



UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

SKRIPSI

**KEPUASAN BANK-BANK ANGGOTA
ATM BERSAMA ATAS PELAKSANAAN
MANAJEMEN KOMPLAIN
PT. ARTAJASA PEMBAYARAN ELEKTRONIS**

Oleh :

MIA EKA WATY
0902321047

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam
memperoleh gelar
Sarjana Sosial dalam bidang Ilmu Administrasi

Depok ,2008



UNIVERSITY OF INDONESIA
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ADMINISTRATIVE SCIENCE
UNDERGRADUATE PROGRAM

ABSTRACT

MIA EKA WATY (0902321047), The Satisfaction of Banks Member of ATM BERSAMA for the execution of management complain PT ARTAJASA PEMBAYARAN ELEKTRONIS, xiv + 82 pages, 20 tables, 1 chart, 30 bibliographies (1996-2008)

Almost every bank in Indonesia now has automatic teller machine (ATM). Banks also obliged its client for having ATM card, despite of whether the ATM card is used. The increasing amounts of ATM consumer depend on the increasing amounts of ATM and the increasing amount of banks affiliated in the ATM network.

ATM BERSAMA managed by the PT Artajasa Pembayaran Elektronik has started operating in the early year of 1990. The Number of its ATM is 13.000 units. Now 62 banks has become the member in this chain.

Problem that is often occurred in ATM Bersama network like : the client of Bank A makes a cash withdraw in the ATM of Bank B, the money doesn't come out but the client account have been debited, money doesn't come out as according to the desirable amount but client account have been debited. Client of Bank A makes a transfer transaction to the account of bank B, the client's account have been debited, but the objective account has not been credited.

PT. Artajasa Pembayaran Elektronik as the organizer of ATM Bersama in handling of its customer complain i.e. the bank members of ATM Bersama issued a Sistem Prosedur Pengoperasian (SPP) consist of information about the regulation for all members of ATM Bersama and the procedures in how to put a complain as well as the process and the time in solving the complain.

The purpose of this research was to analyze the satisfaction of the bank members of ATM Bersama to the management complain executed by PT. Artajasa Pembayaran Elektronik. This research uses a quantitative research method by distributing questioners to 62 bank member of ATM Bersama officers which usually implements the client complain of ATM Bersama. After the data was collected, writer carry out a data processing by Likert scale where the satisfaction of bank members of ATM Bersama is obtained based on the range of scale.

From the result of the research, the writer makes a conclusion that in general the bank members of ATM Bersama feel satisfied with the management complain executed by PT. Artajasa Pembayaran Elektronis. The Writer also suggest that PT. Artajasa Pembayaran Elektronis is paying more attention to the bank members, and arrange more meeting with the bank members.





UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Mia Eka Waty

NPM : 0902321047

Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul KEPUASAN BANK-BANK ANGGOTA ATM BERSAMA ATAS PELAKSANAAN MANAJEMEN KOMPLAIN PT. ARTAJASA PEMBAYARAN ELEKTRONIS benar-benar merupakan hasil karya pribadi dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

14 Juni 2008

MIA EKA WATY
0902321047



UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Mia Eka Waty
NPM : 0902321047
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Judul Skripsi : Kepuasan Bank-Bank Anggota ATM Bersama Atas
Pelaksanaan Manajemen Komplain PT. Artajasa
Pembayaran Elektronik

Telah diperiksa oleh Ketua Program Sarjana dan Pembimbing serta dinyatakan layak untuk diajukan ke sidang Skripsi Program Sarjana Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

Ketua Program Sarjana, Disetujui oleh
Pembimbing,

Drs. Asrori, MA, FLMI
NIP. 130 702 932

Dra. Eva Andayani, M.si
NIP. 132 006 991



UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mia Eka Waty
NPM : 0902321047
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Judul Skripsi : Kepuasan Bank-Bank Anggota ATM Bersama Atas
Pelaksanaan Manajemen Komplain PT. Artajasa
Pembayaran Elektronik

Telah dipertahankan di hadapan sidang Penguji Skripsi Program Sarjana
Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Indonesia Pada Hari Selasa Tanggal 1 Juli 2008.

Penguji Skripsi

Ketua Sidang,

Pembimbing,

Drs. Asrori, MA, FLMI
NIP 130 702 932

Dra. Eva Andayani, M.si
NIP. 132 006 991

Penguji Ahli,

Sekretaris Sidang,

Fatimah Muchtar, S.Sos, ME
NIP 090 7050 245

Fibria Indriati, S.Sos, M.si

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Kepuasan Bank-Bank Anggota ATM Bersama Atas Pelaksanaan Manajemen Komplain PT. Artajasa Pembayaran Elektronis tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana sosial dalam bidang ilmu administrasi, Program Ekstensi Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia. Skripsi dengan judul "Kepuasan Bank-Bank Anggota ATM Bersama Atas Pelaksanaan Manajemen Komplain PT. Artajasa Pembayaran Elektronis.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya adalah:

