

INTISARI

ANALISIS PERJALANAN PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN PENGALAMAN PELANGGAN PADA APLIKASI LIVIN' BY MANDIRI

Bank Mandiri sebagai salah satu bank pemerintah di Indonesia secara konsisten harus terus melakukan transformasi layanan perbankan digital untuk menjadi salah satu modern digital retail bank dengan layanan yang adaptif terhadap kebiasaan baru nasabah dalam bertransaksi. Aplikasi Livin' by Mandiri akan menjadi salah satu milestone dalam transformasi perbankan digital retail Bank Mandiri yang harus terus menjadi layanan yang adaptif dan terus relevan dengan kebutuhan nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perjalanan pelanggan yang dilalui oleh pelanggan serta rekomendasi yang perlu dilakukan oleh PT Bank Mandiri Tbk untuk bisa meningkatkan pengalaman pelanggan pada aplikasi Livin' by Mandiri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan data yang dikumpulkan dari hasil wawancara semi-terstruktur terhadap 10 pengguna aktif Livin' by Mandiri dan 3 pihak perusahaan PT Bank Mandiri Tbk. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha harus memahami tiga tahap perjalanan pelanggan yaitu pra-pembelian, pembelian, dan pasca pembelian pada aplikasi Livin' by Mandiri. Pelaku usaha juga harus memahami setiap titik kontak yang dilalui pelanggan untuk meminimalkan kesenjangan antara harapan pelanggan dan kenyataan pengalaman pelanggan serta memberikan pengalaman konsumen yang lebih baik di masa mendatang. Evaluasi layanan melibatkan faktor-faktor yaitu kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, dan inisiatif baru yang dapat diimplementasikan dengan cara yang konsisten dengan sumber daya keuangan dan manusia perusahaan.

Kata Kunci : perjalanan pelanggan, pengalaman pelanggan, Livin' by Mandiri.

ABSTRACT

ANALYSIS OF CUSTOMER JOURNEYS IN IMPROVING CUSTOMER EXPERIENCE ON LIVIN' BY MANDIRI APPLICATION

Bank Mandiri, as one of Indonesia's state-owned banks, consistently strives to transform its digital banking services into a leading modern digital retail bank with services that adapt to customers' new transaction habits. Livin' by Mandiri Applications will be a significant milestone in Bank Mandiri's digital retail banking transformation, which must remain adaptable and continually relevant to customers' needs. Therefore, this study is conducted to understand the customer journey experienced by users and provide recommendations for PT Bank Mandiri Tbk to enhance the customer experience on the Livin' by Mandiri application. This study uses a qualitative approach using data collected from semi-structured interviews with 10 active users of Livin' by Mandiri and 3 parties from PT Bank Mandiri Tbk. The findings of the study indicate that business actors must understand the three stages of the Livin' by Mandiri customer journey: pre-purchase, purchase, and post-purchase. Business actors must also understand every touch point customers go through to minimize the gap between customer expectations and customer experience and provide a better customer experience. Evaluation services involve factors such as customer satisfaction, customer retention, and new initiatives that can be implemented in a manner that is consistent with the company's financial and human resources.

Key words: customer journey, customer experience, Livin' by Mandiri.