



MILLION\$

MANAGEMENT SOLUTIONS

PEMASARAN JASA

EXERCISE

UTS

2014-2015

SOAL BAGIAN A (Total bobot 30%)

Bacalah kasus berikut ini untuk menjawab soal 1 dan 2 yang wajib Anda kerjakan!

Judul Kasus: "Cerita Hellen Anggrahini Merintis EO Khusus Pesta Ulang Tahun Anak-anak"

Sumber: <http://www.tabloidbintang.com/articles/berita/sosok/19020-cerita-hellen-anggrahini-merintis-eo-khusus-pesta-ulang-tahun-anakanak>

Sabtu, 7 Maret 2015 14:10:18 | Wida Kriswanti

Ketika seorang wanita memilih untuk menjalani usaha, biasanya berangkat dari sesuatu yang disukainya. Begitupun Hellen Anggrahini. Ibu dua anak yang sudah beranjak remaja ini dulu gemar merancang sendiri pesta ulang tahun seru untuk buah hatinya, saat mereka masih kecil. Dalam ingatannya, pesta ulang tahun pertama yang dibuat untuk si sulung, Jonathan Oei, bertema (kereta) Thomas. Hingga suatu ketika kreativitasnya mulai mendapatkan respons positif dari orang lain, terpikirlah ide menyeriusi usaha event organizer (EO) khusus ulang tahun anak-anak. "Saudara mulai minta dibuatkan untuk anaknya. Teman-teman juga. Pelan-pelan saya tekuni, hingga akhirnya jadilah Jingles Party," buka Hellen. Hellen mengungkap, inti pekerjaan sebagai EO adalah memberikan pelayanan memuaskan kepada klien. Karena itu wanita berdarah Tionghoa ini sebisa mungkin tidak menolak setiap pekerjaan yang datang, sesulit apa pun tantangannya. "Ada yang menghubungi enam bulan, satu bulan sebelumnya. Tapi, ada juga yang bahkan baru menghubungi satu minggu sebelum pesta, saya sanggupi. Paling kami akan lembur di bagian dekorasi," ujar Hellen yang hanya akan menolak kalau klien menghubunginya kurang dari satu minggu. "Tiga atau empat hari (sebelum pesta), itu terlalu mendesak," tegasnya.

Agar pekerjaannya efektif, pada kali pertama klien menghubungi, Hellen langsung membicarakan konsep pesta ulang tahun yang diinginkan sedetail mungkin. Ini penting agar langkah berikutnya lebih mudah. Keinginan anak yang berulang tahun diutamakan. Kecuali usianya baru 1 tahun, maka keinginan ibu si anak yang didengar. "Tapi, kami sebagai EO tetap memberi masukan dan rekomendasi," kata Hellen yang banyak menangani ulang tahun anak usia 1 tahun. Wujud pelayanan memuaskan berikutnya adalah seoptimal mungkin memenuhi keinginan klien. Pernah satu kali ada yang ingin tambahan atraksi sulap di pesta ulang tahunnya. Namun, mereka tidak mau aksi sulap yang biasa-biasa saja. "Akhirnya kami datangkan pesulap dari Singapura," Hellen bangga.

Selain itu, wanita yang memiliki beberapa bisnis usaha lain tidak ragu terjun langsung ke lapangan, melayani klien. Satu hal yang tetap dilakukannya hingga Jingles Party menginjak usia 6 tahun. "Turun tangan langsung, hadir di tempat pesta – kecuali jika saya benar-benar berhalangan, seperti sakit atau ada acara yang bentrok, saya pakai asisten. Karena ini, kan usaha jasa, orang percaya dengan saya," bebarnya. Di tempat pesta, Hellen akan memastikan acara berlangsung sesuai rencana. Dia datang lebih awal untuk memeriksa apakah dekorasi dikerjakan dengan baik, apakah semua kru yang dipekerjakannya secara freelance hadir tepat waktu, hingga mengawasi jalannya acara. Tugas di hari H inilah yang lebih sering membuat Hellen berkeringat dingin, bahkan stres. "Kadang ada saja kru yang dalam hal waktu suka meleset. Ada juga kendala yang paling menakutkan, misalnya terjadi kecelakaan, ditilang polisi, atau ban bocor. Otomatis kru terlambat datang ke pesta," cerita Hellen. Seiring pengalaman, Hellen sudah menemukan siasat mengatasinya. "Selalu menyediakan tenggat waktu lebih. Satu atau setengah jam sebelum acara dimulai, semua harus sudah di tempat. Jadi kalau misalnya ada yang belum datang, saya masih sempat menghubungi pengganti, ungkapanya. (wida/adm)

