

### Question 1

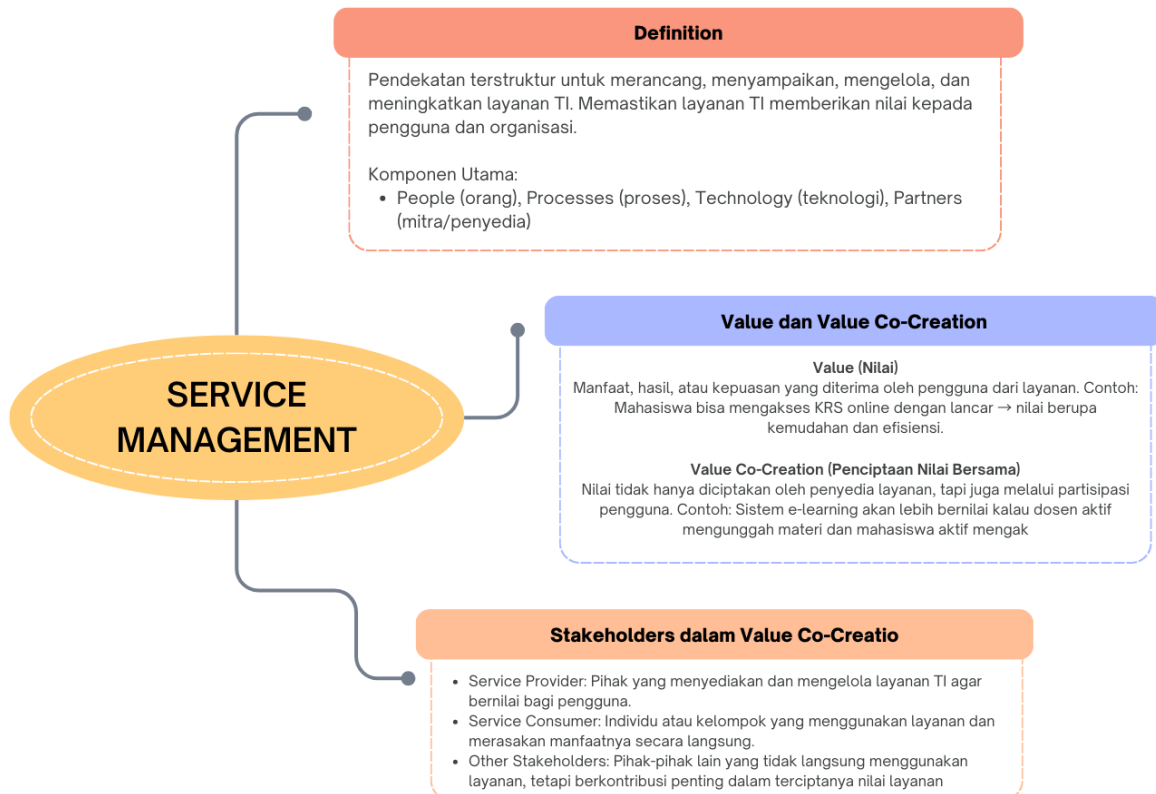
Product vs. Service

Aspek	Product	Service
<b>Definition</b>	Hasil nyata (tangible) atau paket perangkat lunak (intangible) yang berdiri sendiri.	Aktivitas berkelanjutan yang menghasilkan nilai melalui interaksi penyedia dan pengguna.
<b>Kepemilikan</b>	Setelah dibeli atau diberikan, produk sepenuhnya dimiliki dan menjadi tanggung jawab pengguna.	Tidak dimiliki, hanya dinikmati selama digunakan.
<b>Fokus Nilai</b>	Fokus pada fitur, fungsi, atau kualitas produk itu sendiri.	Fokus pada hasil ( <i>outcome</i> ), pengalaman, dan manfaat yang diciptakan bersama.
<b>Sifat</b>	Nilai tidak berubah kecuali ada upgrade atau versi baru.	Nilai bisa berubah sesuai kebutuhan, konteks, dan peran pengguna.
<b>Contoh Interaksi</b>	Produk berinteraksi sekali saat diberikan.	Layanan melibatkan interaksi berulang dan berkelanjutan (misalnya penggunaan email harian).
<b>Keterlibatan</b>	Pengguna hanya memakai produk sesuai fungsi.	Pengguna ikut berkontribusi dalam menciptakan nilai (co-creation).
<b>Contoh di ITS</b>	MyITS Portal	MyITS Shorterner, MyITS Classroom

## Question 2

Read page 18–24. Make a mind-map that answer the following questions.