1. Prof. Dr. Bambang Shergy Laksmono, Msc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
2. Drs. Asrori, MA., FLMI., selaku Ketua Program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
3. Drs. Achmad Fauzi, ME., selaku Ketua Program Studi Administrasi Niaga Program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
4. Drs. Muh. Azis Muslim M.Si., selaku Sekertaris Jurusan Administrasi Niaga Program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
5. Dra. Eva Andayani, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran

6. Orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan laporan, baik moril maupun materil
7. Seluruh staf pengajar Program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi Universitas Indonesia yang telah memberikan pengajaran dan bimbingan serta arahan selama masa perkuliahan kepada penulis.
8. Seluruh staf administrasi dan perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia
9. Bapak Gatot Supto Supriono selaku Vice President Operation and Services Departement PT. Artajasa Pembayaran Elektronik.
10. Bapak Eko Putranto Widyatmoko selaku Customer Care Group Head PT. Artajasa Pembayaran Elektronik.
11. Seluruh rekan-rekan PT. Artajasa Pembayaran Elektronik
12. Adit, terima kasih untuk dukungan, kesabaran dan pengorbanannya.
13. Teman-teman yang telah memberikan bantuan, terutama semangat dan motivasi.
14. Seluruh pihak yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca khususnya para mahasiswa Administrasi Niaga FISIP UI.

Jakarta, Juni 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Permasalahan Pokok	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Signifikansi Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II KERANGKA TEORI DAN METODE PENELITIAN	
A. Tinjauan Pustaka	8
B. Konstruksi Model Teoritis	
1. Jasa	9
2. Definisi Komplain	15
3. Manajemen Komplain.....	16
4. Penyelesaian Komplain.....	25
5. Kepuasan Pelanggan.....	27
C. Metode Penelitian	
1. Pendekatan Penelitian	31
2. Tipe Penelitian	31
3. Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
4. Teknik Pengumpulan Data	32
5. Populasi Dan Sampel	32
6. Teknik Analisis Data	34
7. Operasionalisasi Konsep	36
BAB III GAMBARAN UMUM PT. ARTAJASA PEMBAYARAN ELEKTRONIS	
A. Sejarah Singkat PT. Artajasa Pembayaran Elektronik.....	38
B. Visi Dan Misi PT. Artajasa Pembayaran Elektronik	39
C. Struktur Organisasi PT. Artajasa Pembayaran Elektronik	39
D. Produk dan Layanan PT. Artajasa Pembayaran Elektronik	45

BAB IV ANALISIS KEPUASAN BANK-BANK ANGGOTA ATM BERSAMA ATAS PELAKSANAAN MANAJEMEN KOMPLAIN PT. ARTAJASA PEMBAYARAN ELEKTRONIS	
A. Manajemen Komplain PT. Artajasa Pembayaran Elektronik	52
B. Analisis Kepuasan Bank-Bank Anggota ATM Bersama Atas Pelaksanaan Manajemen Komplain PT. Artajasa Pembayaran Elektronik	
1. Gambaran Umum Karakteristik Responden.....	59
2. Analisis Data Kepuasan Bank-Bank Anggota ATM Bersama Atas Pelaksanaan Manajemen Komplain PT. Artajasa Pembayaran Elektronik	61
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI	
A. Simpulan	78
B. Rekomendasi	78
Daftar Pustaka	80
Daftar Riwayat Hidup	82



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Operasionalisasi Konsep..... 37
Tabel 4.1	Lama Bergabung di ATM Bersama..... 60
Tabel 4.2	Manajemen Artajasa berkomitmen untuk mendengarkan komplain yang ada..... 62
Tabel 4.3	Manajemen Artajasa berkomitmen untuk menyelesaikan komplain yang ada..... 62
Tabel 4.4	Customer Care Group Artajasa berkomitmen untuk mendengarkan komplain yang ada..... 61
Tabel 4.5	Customer Care Group Artajasa berkomitmen untuk menyelesaikan komplain yang ada..... 62
Tabel 4.6	Setiap komplain mendapatkan perlakuan sama/adil tanpa membeda-bedakan pelanggan..... 63
Tabel 4.7	Mekanisme pengajuan komplain dipublikasikan kepada Pelanggan..... 64
Tabel 4.8	Mekanisme pengajuan komplain jelas bagi pelanggan..... 65
Tabel 4.9	Karyawan yang menangani komplain mengerti mekanisme pengajuan komplain..... 66
Tabel 4.10	Ada kejelasan kepada siapa pengajuan komplain ditujukan..... 66
Tabel 4.11	Artajasa menyediakan fasilitas untuk mengajukan komplain 67
Tabel 4.12	Artajasa memberikan kemudahan dalam pengajuan komplain..... 68
Tabel 4.13	Aturan pengajuan komplain tidak berbelit-belit..... 69
Tabel 4.14	Artajasa cepat dalam menangani komplain..... 70
Tabel 4.15	Artajasa tepat dalam menangani komplain 71
Tabel 4.16	Modus dimensi <i>commitment</i> 74
Tabel 4.17	Modus dimensi <i>fairness</i> 74

