Gejala Penyimpangan Sosial Pada Kalangan Siswa SMA
Hubungannya dengan Ikatan Efektif Pada Lembaga Keluarga
dan Sekolah *(Iskandar)*

Implementasi Kemampuan Manajerial dan Kepemimpinan
Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru *(H. Hasan Sutardi)*

Kualitas Layanan Perguruan Tinggi dalam Menumbuhkan
Motivasi Berprestasi *(Iyan Setiawan)*

Pengaruh Motivasi dan Gaya Kepemimpinan Guru Terhadap
Efektivitas Pengelolaan Kelas *(Saripudin & Nano R.S.)*

Pengaruh Budaya Organisasi dan Motivasi Kerja Terhadap
Kinerja Guru *(Nila Intani)*

Kepemimpinan dan Manajemen Perguruan Tinggi
Menyongsong Tahun 2010 *(Ngatimin, DS.)*

Tujuan Pembelajaran Sebagai Komponen
dalam Pembelajaran *(Akhamd Sudrajat)*

Leadership and Management in Education *(Ondi Saondi)*

Pengembangan dan Desain Penyampaian Jasa *(Lili Karmela F.)*
Staf Redaksi

Penasehat : Rektor Universitas Kuningan
            Dekan FKIP Universitas Kuningan
Penanggung Jawab : Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Kuningan
Pemimpin Umum : Dr. Uhar Suharsaputra, M.Pd.
Pemimpin Redaksi : Ondi Saondi, M.Pd.
Dewan Redaksi : Iskandar, MM.
                   Dr. Uhar Suharsaputra, M.Pd.
                   Nano R. Supratman, M.Pd.
                   Dikdik Harjadi, M.Si.
Pelaksana : Ngatimin Ds., M.Pd.
            Susilawati, M.Pd.
Sekretaris Redaksi : Saripudin, M.Pd.
Desain & Distribusi : UD. Sukmana, M.Pd.
                   Iyan Setiawan, M.Pd.
Tata Usaha : Cucu Suhartini, S.Pd.
             Tata Taufik
             Nuryana

Diterbitkan Oleh :
PE-PRESS
Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
UNIVERSITAS KUNINGAN
Alamat Redaksi :
Jalan Pramuka No. 67 Telp. /Fax. (0232) 871982 Kuningan Jawa Barat
Web Site : www.uniku.ac.id E-mail : jurnal_peap@uniku.ac.id
E-mail : jurnal-peap@yahoo.com
PENGEMBANGAN DAN DESAIN PENYAMPAIAN JASA
Oleh: Lili Karmela F.

Abstrak
Kebutuhan konsumen akan pelayanan jasa sangat berkaitan erat dengan pengembangan dan proses penyampaian jasa dari produsen ke konsumen. Desain pengembangan jasa baru saat ini didukung oleh inovasi teknologi, otomatisasi, serta pemberdayaan informasi. Selain itu harus juga diperhatikan pendekatan kontak dengan konsumen sehingga proses penyampaian jasa bisa tepat.

Kata kunci: inovasi, otomatisasi, informasi.

1. Pendahuluan
Saat ini berbagai macam produk ditawarkan oleh produsen bagi kebutuhan konsumen, baik berupa jasa maupun barang. Produsen saat ini memandang bahwa produk yang ditawarkan harus difokuskan pada kelinginan dan kebutuhan konsumen agar mereka merasa puas, apabila mereka puas maka diharapkan konsumen akan loyal terhadap produk tersebut. Perusahaan yang menghasilkan produk jasa harus dapat memikirkan cara terbaik dalam sistem penyampaian jasanya agar sesuai dengan kebutuhan konsumen. Adanya kemajuan perekonomian global dewasa ini mendorong pertumbuhan sektor jasa sehingga banyak peluang bisnis muncul dari sektor ini.


2. Proses Pengembangan Jasa Baru
Inovasi dipandang sebagai proses penciptaan sesuatu yang baru dan juga sebagai produk atau hasil yang aktual. Pengembangan Jasa Baru (PJB) merupakan hal yang sama yang ditemukan oleh riset dan pengembangan di perusahaan-perusahaan pabrik dan dengan deskripsi kemasan layanan "dari pelayanan dapat diantarkan. Perancangan jasa mengikuti proses inovasi dengan spesifikasi untuk sistem antar. Rancangan jasa sama dengan menciptakan produk, yang merupakan sistem penyampaian jasa, karena untuk jasa produknya adalah proses.
Gambar di atas menunjukkan proses pengembangan jasa baru secara siklus dari pengembangan sampai analisis untuk rancangan dan akhirnya sampai peluncuran produk jasa baru.

