

Tinjauan Mata Kuliah

Matakuliah ini menjelaskan pemasaran jasa dengan menggunakan pendekatan hubungan pelanggan yang berorientasi pada paradigma *relationship marketing*. Paradigma ini menekankan pada pentingnya mempertahankan konsumen dan menciptakan konsumen loyal melalui pemberian kepuasan konsumen dan kualitas secara optimal. Hal ini penting dilakukan oleh pelaku bisnis jasa untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing (*competitive advantage*).

Sehubungan dengan hal tersebut maka konsep-konsep yang dibahas dalam matakuliah ini dimulai dari aspek pemahaman mendasar yaitu dengan melihat berbagai aspek dari sudut pandang yang berkaitan dengan perkembangan dan pengaruh lingkungan terhadap bisnis jasa dan pemahaman terhadap konsumen yaitu perilaku konsumen, segmentasi pasar, memahami harapan dan persepsi konsumen.

Pemahaman konsep dasar ini penting untuk memperdalam konsep-konsep selanjutnya yang berkaitan dengan aspek strategis dan operasional seperti bauran pemasaran jasa yang membahas 7 unsur pemasaran jasa yaitu: produk, harga, distribusi, promosi, orang, proses dan pelayanan konsumen. Aspek strategis dan operasional yang juga perlu dikembangkan adalah pengembangan jasa baru, menciptakan kepuasan pelanggan dan manajemen kualitas jasa. Untuk meningkatkan optimalisasi pengembangan strategi pemasaran jasa perlu didukung oleh peningkatan kinerja *service provider* dalam hal menciptakan *long lasting relationship* dengan konsumen, mendesain standard pelayanan yang berkualitas.

Peran SDM (karyawan) dalam jasa juga merupakan komponen penting yang perlu dipahami dengan baik dengan melihat pentingnya posisi mereka sebagai ujung tombak keberhasilan bisnis jasa. Pelaku bisnis jasa tidak hanya dituntut untuk memahami konsumen eksternal, tetapi juga harus memahami peran penting konsumen internal. Keberhasilan perusahaan dalam mengelola berbagai aspek yang bersifat operasional dan strategis diharapkan dapat memberikan dampak yang positif baik secara ekonomi maupun finansial untuk mempertahankan kelanjutan hidup perusahaan (*company survival*)

Pembahasan dalam modul ini diberikan secara komprehensif yang meliputi:

Modul 1 : Dinamika bisnis jasa dan pentingnya pemasaran jasa

- Modul 2 : Perilaku pelanggan dan Segmenting-Targeting-Positioning jasa
- Modul 3 : Memahami harapan dan persepsi konsumen
- Modul 4 : Bauran pemasaran jasa
- Modul 5 : Pengembangan jasa baru
- Modul 6 : Kepuasan pelanggan dan implikasinya terhadap perilaku purna
Penggunaan jasa
- Modul 7 : Manajemen kualitas jasa
- Modul 8 : Peran penting SDM (karyawan) dalam bisnis jasa
- Modul 9 : Efek ekonomi dan finansial

**Peta Kompetensi
Pemasaran Jasa/EKMA4568**

