

DMH2E3 – PEMASARAN JASA

PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN

POKOK BAHASAN 1 : PERSPEKTIF BARU PEMASARAN DALAM EKONOMI JASA

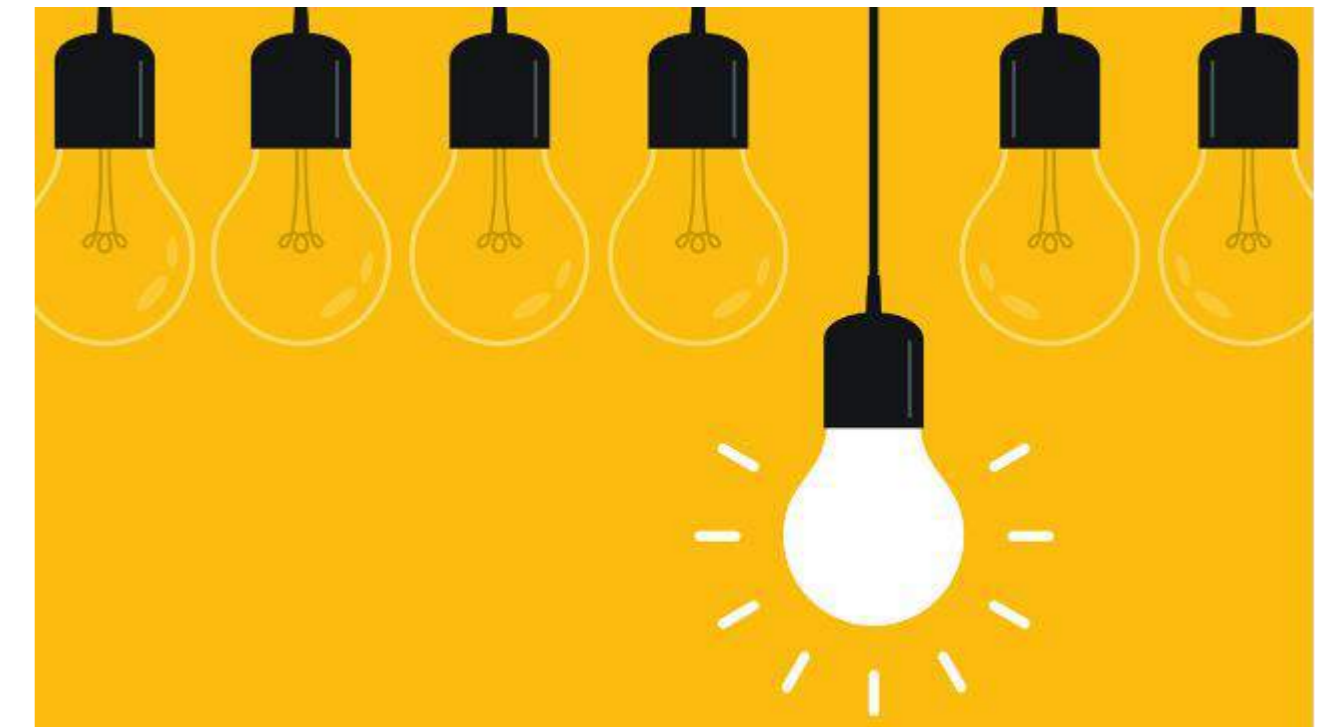
Widya Sastika, ST., MM.

D3 Manajemen Pemasaran- Fakultas Ilmu Terapan



LEARNING OBJECTIVE

1. Mahasiswa mampu memahami industri utama dalam sektor jasa
2. Mahasiswa mampu memahami kekuatan besar dalam mentransformasi pasar jasa
3. Mahasiswa mampu memahami karakteristik jasa
4. Mahasiswa mampu memahami empat kategori jasa
5. Mahasiswa mampu memahami tantangan pemasaran jasa