Tabel 4.18	Modus dimensi <i>visibility</i>	75
Tabel 4.19	Modus dimensi <i>simple</i>	76
Tabel 4.20	Modus dimensi <i>responsiveness</i>	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	30
------------	--------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Koding Data Kuesioner
- Lampiran 3 Rentang Skala Per Dimensi
- Lampiran 4 Struktur Organisasi PT. Artajasa Pembayaran Elektronik



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG PERMASALAHAN

Ungkapan pembeli adalah raja, mungkin tepat untuk menggambarkan keadaan nasabah perbankan saat ini . Nasabah perbankan ibarat putri yang sedang diperebutkan untuk dimadu.

Bank-bank dengan berbagai kiat berupaya merebut hati nasabah, mulai dari hadiah langsung, undian milyaran rupiah, tawaran tingkat suku bunga yang tinggi, hingga fasilitas pelayanan yang sangat memuaskan. Upaya semacam ini tentu saja harus dilakukan perbankan. Apalagi masyarakat masih trauma terhadap krisis yang melanda dunia perbankan pada pertengahan tahun 1997.

Ambruknya perbankan nasional saat itu menjadi pelajaran yang sangat berharga bagi masyarakat. Setidaknya mereka lebih berhati-hati memilih bank. Tawaran suku bunga yang tinggi dan hadiah yang menarik tidak lagi menjadi pertimbangan semata, tetapi mereka juga melihat kesehatan bank serta fasilitas yang ditawarkan oleh bank yang bersangkutan.

Fasilitas yang memungkinkan nasabah bertransaksi menjadi salah satu pertimbangan untuk menentukan bank mana yang dipilih guna menyimpan dana mereka. Apalagi di era yang sibuk ini nasabah memerlukan bank yang mampu melayani kebutuhan mereka melakukan transaksi secepat mungkin dari berbagai tempat.

Hampir semua bank di Indonesia kini memiliki *automatic teller machine* (ATM). Bank juga sudah mewajibkan nasabahnya memiliki kartu ATM, terlepas dari kartu ATM itu digunakan atau tidak. Kehadiran Anjungan Tunai Mandiri

(ATM) sampai saat ini menjadi salah satu sistem transaksi secara *real time* yang sangat membantu para nasabah dalam bertransaksi.

Ketika pertama kali diperkenalkan Bank Niaga pada 1987, fungsi ATM hanya sebatas tarik tunai. Saat ini fungsi ATM mampu menggantikan fungsi uang sebagai alat pembayaran. Melalui ATM, nasabah antara lain bisa membayar rekening listrik, pajak bumi dan bangunan (PBB), rekening telepon, pulsa isi ulang *handphone*, dan kartu kredit.

Pada 1998, jumlah kartu ATM di Indonesia baru mencapai 13,17 juta dengan nilai tarik tunai Rp. 20,5 triliun, termasuk kartu debit yang mencapai 5,37 juta dengan transaksi belanja Rp. 2.6 triliun. Dan pada tahun 2001, jumlah kartu ATM yang beredar meningkat menjadi 19,74 juta dengan nilai tarik tunai Rp. 207,3 triliun, termasuk jumlah kartu debit yang 13,58 juta dengan nilai transaksi belanja Rp. 23,2 triliun.¹

Meningkatnya jumlah pengguna ATM tak lepas dari makin banyaknya jumlah ATM dan makin banyaknya perbankan yang memilih bergabung dalam jaringan ATM. Di Indonesia saat ini terdapat lima jaringan ATM yang jangkauannya luas, ATM Bersama (PT Artajasa Pembayaran Elektronik), ATM ALTO, Cakra (PT Euronet Sigma Nusantara), ATM BCA (Bank Central Asia), Link (Himbara).

ATM Bersama yang dikelola oleh PT Artajasa Pembayaran Elektronik ini mulai beroperasi sekitar awal 1990. Jumlah ATM nya sebanyak 13.000 unit. Kini 64 bank menjadi anggota jaringan ini.²

¹ Majalah Infobank no. 306, edisi September 2004, hal 70

² Laporan Bulanan PT Artajasa Pembayaran Elektronik, Juni 2008

Semakin ketatnya persaingan pada bisnis jaringan ATM di Indonesia membuat perusahaan-perusahaan penyedia jasa layanan ATM berpacu untuk melakukan perbaikan-perbaikan dalam mempertahankan pelanggannya. Salah satu perbaikan yang dilakukan adalah dengan memberikan pelayanan yang semakin memuaskan (*Service Excellent*) kepada pelanggannya, karena hanya perusahaan yang memperhatikan kepuasan pelanggannya saja yang dapat bertahan hidup di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Pelanggan adalah orang yang paling penting yang menerima jasa perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu PT. Artajasa Pembayaran Elektronik harus dapat memenuhi harapan pelanggan akan suatu pelayanan yang berkualitas. Kemampuan PT. Artajasa Pembayaran Elektronik dalam memberikan pelayanan yang mampu memenuhi harapan pelanggan akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Efek dari ketidakpuasan akan berakibat terhadap penurunan kepercayaan nasabah, maka diperlukanlah suatu kejelian dan kecermatan pihak manajemen perusahaan dalam melihat dan menangani setiap komplain yang terjadi.

