam konteks jasa

Apa? Bagaimana? Kapan? Dimana? Respons terhadap keempat pertanyaan ini membentuk fondasi dari strategi distribusi layanan apapun.



The Flower of Service

► *Apa yang didistribusikan?* Apa yang didistribusikan? Model aliran distribusi dapat dipetakan ke dalam konsep “*Flower of Service*” dan meliputi aliran distribusi layanan :

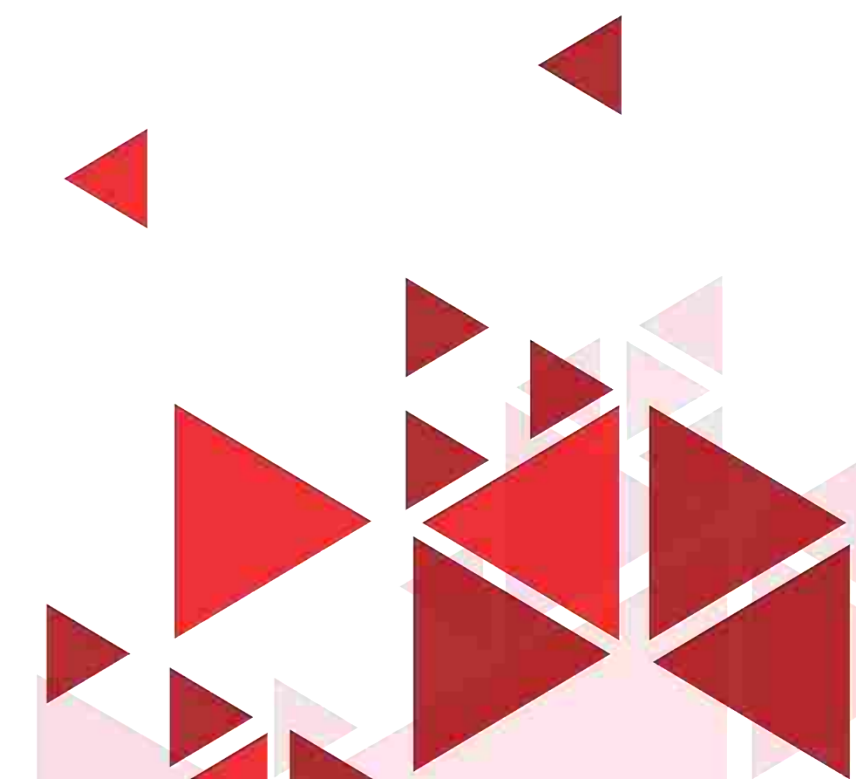
- Aliran informasi dan promosi
- Aliran negosiasi
- Aliran Produk



Distribusi Jasa

▶ Bagaimana jasa didistribusikan?

Sifat dari Interaksi antara Pelanggan dan Organisasi Jasa	Ketersediaan Outlet Jasa	
	Satu Tempat	Banyak Tempat
Pelanggan mengunjungi organisasi jasa	Bioskop Pemangkas Rambut	Halte bis Rantai restoran cepat saji
Organisasi jasa mendatangi pelanggan	Pengecatan Rumah Cuci mobil keliling	Layanan Pos Layanan Berjalan Klub Otomotif
Pelanggan dan organisasi jasa bertransaksi jarak jauh (melalui surat atau komunikasi elektronik)	Perusahaan kartu kredit Stasiun TV Lokal	Jaringan siaran televisi Perusahaan Telepon