3. Inovasi Teknologi Dalam Jasa


Tabel berikut menunjukkan klasifikasi inovasi pelayanan dengan dua perbedaan besar. Inovasi radikal adalah tawaran-tawaran yang tersedia sebelumnya pada konsumen atau sistem antar baru untuk jasa-jasa yang sudah ada (misal situs Barnes & Nobel). Inovasi yang incremental adalah perubahan untuk jasa yang sudah ada yang dinilai sebagai pengembangan.

Kecanggihan teknologi seringkali menjadi dasar untuk inovasi jasa radikal menghadirkan perbedaan kecanggihan teknologi yang merupakan sumber-sumber dari inovasi jasa. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus menyertakan pengawasan teknologi sebagai suatu kegiatan untuk melindungi posisi kompetitifnya.
<table>
<thead>
<tr>
<th>KATEGORI JASA BARU</th>
<th>PENJELASAN</th>
<th>CONTOH</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Inovasi Besar</td>
<td>Jasa-jasa baru untuk pasar belum diketahui. Inovasi-inovasi ini biasanya dipengaruhi oleh informasi dan teknologi berdasarkan komputer</td>
<td>Wells fargo Internet perbankan diluncurkan pada bulan Mei 1995</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Jasa baru dalam suatu pasar yang sudah disediakan oleh jasa yang sudah ada sebelumnya.</td>
<td>Modex USA, anak perusahaan MasterCard Internasional, yang menarik ccang dan memasarkan kartu pintar untuk transaksi retail</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Penawaran jasa baru pada konsumen organisasi yang sudah ada.</td>
<td>Pendirian Cabang baru Bank</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Inovasi Incremental</strong></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Perluasan Lini Jasa</td>
<td>Augmentasi dari lini jasa yang sudah ada seperti penambahan item menu baru, rate baru, kelas baru</td>
<td>Singapore Airlines, penum pang kelas 1 check in dalam ruangan eksklusif dan spesial</td>
</tr>
<tr>
<td>Perbaikan Jasa</td>
<td>Perubahan dalam fitur jasa yang sedang ditawarkan saat ini.</td>
<td>Delta Airlines menggunakan kartu kios seperti ATM untuk memasarkan boarding pass kepada penumpang</td>
</tr>
<tr>
<td>Perubahan-perubahan Gaya</td>
<td>Jasa-jasa baru yang paling umum adalah bentuk-bentuk perubahan yang dapat dilihat yang memiliki dampak pada persepsi, emosi dan sikap konsumen. Perubahan gaya tidak mengubah jasa secara fundamental, hanya penampilannya saja.</td>
<td>Rumah Duka, seperti Calvary Mortuary di Los Angeles, sekarang menawarkan upacara-upacara singkat yang merayakan kehidupan daripada mera tat kematian, pelayanan penuh dari toko bungan, dan fasilitas-fasilitas dengan lebih banyak pasti, tembok-tembok yang lebih cerah dan lebih banyak jendela dan lampu.</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Sumber: Fitzsimmons, James A (2001 : 112)

4. Tantangan dalam menerapkan Teknologi Baru dalam Jasa


Sebagai konsumen internal, karyawan juga dipengaruhi oleh teknologi baru dan seringkali memerlukan pelatihan ulang. Pengaruh pada inovasi dalam jasa dicegah, karena banyak ide yang tidak dapat dipatenkan.
<table>
<thead>
<tr>
<th>Sumber Teknologi</th>
<th>Contoh Jasa</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Daya/Energi</td>
<td>Pesawat Jet yang mengijinkan penerbangan Internasional Reaksi nuklir untuk pembangkit Listrik</td>
</tr>
<tr>
<td>Desain Fisik</td>
<td>Atrium Hotel</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Stadion Olahraga Tertutup</td>
</tr>
<tr>
<td>Bahan-bahan</td>
<td>Jasa Binatu yang ramah lingkungan</td>
</tr>
<tr>
<td>Metode</td>
<td>Just In Time (JIT)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Total Quality Manajemen (TQM)</td>
</tr>
<tr>
<td>Informasi</td>
<td>E - Commerce berdasarkan Internet</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Sumber: Fitzsimmons, James A (2001 : 113)