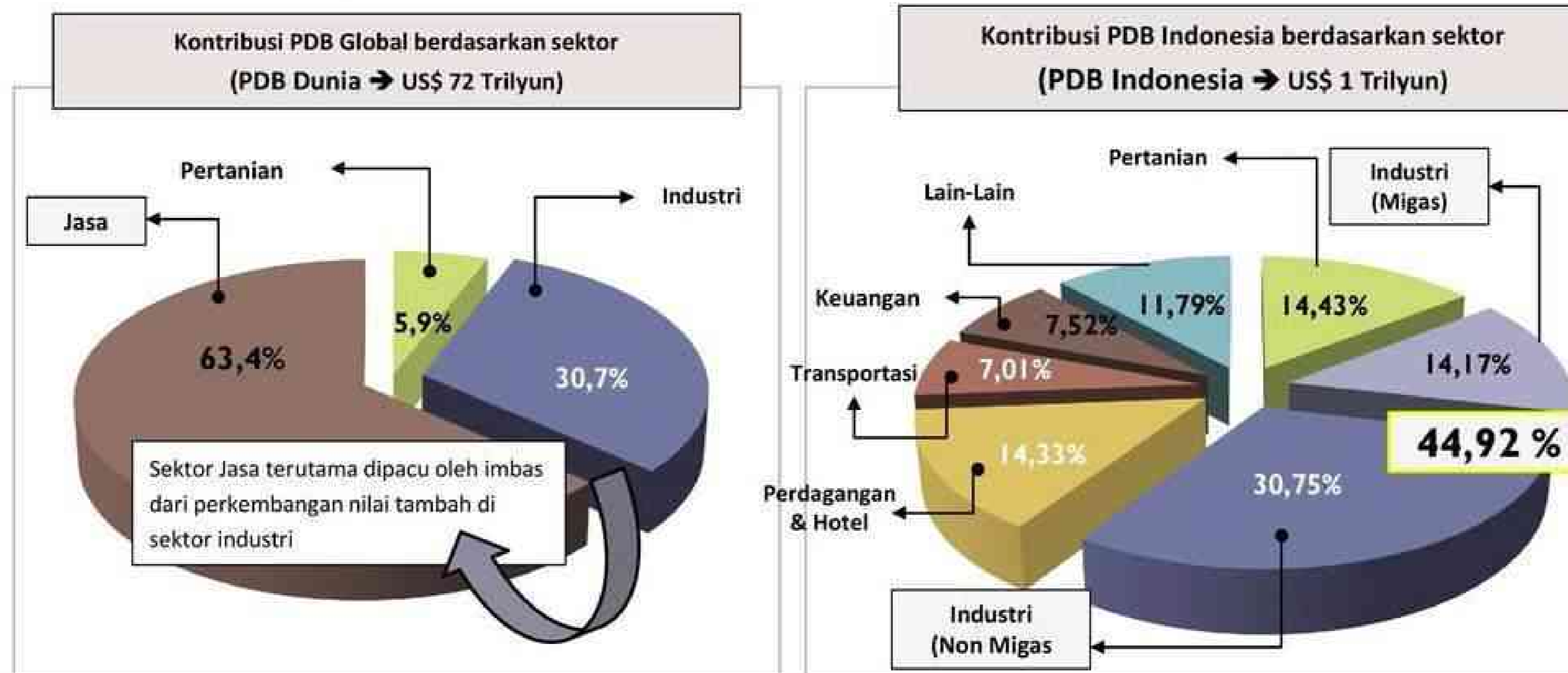


Sektor Jasa di Dunia



Kontribusi Sektor Jasa

• GDP per Sektor



- PDB Dunia **diisi oleh Sektor Jasa sebagai kontributor terbesar (63%)**, sebagai hasil dari **perkembangan nilai tambah sektor industri**
- PDB Indonesia **diisi oleh kontributor terbesar dari sektor industri (45%)** namun masih berada pada tahap sektor bernilai tambah rendah, yang berimbas pada share PDB Indonesia terhadap PDB global sebesar hanya 1,4%

Kekuatan yang berpengaruh dan berdampak pada ekonomi jasa



Definisi Jasa



Christoper Lovelock, Jochen Wirtz

Karakteristik Jasa



Proses Jasa

- ❖ Produk Jasa merupakan aktivitas dari input menjadi output
- ❖ Terdapat 4 tipe input yang dapat diproses menjadi output:

People Processing

Possesion Processing

Mental Stimulation
Processing

Information Processing

Karakteristik Unik Jasa