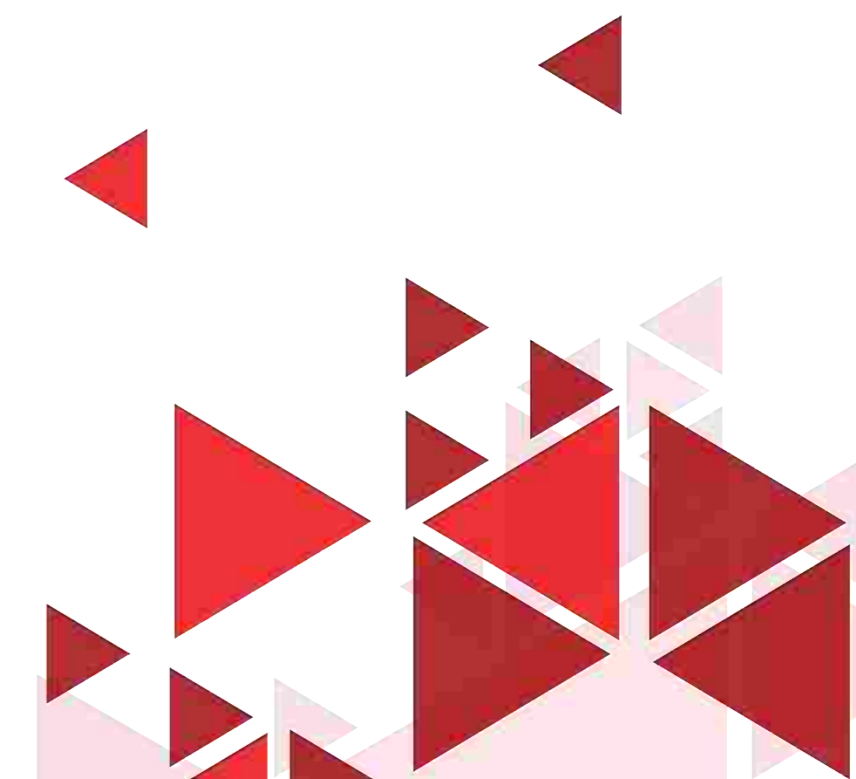


Distribusi Jasa

▶ **Dimana Jasa Seharusnya diserahkan?**



Kapan Sebaiknya Layanan dihantarkan?