5. Otomatisasi Dalam Jasa

Karyawan yang berada dibelakang telah menjadi tempat yang logis untuk memperkenalkan otomatisasi dalam jasa, karena operasi-operasinya sering kali berulang dan rutin, oleh karena itu dapat dipandu alat penghemat tenaga kerja. Banyak aplikasi dalam kategori otomatisasi yang keras, seperti mengganti kegiatan manual dengan mesin. Oleh karena itu, klasifikasi aplikasi otomatisasi dalam jasa harus berdasarkan kategori tradisional yang digunakan dalam pabrikan, karena peluang untuk interaksi dengan konsumen.

Kategori otomatisasi dibawah ini, yang pertama kali disarankan oleh David Collier, disertakan the expert system, yang merupakan suatu bentuk otomatisasi mental (misalnya, menggunakan komputer untuk penyesalan masalah), antara lain:

- **Fixed Sequence (F)**
  Adalah suatu mesin yang secara berulang-ulang melakukan langkah-langkah sukcesif dalam operasi tertentu berdasaan waktu, kondisi dan posisi sebelum ditentukan, dan informasinya tidak dapat diubah dengan mudah. Contoh Jasa: Pintu tempat parkir otomatis.

- **Variable Sequence (V)**
  Adalah suatu mesin yang sama seperti robot mesin tetapi informasinya dapat dirubah dengan mudah. Contoh Jasa: ATM.

  - **Playback (P)**
    Adalah suatu mesin yang dapat menghasilkan operasi dari memori yang secara original dioperasikan oleh manusia. Contoh Jasa: mesin penjawab telepon.

  - **Numerical Controlled (N)**
    Adalah suatu mesin yang dapat melaksanakan tugas tertentu berdasarkan waktu, kondisi dan posisi seperti yang diperintahkan oleh instruksi-instruksi yang sudah disimpan yang dapat diprogram ulang dengan mudah. Contoh Jasa: Karakteristik animasi di taman hiburan.

  - **Intelligent (I)**
    Adalah suatu mesin dengan alat persepsi sensor, seperti reseptor visual atau taktik yang dapat mendeteksi perubahan-perubahan di lingkungan kerja atau tugas oleh dirinya sendiri dan memiliki kemampuan membuat keputusan sendiri. Contoh: Jasa otopilot untuk pesawat komersial.

  - **Expert System (E)**
    Adalah suatu program komputer yang menggunakan sebuah mesin pendapat (misal, aturan keputusan), dan sebuah pengetahuan (informasi pada subjek khusus) untuk mendiagnosa masalah. Contoh: Jasa perbaikan kesulitan pada peralatan lift.
6. Mengelola Proses Adopsi Teknologi Baru

Inovasi adalah penghancur tradisi: oleh karena itu, perlu perencanaan yang hati-hati untuk menjamin kesuksesannya. Kegunaan produktivitas dari teknologi baru akan mengubah sifat kerja. Pengenalan teknologi baru apapun harus menyertakan pengenalan kepada karyawan untuk mempersiapkan pekerja pada tugas baru dan untuk menyediakan input ke dalam rancangan interface teknologi.

Dalam tulisannya mengenai pengalamannya memasang sistem komputer, Robert Radchut telah mengembangkan arahan perencanaan untuk mengelola proses implementasi.

Langkah-langkah tersebut adalah:
1. Orientasi dan Pendidikan
2. Analisis peluang Teknologi
3. Analisis Kebutuhan Aplikasi
4. Spesifikasi fungsional
5. Perencanaan Implementasi
6. Seleksi Perlengkapan dan Komitmen Kontrak
7. Implementasi
8. Uji teknologi
9. Ulasan hasil

7. Cetak Biru Jasa
(Service Blueprinting)

Mengembangkan sebuah jasa baru berdasarkan ide-ide di dalam konsep jasa dapat mengarah pada usaha *trial and error* yang mahal untuk menerjemahkan konsep menjadi kenyataan. Misalnya, ketika sebuah gedung dibangun, rancangan ditangkap pada gambar arsitektural yang disebut “blue prints” (cetak biru), karena reproduksi dicetak diatas kertas khusus, menciptakan garis biru. Cetak biru ini menunjukkan produk itu harus seperti apa yang dibutuhkan untuk pembuatannya. G. Lynn Shostack telah mengusulkan bahwa suatu sistem pengantar jasa juga dapat ditangkap dalam diagram visual (services blueprint/cetak biru jasa) dan digunakan dengan cara yang sama untuk rancangan jasa.