Harus disadari oleh setiap perusahaan bahwa setiap komplain yang ditujukan oleh para pelanggan terhadap perusahaan bukanlah suatu hambatan atau ganjalan bagi usaha perusahaan, melainkan suatu kesempatan bagi perusahaan untuk menjadi lebih berkembang. sebab keluhan-keluhan tersebut akan membuat pihak perusahaan lebih mengetahui dan mengerti atas setiap kebutuhan yang dapat memuaskan para pelanggan tersebut. Perusahaan harus dapat mengoptimalkan penanganan keluhan tersebut.

Penanganan keluhan atas masalah yang dihadapi oleh para pelanggan bila ditangani secara baik maka akan memberikan dampak yang positif pada ingatan konsumen dan merupakan sebuah mata rantai untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Penanganan keluhan merupakan strategi yang sangat penting dalam menangani hubungan dengan para pelanggan di bidang tersebut.

Pelanggan akan merasa lebih yakin terhadap perusahaan setelah menjalani proses penanganan keluhan. Untuk meningkatkan kualitas dalam penanganan keluhan, maka perusahaan harus mengetahui penilaian pelanggan terhadap respon perusahaan di dalam menangani keluhan dan bagaimana penanganan keluhan tersebut dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Masalah yang sering terjadi di jaringan ATM Bersama antara lain adalah nasabah Bank A melakukan penarikan tunai di ATM Bank B, uang tidak keluar tetapi rekening nasabah sudah terdebit, uang tidak keluar sesuai dengan jumlah nominal yang diinginkan tetapi rekening nasabah sudah terdebit. Nasabah Bank A melakukan transaksi transfer ke rekening Bank B, rekening nasabah sudah terdebit, tetapi rekening tujuan belum terkredit.

PT. Artajasa Pembayaran Elektronik sebagai penyelenggara ATM Bersama tidak langsung menangani komplain dari nasabah pengguna ATM Bersama melainkan bekerjasama dengan Bank-Bank Anggota ATM Bersama. Nasabah yang mengajukan komplain datang ke *Issuer Bank* atau Bank penerbit kartu, kemudian Bank mengajukan klaim ke Artajasa, Artajasa setelah memeriksa kelengkapan data yang diberikan oleh Bank *Issuer* mengajukan klaim tersebut ke Bank *Acquirer* atau Bank pemilik terminal ATM melalui *online settlement* Artajasa sehingga penyelesaian komplain dilakukan antar Bank.

PT. Artajasa Pembayaran Elektronis sebagai penyelenggara ATM Bersama dalam penanganan keluhan pelanggannya yaitu Bank-Bank anggota ATM Bersama mengeluarkan Sistem Prosedur Pengoperasian (SPP) yang berisi informasi mengenai peraturan yang harus ditaati oleh seluruh anggota ATM Bersama serta tatacara bagaimana mengajukan komplain dan juga proses serta waktu penyelesaian komplain tersebut.

B. PERMASALAHAN POKOK

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang “Kepuasan Bank-Bank Anggota ATM Bersama Atas Pelaksanaan Manajemen Komplain PT. Artajasa Pembayaran Elektronis”.

Sehubungan dengan hal tersebut maka yang menjadi permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah bagaimana kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama atas pelaksanaan manajemen komplain PT. Artajasa Pembayaran Elektronis?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama atas pelaksanaan manajemen komplain PT. Artajasa Pembayaran Elektronis.

D. SIGNIFIKANSI PENELITIAN

1. Dari segi akademis

Diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan akademik bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian mengenai manajemen komplain.

2. Dari segi praktis

Diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan dan mengembangkan strategi pelayanan mereka agar pelayanan yang akan diberikan di kemudian hari menjadi lebih baik.

E. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mempermudah pembahasan permasalahan yang diteliti serta untuk mempermudah pembaca dalam memahami hasil penelitian ini, maka skripsi ini disusun dalam urutan sebagai berikut :

Bab I PENDAHULUAN

Berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang permasalahan, permasalahan pokok, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II KERANGKA TEORI DAN METODE PENELITIAN

Berisi tinjauan pustaka, konstruksi model teoritis, operasionalisasi konsep dan metode penelitian.