SOAL 1 (20%)

- Anda telah mempelajari mengenai pengertian jasa (*services*) yang tentunya sangat berbeda dengan barang (*goods*). Apa saja yang membuat jasa berbeda dengan barang? Jelaskan jawaban Anda dengan menggunakan contoh pada kasus diatas.
- Produk dalam jasa terdiri dari *core product* dan *supplementary service* dan *delivery processes*. Jelaskanlah ketiganya berkenaan dengan produk jasa pada kasus diatas.
- Anda telah mempelajari klasifikasi jasa menjadi empat tipe: *people-processing*, *possession-processing*, *mental stimulus processing*, dan *information processing*. Pada kasus diatas, menurut Anda termasuk kedalam tipe manakah jasa tersebut diatas? Jelaskan pilihan jawaban Anda tersebut.

SOAL 2 (20%)

- Dalam perilaku konsumen, dalam mengadopsi suatu jasa, konsumen melewati tiga tahapan yaitu: 1) *Pre-purchase stage*, 2) *service encounter stage*, dan 3) *post-purchase stage*. Jelaskanlah ketiga tahapan ini terjadi, gunakan kasus produk pada kasus diatas dalam penjelasan Anda
- Apakah yang dimaksud dengan *moment of truth* dalam pemasaran jasa? Jelaskanlah bagaiman *moment of truth* ini terjadi pada kasus jasa diatas.

SOAL BAGIAN B (total bobot 60%)

Bacalah kasus berikut ini untuk menjawab soal Pilihan! Kerjakan 4 Soal dari 5 Soal Pilihan yang tersedia.

Judul Kasus: "Bermasalah, Anda Tak Bisa Jadi Sopir GrabTaxi!"

Sumber: <http://marketeers.com/article/bermasalah-anda-tak-bisa-jadi-sopir-grabtaxi.html>

13 March 2015, Oleh Septi Wijayani

GrabTaxi sebagai aplikasi pemesan taksi menawarkan kemudahan bagi penumpang dalam memesan taksi dengan cara mengoptimalkan pemanfaatan teknologi. Melalui aplikasi GrabTaxi, pengemudi taksi

dipertemukan dengan penumpang dalam waktu yang relatif singkat sehingga penumpang tidak perlu khawatir menunggu berlama-lama. Hingga saat ini, GrabTaxi telah diunduh oleh lebih dari 3,6 juta pengguna yang berasal dari Malaysia, Singapura, Filipina, Thailand, Vietnam, dan Indonesia.

“Perbedaan GrabTaxi dengan aplikasi pemesanan taksi lain adalah dalam segi kualitas. GrabTaxi menyeleksi secara ketat semua pengemudi GrabTaxi sehingga mereka yang terbaik yang dapat bergabung dengan GrabTaxi,” ujar Kiki Rizki selaku Kepala Pemasaran GrabTaxi Indonesia.

Untuk menjamin keamanan penumpang, GrabTaxi menyeleksi secara ketat semua sopir. GrabTaxi memilih sopir-sopir terbaik sehingga rekrutmen yang dilakukan tidak main-main. Mekanismenya adalah mereka mengirimkan aplikasi ke GrabTaxi. GrabTaxi tidak menerima pengemudi lepasan atau pribadi. Biasanya, pengemudi mengetahui GrabTaxi dari rekomendasi teman-teman mereka yang sudah sukses bergabung dengan GrabTaxi. “Kami akan mengecek secara personal apakah mereka memiliki catatan kriminal, seperti pernah ditilang atau pernah kecelakaan, dan sebagainya. Setelah itu, kami akan berbicara kepada teman-teman mereka mengenai sopir tersebut. Langkah selanjutnya adalah berbicara dengan manajer atau supervisor untuk mengetahui kinerja mereka selama ini. Terakhir, kami meminta surat keterangan baik,” tambah Kiki.

Kiki memaparkan operator taksi yang pengemudinya bergabung dengan GrabTaxi menyambut positif kerja sama ini. Dengan GrabTaxi, pengemudi taksi dapat memenuhi setoran minimal yang disyaratkan operator dan mendapatkan tambahan penghasilan. Saat ini, sopir GrabTaxi di Indonesia sudah mencapai 2.000 orang. Dan, satu pengemudi bisa mendapatkan pesanan lebih dari tiga kali dengan GrabTaxi. Bahkan, ada pengemudi yang mendapatkan penghasilan Rp 10 juta per bulan. Menurut Kiki, pendapatan yang baik dan besar inilah yang menjadi alasan pengemudi untuk memberikan servis terbaik ke penumpang.

