

DMH2E3 – PEMASARAN JASA

PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN

# POKOK BAHASAN 9 : MERANCANG PROSES (PROCESS) & MERANCANG LINGKUNGAN LAYANAN (PHYSICAL EVIDENCE)

Widya Sastika, ST., MM.

D3 Manajemen Pemasaran- Fakultas Ilmu Terapan



# LEARNING OBJECTIVE

1. Mahasiswa mampu memahami mengenai flowchart
2. Mahasiswa mampu memahami mengenai perancangan ulang proses jasa
3. Mahasiswa mampu memahami mengenai physical evidence
4. Mahasiswa mampu memahami mengenai servicescape



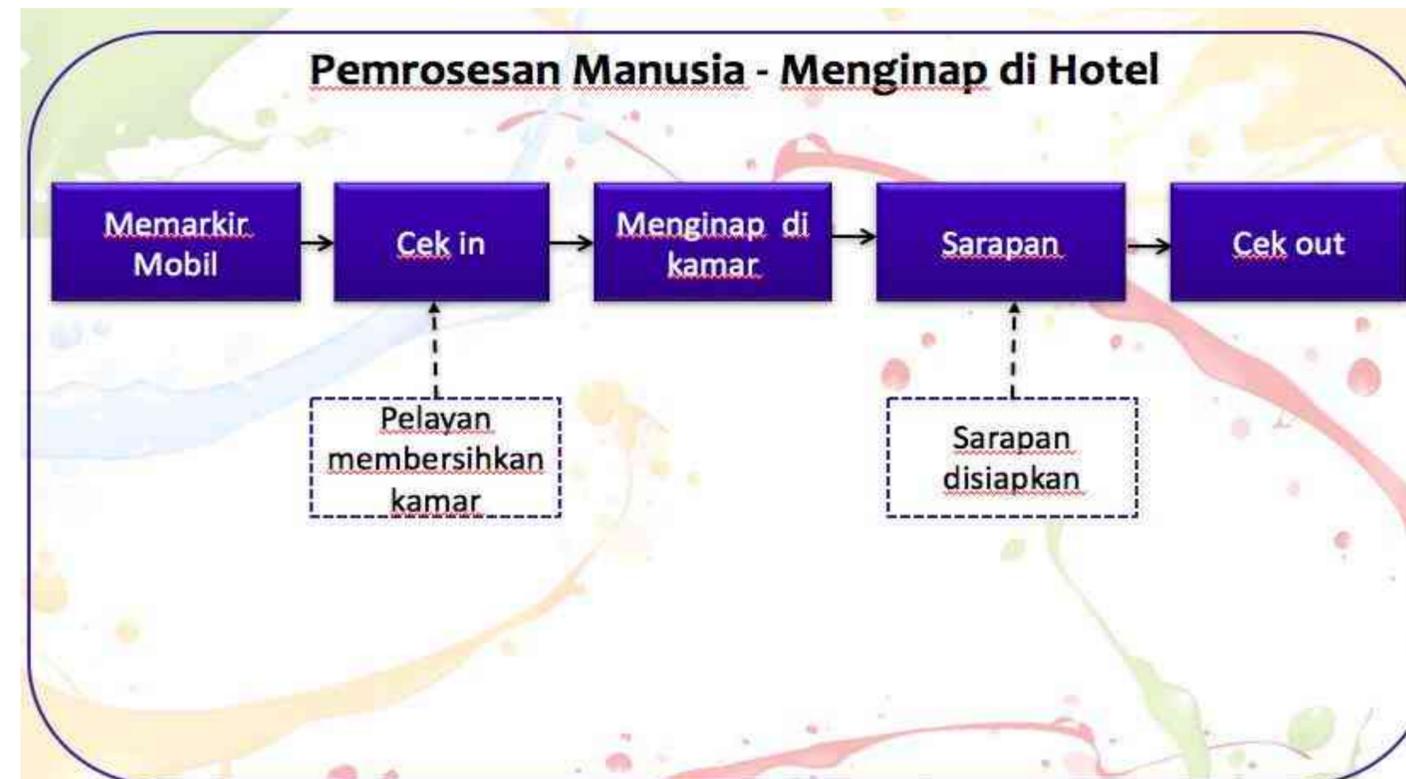
# MERANCANG PROSES (PROCESS)

