

ABSTRACT

Profitability is vital for Traveloka to achieve, for a company to sustainably attain growth, it has to become profitable at one point. Customer Care as Traveloka's department that handles the Customer Services in Traveloka, is able to contribute to profitability. This thesis/professional report includes theoretical framework constructed by COPC, concept of using technology to minimize customer contact, and the challenges it faces.

Furthermore, in the other section, there will be interviews with members of the Product team from the Customer Care department to validate the theoretical framework and concept being used and discussed. Based on the interview results, it could be concluded that the approach of reducing costs is the right approach to be taken to achieve the goal of profitability. By reducing costs incurred by customer service, other business units can strive to generate maximum profit to achieve better profitability.

The recommendations will be technological innovations for the Customer Care department that will minimize customer contact to Traveloka's CS agents in order to reduce costs, how to implement it, along with the evaluation tool to monitor and improve the recommendations for the long-term.

Keywords: product management, customer service, customer contact, costs efficiency

ABSTRAK

Profitabilitas sangat penting untuk dicapai Traveloka, untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, perusahaan harus menjadi menguntungkan pada satu titik. Customer Care sebagai departemen Traveloka yang menangani Customer Services di Traveloka, mampu memberikan kontribusi profitabilitas. Tesis/laporan profesional ini mencakup kerangka teori yang dibangun oleh COPC, konsep penggunaan teknologi untuk meminimalkan kontak pelanggan, dan tantangan yang dihadapinya.

Selanjutnya pada bagian lain akan dilakukan wawancara dengan anggota tim Product dari departemen Customer Care untuk memvalidasi kerangka teori dan konsep yang digunakan dan dibahas. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pendekatan pengurangan biaya merupakan pendekatan yang tepat untuk dilakukan untuk mencapai tujuan profitabilitas. Dengan mengurangi biaya yang dikeluarkan oleh layanan pelanggan, unit bisnis lain dapat berusaha untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal untuk mencapai profitabilitas yang lebih baik.

Rekomendasi tersebut berupa inovasi teknologi bagi departemen Customer Care yang akan meminimalkan kontak pelanggan dengan agen CS Traveloka guna menekan biaya, cara penerapannya, serta alat evaluasi untuk memantau dan menyempurnakan rekomendasi untuk jangka panjang.

Kata kunci: manajemen produk, pelayanan pelanggan, kontak pelanggan, efisiensi biaya