Bab III GAMBARAN UMUM PT. ARTAJASA PEMBAYARAN ELEKTRONIS

Berisi gambaran umum perusahaan yang terdiri dari sejarah singkat PT. Artajasa Pembayaran Elektronik, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, produk dan layanan perusahaan.

Bab IV ANALISIS KEPUASAN BANK-BANK ANGGOTA ATM BERSAMA ATAS PELAKSANAAN MANAJEMEN KOMPLAIN PT. ARTAJASA PEMBAYARAN ELEKTRONIS

Berisi pembahasan mengenai manajemen komplain yang dilaksanakan oleh PT. Artajasa Pembayaran Elektronik serta analisis data hasil penelitian yang dilakukan melalui pengolahan data-data yang dikumpulkan.

Bab V SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berisi tentang simpulan dan rekomendasi.

BAB II

KERANGKA TEORI DAN METODE PENELITIAN

A. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian terdahulu mengenai manajemen komplain dilakukan oleh Fitriani Leonardi³ dengan judul “Pengaruh *Complaint Management* Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada PT. Fastfood Indonesia, Tbk (KFC) Cabang Basmar Plaza”. Pokok permasalahan yang diajukan adalah bagaimana bentuk hubungan antara *complaint management* dengan tingkat kepuasan konsumen dan adakah pengaruh *complaint management* terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui bentuk hubungan antara *complaint management* dengan tingkat kepuasan konsumen serta untuk mengetahui adakah pengaruh *complaint management* terhadap tingkat kepuasan konsumen pada restoran *Kentucky Fried Chicken* (KFC) cabang Basmar Plaza. Penelitian tersebut menggunakan tipe penelitian yang bersifat asosiatif atau korelasional, untuk mengetahui bagaimana hubungan antara kedua variabel yang diteliti yaitu *complaint management* dan kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah terdapat hubungan positif antara *complaint management* yang diberikan perusahaan dengan tingkat kepuasan konsumen pada restoran KFC cabang Basmar Plaza, *complaint management* berpengaruh positif dalam mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

³ Dinny Fitriani Leonardi, Pengaruh *Complaint Management* Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada PT. Fastfood Indonesia, Tbk (KFC) Cabang Basmar Plaza, Perbanas, 2005

Sedangkan pada penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan tujuan memberi gambaran bagaimana kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama atas pelaksanaan manajemen komplain PT. Artajasa Pembayaran Elektronik.

B. KONSTRUKSI MODEL TEORITIS

B.1 JASA

Pengertian Jasa

Menurut Payne pengertian dari jasa adalah :

Suatu kegiatan yang memiliki beberapa ketidakberwujudan (*intangibility*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan property dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.⁴

Definisi di atas juga sama dengan definisi yang dirumuskan oleh Laura dkk, bahwa jasa adalah hasil dari usaha penggunaan manusia dan mesin terhadap sejumlah orang atau obyek.⁵

Sedangkan menurut Adrian Palmer definisi jasa adalah :⁶

"The production of an essentially intangible benefit, either in its own right or as a significant element of a tangible product, which through some form of exchange, satisfies an identified needs"

Maksudnya adalah bahwa kebanyakan produk adalah kombinasi dari elemen barang dan jasa. Pada kasus tertentu elemen jasa adalah elemen terpenting dari jasa (contohnya jasa konsultasi, salon, dan lain-lain).

Penawaran suatu perusahaan kepada pasar biasanya mencakup beberapa jenis jasa. Pada kenyataannya, suatu penawaran bervariasi yaitu murni

⁴ Adrian Payne, Pemasaran Jasa, Edisi I, (Yogyakarta : Andi, 2000), hal 8

⁵ Christopher Lovelock dan Lauren Wright, Principles of Service Marketing And Management, Second Edition, (New Jersey : Pearson Education, Inc., 2002), hal 482

⁶ Adrian Palmer, Principles of Service Management, (Singapore : McGraw-Hill, Asia Edition, 2001), hal 3

berupa barang dan murni berupa jasa. Berdasarkan kriteria ini penawaran suatu perusahaan dapat dibedakan menjadi lima kategori, yaitu :

a. Produk fisik murni

Penawaran semata-mata hanya pada produk fisik, misalnya sabun mandi, pasta gigi, sabun cuci, tanpa ada jasa atau pelayanan yang menyertai produk itu.

b. Produk fisik dengan jasa pendukung

Pada kategori ini penawaran terdiri atas suatu produk fisik yang disertai dengan atau beberapa jasa untuk meningkatkan daya tarik pada konsumennya. Misalnya produsen mobil memberikan pelayan reparasi, pemasangan suku cadang, pengantaran mobil hingga di tempat konsumen dan lainnya.

c. *Hybrid*

Penawaran terdiri atas barang dan jasa yang sama besar porsinya.

d. Jasa utama yang didukung dengan barang dan jasa minor

Penawaran terdiri atas suatu jasa pokok bersama-sama dengan jasa tambahan dan/atau barang-barang pendukung. Contohnya penumpang pesawat yang membeli jasa transportasi. Selama menempuh perjalanan ke tempat tujuannya, ada beberapa unsur produk fisik yang terlibat, seperti makanan dan minuman, majalah atau surat kabar yang disediakan, dan lain-lain. Jasa seperti ini memerlukan barang yang bersifat capital intensif (dalam hal ini pesawat) untuk realisasinya, tetapi penawaran utamanya adalah jasa.

e. Jasa murni

Penawaran hampir seluruhnya berupa jasa. Misalnya fisioterapi, konsultasi psikologi, pemijatan dan lain-lain.