Latihan cetak biru juga memberikan kesempatan kepada manajer untuk mengenali titik-titik gagal (*fail points/F*) yang potensial dan untuk merancang prosedur “tool proof” untuk menghindari kejadian mereka, oleh karena itu menjamin pengantar jasa berkuatdaya tinggi. Seligga digunakan untuk mengenali tempat-tempat dalam proses dimana konsumen menunngu dapat diantisipasi.

Secara ringkas, suatu cetak biru merujakan suatu definisi yang tepat dari sistem penyampaian jasa yang mengikinkan manajemen untuk menguji konsep jasa diatas kertas sebelum komitmen akhir apapun dibuat. Cetak biru juga memfasilitasi pemecahan masalah dan berfikir kreatif dengan mengenali poin kegagalan yang
potensial dan menegaskan kesempatan untuk menguatkan persepsi jasa konsumen.

8. Strategis Melalui Struktur Proses
Mempersiapkan cetak biru jasa merupakan langkah pertama dalam mengembangkan suatu struktur proses jasa yang akan menempatkan suatu perusahaan dalam pasar yang kompetitif. Keputusan tetap berada pada derajat kompleksitas dan divergensi yang diinginkan dalam jasa. G. Lynn Shostack mengartikan konsep konsep ini dan menggunakananya untuk menunjukkan bagaimana perusahaan jasa dapat menempatkan dirinya pada basis struktur proses.

Langkah-langkah dan peristiwa dalam proses, ditangkap oleh cetak biru jasa dan diukur oleh angka dan kerumitan langkah yang mewakili derajat kompleksitas dari struktur pengantar jasa.

Kedua dimensi kompleksitas dan divergensi, mengiluskan kita untuk menciptakan diagram penempatan pasar untuk industri jasa finansial.

Menyempitkan cakupan jasa dengan berspesialisasi, merupakan strategi yang difokuskan dan dihasilkan dalam kompleksitas rendah. Strategi untuk sukses, jasa atau produk harus dicitraikan sebagai sesuatu yang unik atau berkualitas tinggi.

Untuk mencapai penetrasi pasar yang lebih besar atau memaksimalkan pendapatan dari masing-masing konsumen, suatu strategi menambahkan jasa-jasa lain dapat dimulai dengan menciptakan suatu struktur dengan kompleksitas tinggi. Contohnya, supermarket telah berubah menjadi mall melalui penambahan jasa perbankan, apotek, toko bunga, baku, rental video dan persiapan makanan.

9. Taksonomi Untuk Rancangan Proses Jasa
Proses jasa dapat digolongkan menggunakan konsep divergensi, objek dimana kegiatan jasa diarahkan, dan tingkat kontak pelanggan. Dalam kedua kategori ini, objek proses jasa diidentifikasikan sebagai barang, informasi atau orang. Tingkat kontak konsumen berkurang dari tidak ada kontak sampai kontak tidak langsung, sampai kontak langsung (dan dibagi lebih jauh ke jasa sendiri dan interaksi personal dengan pekerja jasa).

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lower Complexity/divergence</th>
<th>Current process</th>
<th>Higher Complexity/divergence</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>No reservations</td>
<td>Take reservation</td>
<td>Specific table selection</td>
</tr>
<tr>
<td>Self-seating; menu on</td>
<td>Seat guests; give</td>
<td>Recite menu; describe</td>
</tr>
<tr>
<td>Blackboard</td>
<td>Menus</td>
<td>Entrees and specials</td>
</tr>
<tr>
<td>Eliminate</td>
<td>Serve water and</td>
<td>Assortment of hot breads and</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>bread</td>
<td>hors d'oeuvres</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Take orders</td>
<td>At table; taken personally by</td>
</tr>
<tr>
<td>Customer fills out form</td>
<td>Prepare orders</td>
<td>maître d'</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Salad (4 choices)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Pre-prepared; no choice</td>
<td>Entrée (15 choices)</td>
<td>Expand to 20 choices; add</td>
</tr>
<tr>
<td>Limit to 4 choices</td>
<td></td>
<td>flaming dishes; bone fish at</td>
</tr>
<tr>
<td>Sundae bar; self-services</td>
<td>Dessert (6 choices)</td>
<td>prepare</td>
</tr>
<tr>
<td>Coffee, tea, milk only</td>
<td>Beverage (6 choices)</td>
<td>sauces at table</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Structural Alternative For Family Restaurant