**Proses** adalah semua procedure actual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa.



# Flowchart Penghantaran Jasa

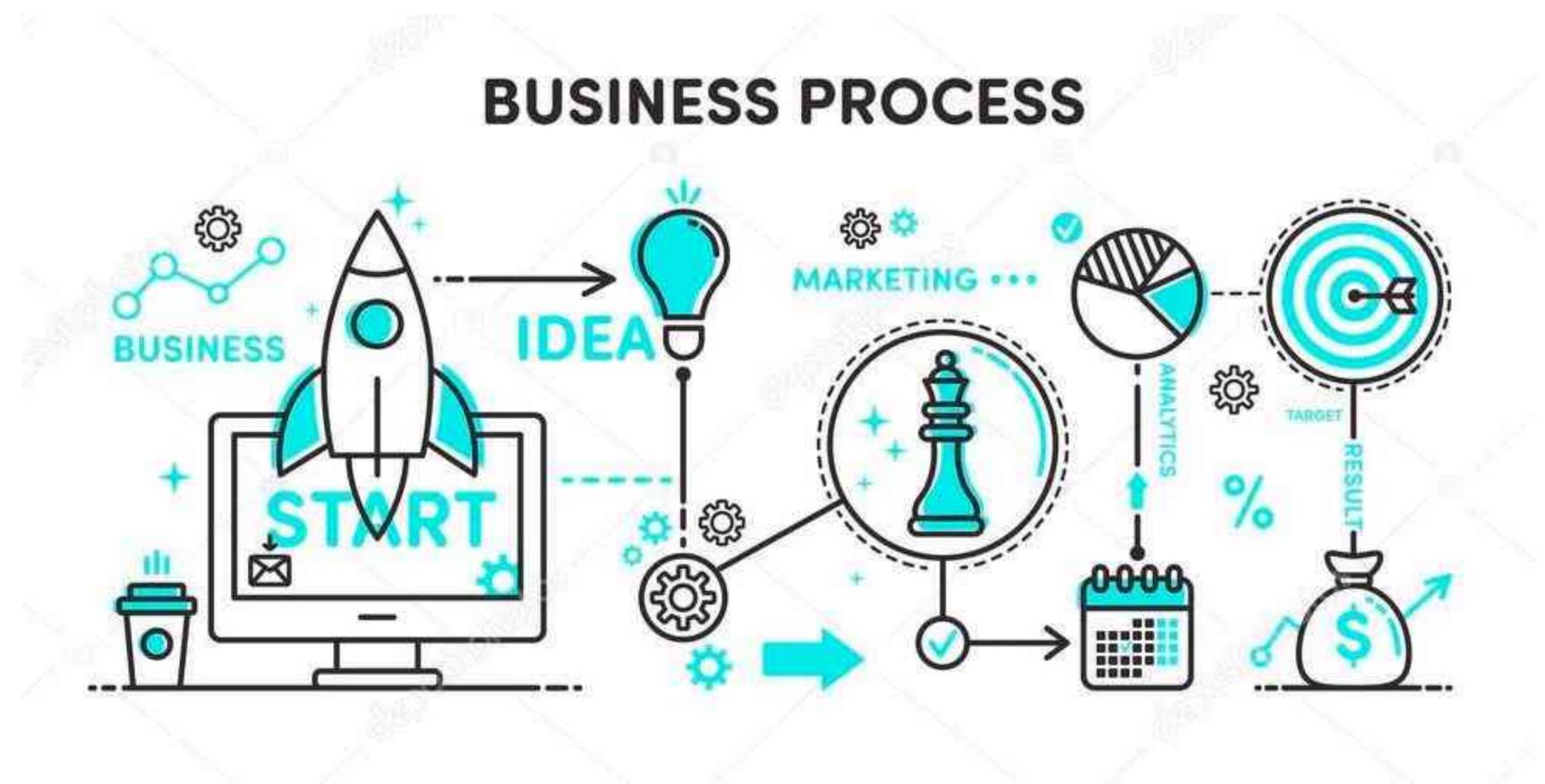
**Flowchart** (membuat diagram alir) adalah suatu teknik untuk menampilkan karakteristik dan tahapan dari langkah-langkah yang terlibat dalam penghantaran jasa kepada pelanggan, memberikan cara yang mudah untuk memahami keseluruhan dari pengalaman jasa pelanggan.



# Perancangan Ulang Proses Jasa

Lima jenis perancangan ulang proses jasa, antara lain:

1. Proses Perampingan
2. Swalayan
3. Layanan Langsung
4. Jasa terpaket
5. Perancangan ulang aspek fisik



# MERANCANG LINGKUNGAN LAYANAN (PHYSICAL EVIDENCE)

Physical Evidence atau bukti fisik adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud (tangible) yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa.