Distribusi Jasa

► *Menghantarkan Layanan di dunia maya?*

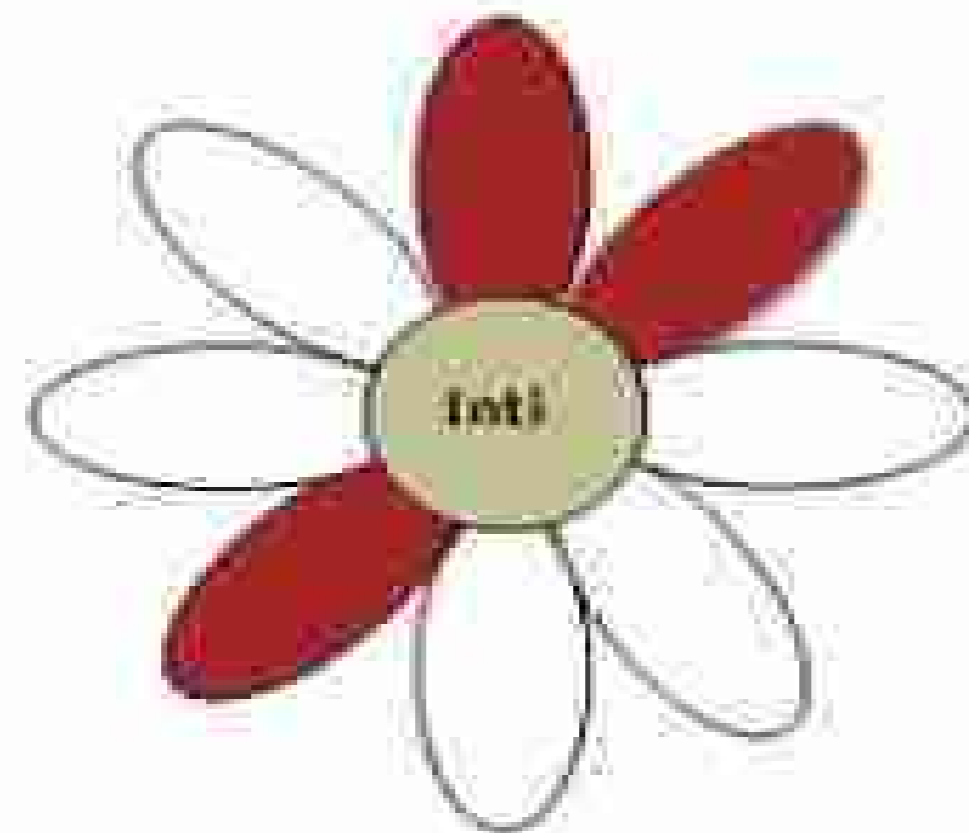
1. Inovasi teknologi
2. E-commerce



Peran Perantara

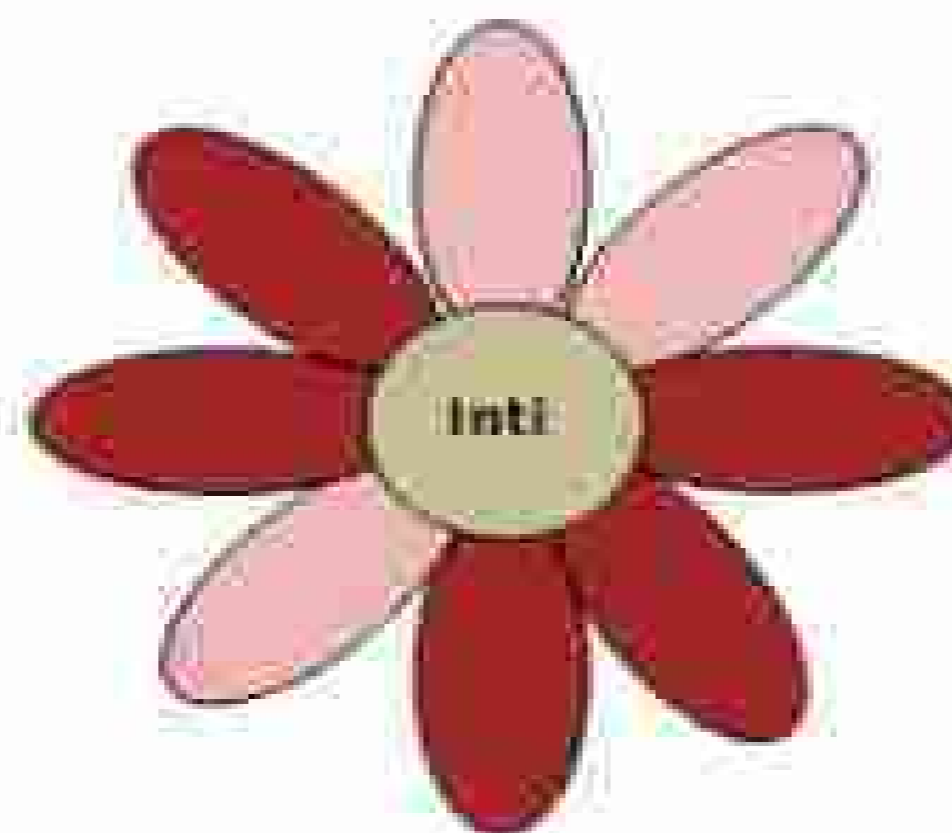
Gambar: Ilustrasi Kerjasama Perusahaan Jasa Dengan Perantara

Konsep Jasa yang Dibuat oleh
Perusahaan Jasa



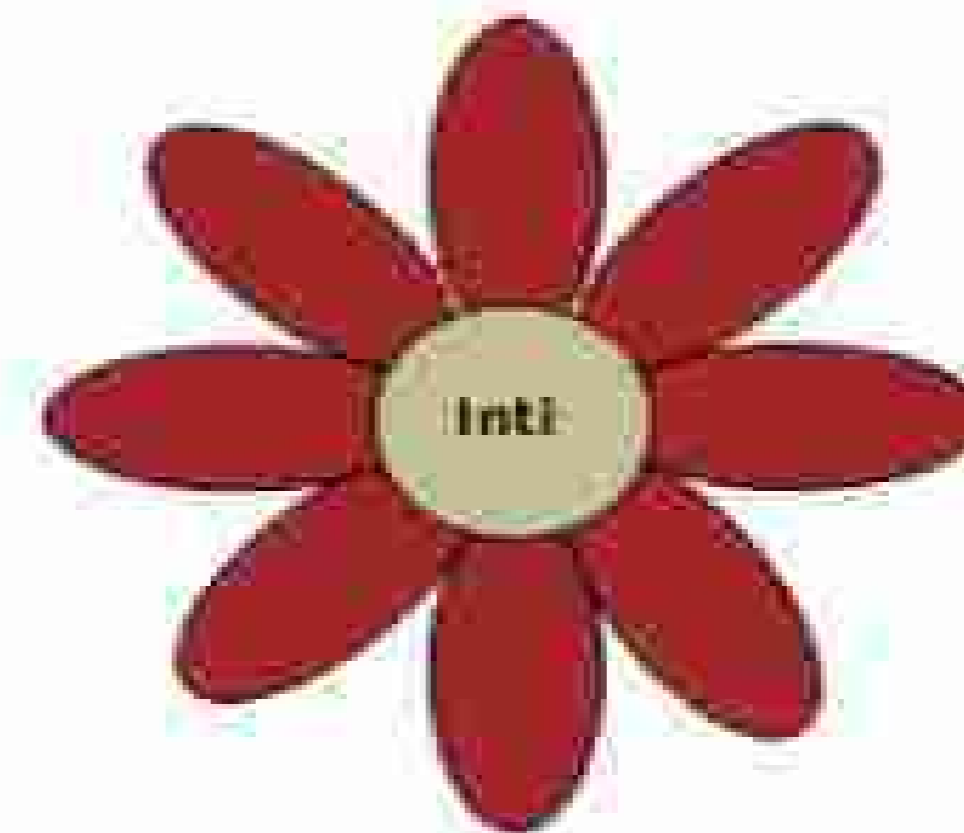
Produk Inti

Konsep Jasa yang Diperkaya oleh
Distributor Jasa



Jasa Pelengkap

Pengalaman Konsep Jasa yang
Dirasakan oleh Pelanggan



Pengalaman dan Manfaat
Keseluruhan

Tantangan Distribusi Domestik & Mancanegara