10. Tingkat Disvergens


11. Objek Proses Jasa


Memproses orang melibatkan perubahan-perubahan fisik (Jasa tukang cukur atau ahli bedah) atau perubahan-perubahan geografis (bus atau rental mobil). Karena sifat jasa “high touch”, pekerja harus memiliki keahlian interpersonal dan keahlian teknis. Perhatian juga harus diberikan pada rancangan fasilitas jasa dan lokasi, karena konsumen secara fisik diwakili dalam sistem.

12. Jenis Kontak Konsumen


Kontak konsumen langsung dibagi bagai kedalam dua kategori: tidak ada

Taksonomi proses jasa ini menghadirkan cara untuk mengatur jenis proses yang beragam yang terjadi dalam sistem jasa dan membantu kita memahami desain dan manajemen jasa. Taksonomi ini juga berlaku sebagai peta penempatan strategi dan sebagai bantuan dalam desain atau disain ulang dari sistem jasa.

13. Pendekatan Generic Pada Rancangan Sistem Jasa

Pendekatan ini terdiri dari empat hal penting yaitu, fasilitas pendukung, barang-barang yang mempatalisasi, jasa explisit dan jasa implisit.

Dengan sistem jasa yang diirancang dengan baik, keempat hal di atas akan berkoordinasi dengan baik dalam paket jasa yang diinginkan. Umumnya definisi dari paket jasa adalah kunci untuk merancang sistem jasa itu sendiri.

14. Pendekatan Lini Produksi

Kita ingin melihat jasa sebagai sesuatu yang sifatnya pribadi: dilakukan oleh orang-orang secara langsung untuk orang lain. Perspektif humanistic ini dapat sangat berkendala, bagaimanapun, dan oleh karena itu dapat menghalangi desain sistem jasa yang inovatif. Contohnya, kadangkala kita dapat diuntungkan oleh sistem pengantaran jasa yang lebih teknokratik. Perusahaan jasa yang mengambil pendekatan lini produksi ini dapat memperoleh keunggulan kompetitif dengan strategi kepemimpinan harga.

McDonald’s menyediakan contoh yang tepat untuk pendekatan ini. Bahan mentah (roti hamburger) diukur dan tidak dibungkus di luar lokasi, dan para pegawai tidak mengetahui ukuran, mutu, dan konsistensinya. Sebagai tambahan, fasilitas persediaan dirancang untuk bauran produk sebelum ditentukan. Tidak ada ruang tambahan untuk makanan dan minuman yang tidak dibutuhkan oleh perusahaan jasa tersebut.

Keseluruhan sistem dirancang dari awal hingga akhir, dari hamburger sebelum dikemas sampai dengan tong sampah yang dapat dilihat dengan mudah dan jelas sehingga konsumen tidak ragu untuk membeliannya, meski mereka. Setiap detil dihitung melalui perencanaan dan desain yang hati-hati. Pendekatan lini produksi pada rancangan sistem jasa mencoba menerjemahkan konsep pabrikan yang sukses ke dalam sektor jasa, dan beberapa fitur berkontribusi pada kesuksesannya.

Di dalam pendekatan lini produksi ini ada beberapa hal penting yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Tindakan hati-hati personel yang terbatas

Seorang pekerja di lini perakitan mobil diberikan tugas yang definisi dengan baik untuk bekerja dengan alat untuk menyelesaikannya. Karyawan yang hati-hati dan bebas bertindak akan menghasilkan sebuah mobil yang sifatnya lebih pribadi, tetapi keseragaman satu mobil dengan mobil lainnya akan hilang. Standarisasi dan kualitas adalah tanda dari lini produksi.

