

ABSTRAK

ANALISIS *CUSTOMER JOURNEY* DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER EXPERIENCE* PADA APLIKASI SELULER MYBLUEBIRD

Yustiar Rizawan

21/486359/PEK/27820

PT Blue Bird Tbk merupakan perusahaan transportasi yang terdampak disrupsi digital dengan munculnya pesaing dari perusahaan teknologi yang membuat bisnis transportasi daring menggunakan aplikasi seluler. Hal ini terjadi dikarenakan adanya standar baru pada *customer experience* dalam penggunaan layanan taksi yang harus diadaptasi oleh perusahaan dengan membuat *customer journey* yang relevan dengan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu penelitian ini dibuat untuk memahami *customer journey* yang dilalui oleh pelanggan serta rekomendasi yang perlu dilakukan oleh PT Blue Bird Tbk untuk bisa meningkatkan *customer experience* pada aplikasi seluler MyBluebird.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data yang didapatkan dari hasil wawancara semi-terstruktur kepada 15 pengguna aktif MyBluebird dan juga 1 pihak perusahaan PT Blue Bird Tbk. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa perusahaan perlu memahami *customer journey* MyBluebird pada tiga tahap yaitu fase *pre-purchase stage*, *purchase stage* dan *post-purchase*. Perusahaan juga harus memahami setiap *touch points* yang dilalui oleh pelanggan, bagaimana celah ketidaksesuaian antara *customer expectation* dengan *customer experience* bisa diminimalisasi sehingga mampu memberikan *future customer experience* yang lebih baik. Mengevaluasi layanan dengan merekomendasikan standar operasional prosedur baru dengan mempertimbangkan faktor performa pelayanan yang menurut pelanggan penting untuk segera diubah, penting untuk tetap dijaga, serta inisiatif baru yang bisa diterapkan secara bertahap melihat situasi sesuai dengan kemampuan sumber daya manusia dan finansial dari perusahaan.

Kata kunci: *Customer Journey*, *Customer Experience*, Bluebird, Aplikasi Seluler

ABSTRACT

ANALYSIS OF CUSTOMER JOURNEYS IN IMPROVING CUSTOMER EXPERIENCE ON MYBLUEBIRD MOBILE APPLICATION

Yustiar Rizawan

21/486359/PEK/27820

PT Blue Bird Tbk is one of the companies that experienced digital disruption in the transportation industry. The presence of technology companies that invent online transportation using mobile applications creates a new customer experience standard in the market. This research explains the customer journey and makes recommendations for PT Blue Bird Tbk to improve the customer experience on their MyBluebird mobile application.

This study uses a qualitative approach by collecting data obtained from semi-structured interviews with 15 MyBluebird active users and 1 PT Blue Bird Tbk company representative. The results of the study generally conclude that the company needs to understand the customer journey of MyBluebird in three stages: pre-purchase stage, purchase stage, and post-purchase stage. Bluebird also needs to understand every customer-owned touch points and minimize the gap between customer expectations and customer experience. By creating a new future customer experience as a new standard operating procedure based on factors that matter to the customer that needs to improve immediately, it is important to be managed, and also new initiatives can be implemented incrementally based on the company's resources and capabilities.

Keywords: *Customer Journey, Customer Experience, Bluebird, Mobile Application*