PRAKTIKA 8
PENCIPTAAN JASA BARU

Jasa baru akan mudah dipahami apabila penjabarannya dituangkan dalam suatu desain jasa, tidak ada alasan mengapa desain jasa tidak mampu untuk didekati dengan cara yang sama formal dan terstruktur polanya sebagaimana desain dari sistem yang kreatif dan kontrol yang baik untuk biaya dan waktu dapat dicapai oleh jasa melalui teknik-teknik perencanaan manajemen yang memadai.

Penciptaan jasa baru bisa melalui pengembangan jasa yang sudah ada maupun menciptakan jasa yang benar-benar baru. Agar pengembangan jasa berhasil dengan baik, maka diperlukan langkah-langkah perencanaan kerangka kerja yang terstruktur. Karakteistik merupakan dasar penciptaan jasa mencakup :

1. Jasa baru harus objektif
2. Jasa baru harus digambarkan secara persis
3. Jasa baru harus berdasarkan fakta
4. Jasa baru harus metodologis

Jasa baru diperkenalkan bukan berdasarkan opini manajer tapi apakah jasa tersebut akan diterima konsumen berdasarkan kepada penggabungan data tentang persepsi konsumen, kebutuhan pasar dan kelayakannya. Keberhasilan pemasaran jasa tidak hanya tergantung kepada baiknya unjuk kerja dari jasa yang ada sekarang tapi kepada penciptaan jasa baru.

Ide pengembangan jasa baru berkenaan dengan pengembangan jasa inti atau pelengkap yang akan menambah nilai jasa inti. Pengembangan jasa baru penting dilakukan untuk mengklasifikasikan inovasi yang akan dilakukan.

Donald Heang (1983) mengungkapkan jasa baru mencakup enam kategori inovasi produk diantaranya :

1. Inovasi besar, adalah jasa baru untuk pasar yang belum ditentukan atau dikenal.
2. Bisnis awal, terdiri dari jasa baru untuk pasar dari produk yang ada sekarang.
3. Perluasan line jasa, mencerminkan perluasan dari lini jasa yang ada sekarang.
4. Perbaikan jasa, mencerminkan jenis inovasi yang paling umum.

5. Perubahan gaya, mencerminkan inovasi jasa yang paling murah walaupun sering memberikan dampak sangat jelas dan signifikan terhadap persepsi emosi dan sikap konsumen.
6. Jasa baru untuk pasar yang sekarang dilayani, mencerminkan upaya penawaran kepada konsumen jasa yang sebelumnya tidak disediakan perusahaan.

Instruksi :

Tahun 80-an industri film menunjukkan perkembangan cukup pesat, terbukti dengan maraknya film-film Indonesia yang diputar di bioskop-bioskop seluruh Indonesia. Tetapi sejak krisis ekonomi melanda negeri ini perfilman Indonesia seakan tidak mampu lagi untuk berproduksi kembali.

Melihat dari gambaran di atas, saudara diminta : membuat rancangan tentang jasa yang pernah ada, termasuk kategori jasa baru yang mana, apakah pasarnya, konsumennya, tempatnya disesuaikan dengan faktor-faktor eksternal lainnya.

Pembahasan :