2. Pemisahan tenaga kerja

Pendekatan lini produksi menyarankan bahwa pekerjaan...
total untuk dipecah kedalam beberapa kelompok tugas sederhana. Pengelompokan tugas mengijinkan spesialisasi keahlian tenaga kerja.

3. Substitusi orang dengan teknologi Pendekatan ini dapat digunakan dalam jasa, seperti yang terlihat oleh penerimaan orang terhadap mesin ATM sebagai pengganti teller bank.

4. Standarisasi jasa Standarisasi membantu menyediakan keseragaman dalam kualitas jasa, karena prosesnya lebih mudah dikendalikan. Jasa Franchise mengambil keuntungan dari standarisasi untuk membangun organisasi nasional dan dengan demikian mengatasi masalah permintaan menjadi terbatas hanya pada keseberaan wilayah disekitar lokasi jasa.


1. Substitusi tenaga kerja konsumen dengan penyedia tenaga kerja Peningkatan upah minimum telah mempercepat substitusi tenaga kerja konsumen dengan jasa yang sifatnya pribadi.


16. Pendekatan Kontak Konsumen Keberhasilan dari pendekatan ini bergantung pada jumlah kontak konsumen yang dibutuhkan dalam penciptaan jasa, dan pada kemampuan untuk mengisolasi akar teknis dari operasi kontak rendah. Dalam taksonomi proses jasa, pendekatan pada rancangan jasa ini sepertinya menjadi hal yang paling sesuai untuk memrosess kategori barang (misalnya, bintu, di mana jasa dilakukan pada barang kepunyaan konsumen).

Di dalam pendekatan kontak konsumen ini, ada beberapa hal penting yang harus diperhatikan, yaitu:


Contohnya : Kegiatan perbaikan pada sistem transportasi publik dan pelayanan bintu pada rumah sakit.

2. Pemisahan operasi kontak rendah dan operasi kontak tinggi Ketika sistem jasa dipisahkan kedalam operasi kontak rendah dan tinggi, masing-masing area dapat dirancang secara terpisah untuk mencapai kinerja yang meningkat. Operasi ini membutuhkan karyawan dengan kemampuan dan keahlian interpersonal yang sangat baik.
Operasi kontak rendah dapat dipisahkan secara fisik dari operasi kontak konsumen. Kegunaan pemisahan terjadi karena operasi Back Office dapat dijadwalkan seperti sebuah pabrik untuk mencapai utilisasi kapasitas yang tinggi.

Contoh: Layanan reservasi tiket pesawat di Bandara

3. Peluang penjualan dan pemilihan penyampaian jasa
Pandangan yang dipengaruhi secara umum bahwa organisasi adalah sistem proses informasi merupakan bukti ketika mengingat kebutuhan isi informasi sebagai suatu variabel dalam merancang tugas jasa. Matrik perancangan jasa menunjukkan hubungan antara efisiensi produksi dan peluang penjualan sebagai suatu fungsi pilihan penyampaian jasa.

17. Pemberdayaan informasi
Teknologi informasi sekarang bukan hanya sekedar kebutuhan untuk orang yang gila komputer. Teknologi informasi menyentuh kita setiap hari. Tentu saja, tidak ada jasa pada saat ini yang dapat bertahan tanpa menggunakan teknologi informasi, dan manajer yang sukses akan melihat bahwa teknologi informasi menawarkan banyak sekali cara untuk menyimpan catatan daripada cara yang telah lama.

1. Pemberdayaan karyawan

2. Pemberdayaan konsumen
Konsumen dapat secara langsung diberdayakan oleh teknologi informasi. Internet, yang menghubungkan orang seluruh dunia. Konsumen tidak lagi bergantung seluruhnya kepada penyedia jasa lokal. Seseorang dengan pertanyaan medis dapat mencari jawaban ke seluruh dunia, dan kita cang berbelanja di seluruh dunia.

18. Kesimpulan
Dalam proses penyampaian jasa setiap produsen harus selalu memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen. Rancangan penyampaian jasa harus dapat disesuaikan dengan perubahan saat ini baik dari selera konsumen, proses dan sistem jasa, perkembangan teknologi, dan informasi. Selain itu agar proses penyampaian jasa bisa tepat sebaiknya ada keterlibatan yang tinggi dari konsumen dan produsen

DAFTAR PUSTAKA