1. What is service management?
2. What is value and value co-creation?
3. What are (typical) stakeholders in value co-creation?



## Question 3

1. How do utility and warranty differ from each other?
2. In the case of the academic systems of ITS, what are the examples of utility and warranty?

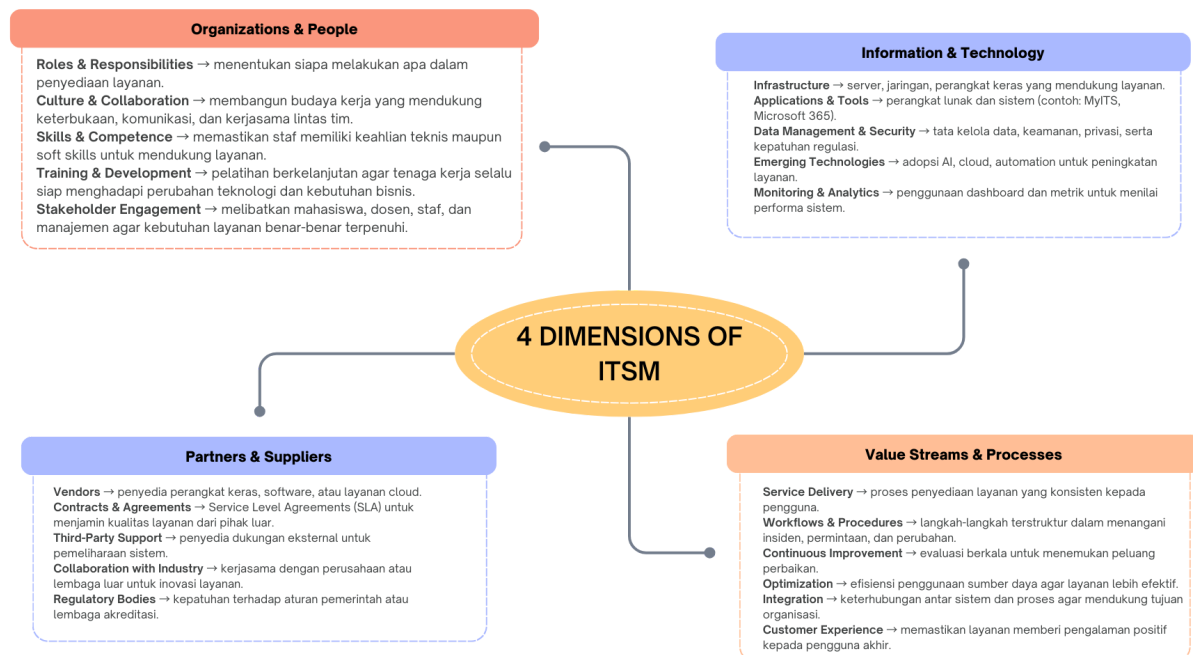
Dalam IT Service Management (ITSM), terdapat dua konsep penting yaitu utility dan warranty. Keduanya memiliki peran yang berbeda dalam menentukan nilai suatu layanan. Utility dikenal sebagai *fit for purpose*, yang berarti menjelaskan fungsi utama atau manfaat inti dari layanan. Dengan kata lain, utility berfokus pada apa yang dapat dilakukan layanan untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Misalnya, dalam konteks sistem akademik ITS, aplikasi MyITS memberikan utility berupa kemampuan bagi mahasiswa untuk mengisi KRS, melihat jadwal kuliah, mengakses nilai, hingga mendaftar wisuda. Semua fungsi tersebut merupakan tujuan utama dari layanan yang langsung dirasakan manfaatnya oleh pengguna.

Sementara itu, warranty dikenal sebagai *fit for use*, yang menekankan pada jaminan kualitas dari layanan yang disediakan. Warranty memastikan bahwa layanan tidak hanya berfungsi, tetapi juga dapat digunakan dengan baik, konsisten, dan sesuai harapan pengguna. Aspek warranty mencakup ketersediaan, kapasitas, keamanan, serta keandalan sistem. Dalam kasus MyITS, warranty ditunjukkan dengan jaminan bahwa sistem dapat diakses 24 jam sehari, tetap stabil meskipun digunakan oleh ribuan mahasiswa secara bersamaan, serta

memiliki perlindungan keamanan agar data mahasiswa tetap aman. Selain itu, adanya mekanisme backup ketika terjadi gangguan juga termasuk bagian dari warranty.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa utility menjawab pertanyaan “apa yang bisa dilakukan layanan?”, sedangkan warranty menjawab “seberapa baik layanan itu bisa digunakan?”. Keduanya saling melengkapi dalam memastikan bahwa sebuah layanan tidak hanya bermanfaat dari sisi fungsional, tetapi juga dapat diandalkan untuk memberikan pengalaman terbaik bagi pengguna

