

Nama kelompok :

Novia Dessy Kartikasari

115030301111007

Tyanma Maygirtasari

115030307111008

Widya Puteri Ayuningtyas

115030301111004

STRATEGI PRODUK & JASA

Apa itu produk dan Jasa ?

Produk adalah semua yang ditawarkan kepada pasar untuk di perhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya

Jasa adalah bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan

TINGKATAN PRODUKSI



- ⦿ Produk Inti / Generik
- ⦿ Produk yang Diharapkan / Aktual
- ⦿ Produk Tambahan
- ⦿ Produk Potensial

Klasifikasi Produk

- ◎ **Produk Konsumen**
 - **Produk Sehari – hari**
 - **Produk Belanja**
 - **Produk Khusus**
 - **Produk yang Tidak Dicari**
- ◎ **Produk Industri**
 - **Bahan Baku dan Suku Cadang**
 - **Barang Modal**
 - **Perlengkapan dan Jasa**
- ◎ **Organisasi orang, tempat dan ide**

Atribut produk



- Kualitas produk
- Fitur produk
- Gaya dan desain produk

Pemerekan (Branding)

- ◎ **Ekuitas merk**
- ◎ **Pemilikan nama merk**
- ◎ **Sponsor merk**
- ◎ **Strategi merk***

free ad
space*

YOUR

MARKET

YOUR
BRAND

free
distribution*

*just pay for
printing + artwork



Ekuitas Merek

- Adalah nilai suatu merk berdasarkan seberapa kuat merk tersebut mempunyai loyalitas merk, kesadaran konsumen akan nama merk, kualitas yang dipersepsikan, asosiasi merk, dan berbagai aset lainnya seperti paten, merk dagang, dan hubungan jaringan distribusi.

Pemilikan nama merk

CIRI-CIRI YANG DIINGINKAN ATAS SUATU NAMA MERK :

- NAMA MERK HARUS MENCERMINKAN TENTANG MANFAAT DAN KUALITAS PRODUK YANG DITAWARKAN

- NAMA MERK HARUS UDAH DIEJA, DIKENALI, DAN DIINGAT (NAMA YANG SINGKAT AKAN MEMBANTU)

- NAMA MERK HARUS KHAS

- NAMA MERK HARUS MUDAH DITERJEMAHKAN KE DALAM BAHASA-BAHASA ASING

NAMA MERK HARUS BISA DIDAFTARKAN DAN

Sponsor merk

The background of the slide features two white, stylized 3D human figures standing on a platform made of interlocking puzzle pieces. One piece is green and the other is yellow. The figures are shaking hands, symbolizing a partnership or agreement. The entire scene is set against a white background with a grey circular gradient on the right side.

- ⦿ Merk perusahaan pembuat
- ⦿ Merk pribadi
- ⦿ Merk lisensi
- ⦿ Merk bersama

Strategi merk



- ⦿ Perluasan lini
- ⦿ Perluasan merk
- ⦿ Aneka merk

Pengemasan

The image shows several open cardboard boxes of various sizes. One box in the background contains several blue and grey shirts hanging on a hanger. In the foreground, a white cylindrical container holds a small blue robot figurine, a roll of tape, and some tools. The boxes are arranged in a cluster, with some overlapping, set against a light background with a grey circular gradient on the right side.

Elemen-elemen khusus kemasan :

- ukuran
- bentuk
- bahan dasar
- warna
- tulisan
- tanda merk

Kemasan tersebut harus konsisten dengan iklan, harga dan distribusi produk yang bersangkutan.

Pelabelan

- Mengidentifikasi
- Menjelaskan
- Mempromosikan

Pelabelan mempengaruhi :

- Harga unit, penanggulangan terbuka, pelabelan nutrisi

Jasa (pelayanan) pendukung produk

The background features a stylized illustration of a race track with several runners in various colors (green, blue, purple, orange, yellow) competing. The runners are positioned on a track that curves from the top left towards the bottom right. The overall scene is bright and dynamic, suggesting a competitive environment.

- Perusahaan sebaiknya mendesain produk dan jasa pendukungnya untuk memenuhi keinginan pelanggan yang menjadi sasaran pasarnya

Keputusan Produk dan Tanggung Jawab Sosial

- Keputusan produk banyak menarik perhatian masyarakat, pemasar sebaiknya mempertimbangkan secara hati-hati masalah kebijakan publik dan peraturan yang melibatkan perolehan atau pembutan produk

Keputusan lini produk

- ⦿ Lini produk adalah suatu kelompok produk yang erat kaitannya karena mereka mempunyai fungsi yang sama, dijual kepada kelompok konsumen yang sama, dipasarkan melalui type outlet yang sama, atau mempunyai harga dalam

Bauran produk

- ⦿ **Terdiri dari seluruh lini produk dan item barang yang ditawarkan oleh penjual tertentu**
- ⦿ **Lebar bauran produk menunjukkan banyaknya lini produk yang berbeda yang ditawarkan oleh perusahaan**
- ⦿ **Panjang bauran produk menunjukkan banyaknya keseluruhan item barang yang ditawarkan perusahaan dalam lini produknya**
- ⦿ **Dalamnya lini produk menunjukkan banyaknya versi yang ditawarkan untuk tiap-tiap produk pada lini tertentu**
- ⦿ **Konsistensi bauran produk menunjukkan seberapa dekat hubungan berbagai lini produk menurut penggunaan akhir, persyaratan produksi, saluran distribusi, atau menurut cara lain.**

Pemasaran jasa

- Pemerintah menawarkan jasanya melalui pengadilan, jasa pemekerjaan, rumah sakit, badan pemberi pinjaman, militer, dll
- Organisasi non provit menawarkan jasanya melalui museum, badan amal, gereja, universitas, dll
- Organisasi bisnis menawarkan jasanya melalui perusahaan penerbangan, hotel, dll

Sifat dan Karakteristik Jasa

- ⦿ Ketidakberwujudan
- ⦿ Ketidakterpisahan
- ⦿ Keberubah-ubahan
- ⦿ Ketidak tahan lama

Strategi Pemasaran untuk Perusahaan Jasa

- ⦿ Rantai Jasa - Laba
- ⦿ Pemasaran Internal
- ⦿ Pemasaran Interaktif

Perusahaan - perusahaan jasa menghadapi 3 tugas utama pemasaran :

- > Diferensiasi
- > Kualitas jasa
- > Produktifitas

MARKETINGST →

← STRATEGY^{DR}