Klasifikasi Jasa

Banyak pakar yang melakukan klasifikasi jasa, dimana masing-masing menggunakan dasar perbedaan yang disesuaikan dengan sudut pandangnya masing-masing. Menurut Fandy, klasifikasi jasa dapat dilakukan berdasarkan tujuh kriteria :⁷

1. Segmen Pasar

Berdasarkan segmen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi jasa kepada konsumen akhir (misalnya taksi, asuransi, pendidikan) dan jasa kepada konsumen organisasional (misalnya jasa akuntansi dan perpajakan, jasa konsultasi manajemen, dan jasa konsultasi hukum). Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian kedua segmen tersebut berbeda. Perbedaan utama antar kedua segmen tersebut adalah alasan dalam memilih jasa, kuantitas jasa yang dibutuhkan, dan kompleksitas pengerjaan jasa tersebut.

2. Tingkat keberwujudan (*tangibility*)

Kriteria ini berhubungan dengan tingkat keterlibatan produk fisik dengan konsumen. Berdasarkan kriteria ini, jasa dapat dibedakan menjadi tiga macam yaitu :

a. *Rented goods services*

Dalam jenis ini, konsumen menyewa dan menggunakan produk-produk tertentu berdasarkan tarif tertentu selama jangka waktu tertentu pula. Konsumen hanya dapat menggunakan produk tersebut, karena kepemilikannya tetap berada pada pihak perusahaan yang menyewakannya. Contohnya penyewaan mobil, kaset video, laser, villa, apartemen.

b. *Owned goods services*

⁷ Fandy Tjiptono, Strategi pemasaran Edisi II, (Yogyakarta : Andi, 1999), hal 8

Pada *owned goods services*, produk-produk yang dimiliki konsumen direparasi, dikembangkan atau ditingkatkan unjuk kerjanya, atau dipelihara/dirawat oleh perusahaan jasa. Contohnya jasa reparasi (arloji, mobil, sepeda motor, komputer), pencucian mobil, pencucian pakaian, dan lain-lain.

c. *Non goods services*

Karakteristik pada jenis ini adalah jasa personal bersifat *intangibile* (tidak berbentuk fisik) ditawarkan kepada para pelanggan. Contohnya supir, *baby sitter*, pemandu wisata, ahli kecantikan dan lain-lain.

3. Keterampilan penyedia jasa

Berdasarkan tingkat keterampilan penyedia jasa, jasa terdiri atas *professional services* (misalnya konsultan manajemen, konsultan hukum, konsultan pajak, konsultan sistem informasi, dokter, perawat, arsitek) dan *non professional services* (misalnya supir taksi dan penjaga malam). Pada *professional services* memerlukan keterampilan tinggi dalam proses operasinya, pelanggan cenderung sangat selektif dalam memilih penyedia jasa. Hal inilah yang menyebabkan para profesional dapat mengikat para pelanggannya. Sebaliknya bila tidak memerlukan keterampilan tinggi, seringkali loyalitas pelanggan rendah.

4. Tujuan organisasi jasa

Berdasarkan tujuan organisasi, jasa dapat dibagi menjadi *commercial services* atau *profit services* (misalnya penerbangan, bank, jasa parcel) dan *non-profit services* (misalnya sekolah, yayasan dana bantuan, panti asuhan, panti wreda, perpustakaan dan museum).

Dalam jasa nirlaba (*non-profit*) tercapai tidaknya tujuan tidak hanya ditentukan berdasarkan ukuran finansial (seperti marjin laba dan penjualan), laba perusahaan jasa nirlaba seringkali tidak berkaitan dengan pembayaran dari pelanggan, dan biasanya perusahaan jasa nirlaba dibutuhkan untuk melayani segmen pasar yang secara ekonomis tidak layak.

5. Regulasi

Dari aspek regulasi, jasa dapat dibagi menjadi *regulated service* (misalnya pialang, angkutan umum, dan perbankan) dan *non regulated service* (seperti makelar, catering dan pengecatan rumah).