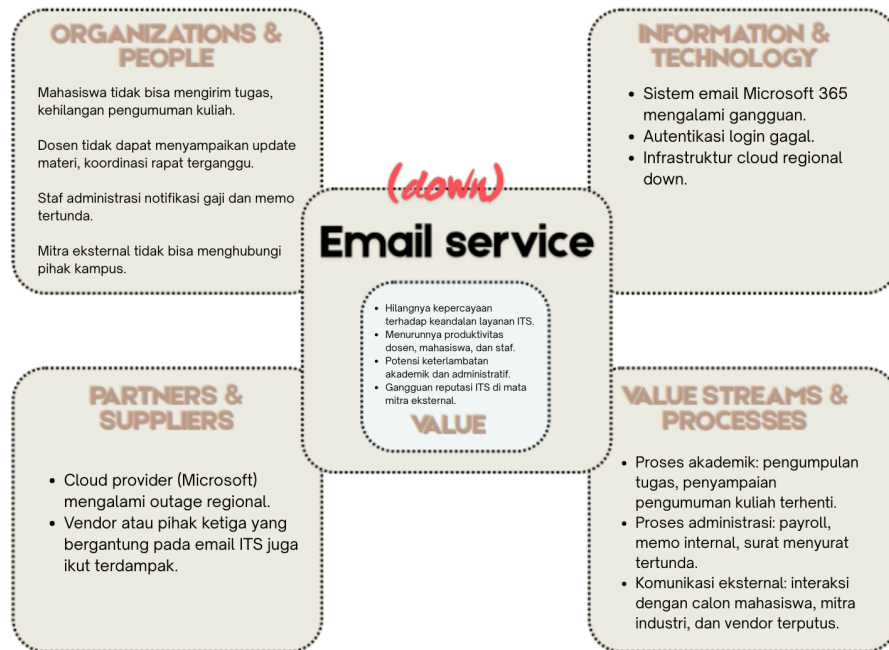
## Homework 1



## Homework 2

“What are the impacts of the blackout to the organization, ITS?”

- To answer the above question, what you have to do: Map your answers to the four dimensions, using the provided template in the following page.
  - Organization & people: Which groups are impacted?
  - IT: Which software/system/infrastructure is failing?
  - Partners & suppliers: Which ones got impacted?
  - Value streams & processes: Which university processes are impacted?
  - Value: What value is lost when the email is down?



## Homework 3

Create a digital poster (using Canva, Miro, Jamboard, PowerPoint, GoodNotes, etc.) that visually explains the value of an IT service you use.

### 1. Pick a Service

- Choose an IT service you personally use (e.g., Spotify, Grab/Gojek, Dropbox, Zoom, Google Drive).

### 2. Define Value (2 perspectives)

- Customer value: What value does this service deliver to you as a user? (E.g. Spotify, what's the customer value?)
- Provider value: What value does this service deliver to the company offering it?

### 3. Identify Co-Creation Points

- Show where both sides contribute to value.
- E.g. Spotify case, user can create playlists, likes, and shares, while it is Spotify that refines algorithms and engagement

## Reverse Engineering Value

# NETFLIX

Muhammad Razan Parisya Putra  
5026231174 - MITI B

### Customer Value

Akses ribuan film, serial, dan dokumenter kapan saja.  
Bisa menonton on-demand tanpa iklan.  
Fitur rekomendasi personal sesuai preferensi tontonan.  
Multi-device (TV, laptop, smartphone, tablet).  
Fitur download untuk offline viewing.

### Provider Value

Pendapatan dari langganan bulanan.  
Data tontonan pengguna (jam tayang, genre favorit, rating).  
Retensi pelanggan melalui konten orisinal (Netflix Originals).  
Kekuatan brand global di industri hiburan digital.  
Kemampuan mendorong produksi film/series eksklusif.

### Co-Creation Points

#### Pengguna

- Memilih tontonan, memberi rating, dan membuat daftar tontonan.
- Membagikan rekomendasi ke teman/keluarga.

### Co-Creation Points Netflix

#### Netflix

- Menggunakan data tontonan untuk meningkatkan algoritma rekomendasi.
- Menyediakan konten orisinal berkualitas tinggi.
- Menjamin streaming stabil dan multi-platform.