

ABSTRACT

ANALYZING THE CUSTOMER EXPERIENCE IMPLICATIONS OF SHARED ACTIVITIES: A CASE STUDY OF PT APLIKANUSA LINTASARTA

Luh Gde Ayu Vienna Kumara Dewi

22/501643/PEK/28764

In an effort to focus on cloud computing technology, recognized as one of the digital five forces, PT Aplikanusa Lintasarta, transformed its cloud computing product into a strategic business unit named Cloudeka. To streamline the sales administration process of all its products, it implemented a shared activity in sales administration. However, this shared activity has presented some challenges for Cloudeka as an on-demand service. This research employs a qualitative method to identify the main drivers for implementing the shared activity, examine its impact on Cloudeka's customer experience, and understand its influence on customers' perceptions of Lintasarta. Interviews were conducted to gain both management and customers perspectives, and the data were analyzed using value chain analysis and customer journey mapping tools. The findings indicate that the primary drivers for the shared activity in sales administration at Lintasarta are its critical role in providing initial information essential for value creation and the interconnectedness among its products. The shared activity affects customer experience at various stages of their journey, particularly those that highly related to administrative processes, which are the engaging, paying, and renewing or leaving stages. Despite these challenges, long-term customers continue to view Lintasarta as a mature and trusted partner in the ICT industry.

Keywords: *cloud computing, shared activity, customer experience, value chain analysis, customer journey mapping*

INTISARI

ANALISIS IMPLIKASI PENGALAMAN PELANGGAN DARI AKTIVITAS BERSAMA: STUDI KASUS PT APLIKANUSA LINTASARTA

Luh Gde Ayu Vienna Kumara Dewi

22/501643/PEK/28764

Dalam upaya untuk fokus pada teknologi komputasi awan, yang dikenal sebagai salah satu dari *digital five forces*, PT Aplikanusa Lintasarta mengubah produk komputasi awannya menjadi unit bisnis strategis bernama Cloudeka. Untuk menyederhanakan proses administrasi penjualan semua produknya, perusahaan menerapkan aktivitas bersama dalam administrasi penjualan. Namun, aktivitas bersama ini menghadirkan beberapa tantangan bagi Cloudeka sebagai layanan *on-demand*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mengidentifikasi pendorong utama dalam penerapan aktivitas bersama, mengkaji dampaknya terhadap pengalaman pelanggan Cloudeka, dan memahami pengaruhnya terhadap persepsi pelanggan terhadap Lintasarta. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan perspektif manajemen dan pelanggan, serta data dianalisis menggunakan *value chain analysis* dan *customer journey mapping*. Temuan menunjukkan bahwa pendorong utama aktivitas bersama dalam administrasi penjualan di Lintasarta adalah perannya yang krusial dalam memberikan informasi awal yang penting untuk penciptaan nilai dan keterkaitan di antara produk-produknya. Aktivitas bersama ini mempengaruhi pengalaman pelanggan pada berbagai tahap perjalanan mereka, terutama yang terkait dengan proses administratif, yaitu tahap *engaging*, *paying*, dan *renewing or leaving*. Meskipun menghadapi tantangan ini, pelanggan jangka panjang terus memandang Lintasarta sebagai mitra yang matang dan tepercaya di industri TIK.

Kata Kunci: *komputasi awan, aktivitas bersama, pengalaman pelanggan, value chain analysis, customer journey mapping*