6. Tingkat intensitas karyawan

Berdasarkan tingkat intensitas karyawan (keterlibatan tenaga kerja), jasa dapat dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu *equipment based service* (seperti cuci mobil otomatis, jasa sambungan telepon jarak jauh, ATM, binatu) dan *people based service* masih dapat dikelompokkan menjadi kategori tidak terampil, terampil, dan pekerja professional. Jasa yang padat karya (*people based service*) biasanya ditemukan pada perusahaan yang memang memerlukan banyak tenaga ahli dan apabila pemberian jasa itu harus dilakukan di rumah atau di tempat usaha pelanggan. Sementara itu perusahaan yang bersifat *equipment based* mengandalkan penggunaan mesin dan peralatan canggih yang dapat dikendalikan dan dipantau secara otomatis atau semi otomatis. Ini dilakukan dengan tujuan untuk menjaga konsistensi jasa yang diberikan.

7. Tingkat kontak penyedia jasa yang diberikan

Berdasarkan tingkat kontak ini, secara umum dapat dibagi menjadi *high-contact* (seperti universitas, bank, dokter, dan pegadaian), *low-contact*

(misalnya bioskop). Pada jasa yang tingkat kontak dengan pelanggannya tinggi, keterampilan interpersonal karyawan harus diperhatikan oleh perusahaan jasa, karena kemampuan membina hubungan sangat dibutuhkan dalam berurusan dengan orang banyak, misalnya keramahan, sopan santun, komunikatif dan sebagainya. Sebaliknya pada jasa yang tingkat kontak dengan pelanggan rendah, justru keahlian teknis karyawan yang paling penting.

Karakteristik Jasa

Terdapat empat karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang. Keempat karakteristik tersebut meliputi :⁸

1. *Intangibility* (tak berwujud)

Sifat jasa tak berwujud artinya jasa tidak dapat dilihat, dicecap, dirasakan, didengankan atau dicium sebelum membeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli mencari “tanda” dari mutu jasa. Mereka menyimpulkan mengenai mutu dari tempat, orang, harga, peralatan dan materi komunikasi yang dapat mereka lihat. Oleh karena itu tugas penyedia jasa adalah membuat jasa menjadi berwujud dengan berbagai cara.

2. *Inseparability* (tak terpisahkan)

Jasa tak terpisahkan berarti bahwa jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediannya itu manusia atau mesin. Kunci keberhasilan bisnis jasa ada pada proses rekrutmen, kompensasi, pelatihan dan pengembangan karyawan. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah pemberian perhatian khusus pada tingkat partisipasi/keterlibatan pelanggan dalam proses jasa.

⁸ Fandy Tjiptono, Strategi pemasaran Edisi II, (Yogyakarta : Andi, 2002), hal 136

3. *Variability* (keanekaragaman jasa)

Keanekaragaman jasa berarti bahwa mutu jasa tergantung pada siapa yang menyediakan jasa disamping waktu, tempat dan bagaimana disediakan. Ada tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa, yaitu kerjasama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa, moral/motivasi karyawan dalam melayani pelanggan, dan beban kerja perusahaan.

4. *Perishability* (jasa tak tahan lama)

Jasa tak tahan lama artinya jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau dipakai kemudian. Kondisi ini tidak akan menjadi masalah jika permintaannya konstan. Tetapi kenyataannya permintaan pelanggan akan jasa umumnya sangat bervariasi dan dipengaruhi oleh musiman, misalnya permintaan akan jasa transportasi antar kota akan melonjak menjelang Lebaran, Natal, Tahun Baru, permintaan akan jasa rekreasi dan hiburan akan meningkat selama musim liburan, dan sebagainya.

B.2 Definisi Komplain

Dalam menerima jasa/pelayanan sebuah perusahaan jasa ada kalanya mengalami ketidakpuasan atas layanan jasa tersebut. Ketidakpuasan tersebut dapat dinyatakan ke dalam bentuk pernyataan yang disebut komplain atau klaim. Komplain merupakan sanggahan atau sikap menentang/menyanggah yang dinyatakan sebagai reaksi atas ketidakpuasan terhadap suatu layanan jasa.

Menurut Toulmin “ *A complaint states your position on the issue you have chosen to write about* ”⁹, yang berarti komplain adalah sebuah pernyataan yang mewakili rasa ketidakpuasan. Sedangkan menurut Titsworth dan Soukup “ *The*

⁹ Toulmin, Definition of Complaint, www.yahoo.com, diunduh 23 Maret 2008

*complaint is the point of an argument*¹⁰. Ini berarti bahwa komplain adalah inti dari sebuah perdebatan yang merupakan sikap atau perkataan dibalik ketidaksetujuan terhadap suatu hal.

B.3 MANAJEMEN KOMPLAIN

Pengertian Manajemen Komplain

Manajemen Komplain merupakan sebuah ilmu manajemen yang mempelajari tentang metode-metode atau strategi-strategi dalam menangani dan mengelola keluhan konsumen untuk menciptakan kepuasan serta kesetiaan konsumen tersebut atas jasa yang telah digunakan. Evaluasi dapat dilakukan dengan analisis pola penggunaan jasa, besarnya keuntungan yang diperoleh, dan dari berbagai faktor lainnya sehingga terbentuk model ekonomi yang efisien dan sekaligus mengetahui apakah investasi yang dilakukan perusahaan selama ini telah berhasil atau tidak.