Untuk terus mempertahankan kualitas pengemudinya, GrabTaxi rutin mengadakan pelatihan dua minggu sekali dan ada pertemuan sebulan sekali bagi mereka yang baru dan update tentang GrabTaxi karena sebagian besar mereka harus terus diedukasi mengenai penggunaan aplikasi Grabtaxi. Selain itu, GrabTaxi juga memberikan pelatihan mengenai kebersihan personal, kebersihan taksi, dan mengingatkan untuk selalu mengecek kembali apakah ada barang penumpang yang tertinggal atau tidak.

Selain itu, GrabTaxi memosisikan diri sebagai aplikasi dengan fitur keamanan tinggi. “Penumpang bisa mengetahui foto pengemudi, nomor taksi, nomor *handphone* pengemudi, dan lokasi pengemudi. Selain itu, penumpang juga bisa *Share My Ride* dengan keluarga, rekan kantor, teman, dan sebagainya untuk memberitahukan keberadaan mereka secara *real time*,” tambah Kiki. Saat ini, Kiki mengaku belum memonetisasi GrabTaxi di Indonesia. GrabTaxi akan mulai monetisasi ketika Indonesia sudah siap seperti Malaysia dan Singapura. Saat ini, Lanjut Kiki, GrabTaxi masih fokus mengenalkan aplikasinya pada masyarakat Indonesia. Salah satunya dengan menawarkan promo potongan harga. Melalui promo tersebut, pertumbuhan pengguna GrabTaxi mampu mencapai *triple digit*.

PETUNJUK: PILIHLAH 4 SOAL DARI 5 SOAL PILIHAN YANG TERSEDIA. MASING-MASING SOAL MEMILIKI BOBOT YANG SAMA (15%)

SOAL PILIHAN 1

Anda telah mempelajari mengenai *positioning* dalam pemasaran jasa. Apa yang dimaksud *positioning* dan apakah fungsi dari *positioning* tersebut dalam pemasaran jasa pada produk jasa pada kasus diatas? Pada kasus produk jasa diatas, analisislah strategi *positioning* yang digunakan. Menurut Anda sudah cukup baikkah strategi tersebut? Jelaskan jawaban Anda.

SOAL PILIHAN 2

Anda pun telah mempelajari konsep "*the flower of service*". Bagaimana konsep ini diterapkan pada kasus jasa diatas. Jelaskanlah apa saja yang menjadi elemen "*facilitating*" dan "*enhancing*" produk jasa pada kasus diatas dan berikan masukan Anda terhadap strateginya.

SOAL PILIHAN 3

Pendistribusian jasa (*service placement*) akan tergantung kepada jenis jasanya. Untuk kasus jasa diatas, bagaimana pendistribusian jasa yang tepat? Anda bisa memilih dari tiga pilihan (opsi) pemberian jasa yang telah dipelajari dikelas: *customer visit service site*, *service providers go to customer*, *service transaction is conducted remotely*. Pilihlah opsi yang menurut Anda paling tepat untuk diterapkan pada jasa di kasus diatas, dan jelaskan jawaban Anda

SOAL PILIHAN 4

Marketing Communication Mix bagi usaha jasa tersebut dapat merupakan obyek penelitian tersendiri untuk mengukur variabel independen yang paling berpengaruh terhadap niat konsumen untuk menggunakan jasa tersebut. Buatlah desain penelitian dengan menentukan 3 variabel independen yang paling berpengaruh menurut anda dan susun dimensi serta atributnya terhadap dependen variabelnya (*intention to buy*).

SOAL PILIHAN 5

Anda telah mendengarkan sharing dari dosen tamu dari Bapak Muhammad Hasan PresDir dari Gaido Group. Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan jelas.

Bagaimana penetapan harga diterapkan dalam produk jasa yang ditawarkan Gaido Group? Dalam penjelasan Anda kaitkan dengan faktor-faktor penetapan harga (*pricing*) yang didalam jasa. Dari tiga penetapan harga dalam jasa yaitu: *cost base pricing*, *competitive base pricing*, dan *value base pricing*. Menurut Anda penetapan harga apa yang cocok untuk jasa yang ditawarkan oleh Gaido? Dan bagaimana *revenue management* diaplikasikan? Jelaskan jawaban Anda