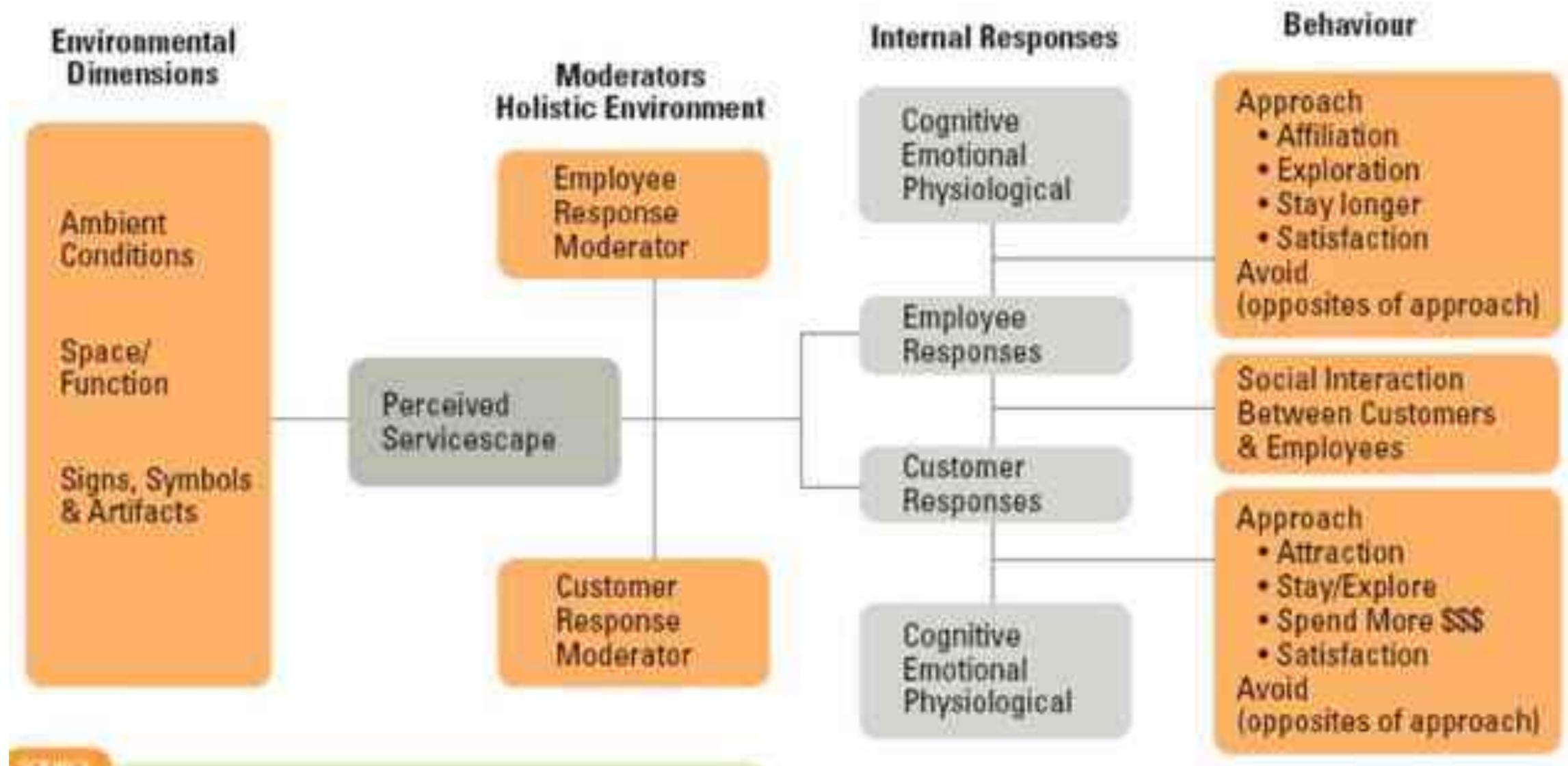


# MERANCANG LINGKUNGAN LAYANAN (PHYSICAL EVIDENCE)

Kondisi fisik lingkungan layanan yang dialami oleh pelanggan memainkan peranan penting dalam membentuk pengalaman layanan dan memperkuat (mengurangi) kepuasan pelanggan, khususnya pada jasa dengan tingkat kontak yang tinggi dan melibatkan manusia dalam prosesnya.



# Model Servicescape



**Source:**  
 Bitner, M.J. (1992) Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56 (April), pp. 57-71.

# Model Servicescape

## Model Servicescape – Kerangka kerja yang integratif

- Model Bitner ini menunjukkan bahwa terdapat moderator/penyeimbang antara respon pelanggan dan pegawai. Ini berarti lingkungan jasa yang sama dapat memberikan dampak berbeda terhadap berbagai pelanggan, bergantung pada siapa pelanggan tersebut dan apa yang ia suka – keindahan terletak di mata yang memandangnya dan bersifat subjektif.