Menurut Fandy “Manajemen komplain adalah bentuk penanganan atau penataan, pengaturan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam menyelesaikan/mengatasi sanggahan atau reaksi ketidakpuasan atau ketidaksetujuan konsumen terhadap proses penggunaan sumber daya organisasi, pengkoordinasian kegiatan organisasi, dan terhadap kegiatan-kegiatan fungsi manajemen yang dilakukan tidak efisien dan efektif oleh perusahaan tersebut”.¹¹

Berbagai metode yang dipakai untuk mengatasi keluhan adalah untuk memberikan kepuasan yang optimal kepada konsumen, meningkatkan loyalitas konsumen terhadap jasa perusahaan, dan pada akhirnya memberikan

¹⁰ Tittsworth dan Soukup, Complaint Definition, www.yahoo.com, diunduh 23 Maret 2008

¹¹ Fandy Tjiptono, op.cit., hal 130

keuntungan kepada kedua belah pihak. Salah satu tantangan yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam manajemen komplain adalah bagaimana mengubah keluhan dan kritikan konsumen menjadi informasi yang berharga bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepuasan serta menciptakan loyalitas konsumen.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen komplain merupakan suatu cara atau strategi yang digunakan oleh pihak perusahaan dalam menangani keluhan konsumen, yaitu dengan memandang bahwa keluhan konsumen merupakan suatu kesempatan bagi pihak perusahaan untuk dapat mempertahankan konsumen tersebut melalui proses penanganan keluhan yang efektif dan dapat menjadikan informasi-informasi yang berasal dari keluhan konsumen tersebut sebagai suatu landasan dalam mengembangkan kegiatan usaha perusahaan selanjutnya.

Prinsip-prinsip Manajemen Komplain

Bagaimana sebuah perusahaan menyelesaikan akar permasalahan? Berikut ini adalah beberapa prinsip dalam manajemen komplain yang berhasil baik :¹²

- a. Saluran komunikasi dari lini depan kepada sistem informasi.

Saluran komunikasi dari lini depan ke sistem informasi sangat bernilai tinggi dalam mengatasi komplain. Sebagai contoh sederhana penggunaan saluran komunikasi yang sangat kreatif adalah penelusuran jejak yang digunakan oleh perusahaan jasa antar seperti *UPS* dan *Federal Express*. Di setiap daerah/lokasi perantara (transit), kode paket yang telah di *scanner* mengidentifikasi lokasi paket berada dan mengirimkan informasi tersebut

¹² Handi Irawan, 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, (Jakarta : Gramedia, 2002), hal 97

ke komputer pusat. Ini membuktikan bahwa *UPS* dan *Federal Express* mampu memberitahukan dengan tepat kepada pelanggan keberadaan paket tersebut setiap waktu, pelanggan tidak perlu khawatir akan kehilangan paket tersebut dan merasa terjamin dengan jasa pengantaran tersebut.

b. Pembelaan segera.

Pembelaan segera adalah prinsip penting lainnya dalam manajemen komplain. Pembelaan segera mewakili pelanggannya, bekerja untuk menghasilkan sebuah keputusan yang baik atau resolusi sukses dan tepat terhadap komplain.

c. Kemampuan untuk mengatur komplain.

Kemampuan untuk mengatur komplain atau menangani komplain sangat penting bagi suksesnya penyelesaian masalah pelanggan. Karena kecepatan penyelesaian atau resolusi suatu masalah sangat penting, maka kemampuan mengatur/menangani komplain biasanya diserahkan pada lini depan dan ditangani dengan baik oleh lini depan perusahaan.

d. Daya tanggap.

Daya tanggap berarti komplain akan diselesaikan/ditangani secara cepat. Jika komplain tidak dapat diselesaikan secepatnya maka setidaknya perusahaan mengkomunikasikan fakta ini kepada pelanggan dengan cepat dan menunjukkan dengan tepat tindakan apa yang tepat untuk resolusi masalahnya. Beberapa prinsip yang telah didiskusikan di atas sejauh ini berkaitan erat dengan cepat tanggap. Contohnya saluran komunikasi yang baik dan komputerisasi yang lebih cepat dalam menangani keluhan, dan lain-lain. Juga lini depan yang handal cenderung memiliki kemampuan untuk menyelesaikan masalahnya dengan cepat. Pada umumnya, dua hal yang

harus dilakukan oleh perusahaan untuk menjamin bahwa pelanggan berfikir perusahaan tersebut cepat tanggap, dengan mengesampingkan apakah masalah dapat diselesaikan dengan segera atau tidak, yaitu perusahaan harus (1) tanggapi dengan segera semua keluhan pelanggan, lebih baik melalui telepon, dan (2) beritahukan pelanggan akan apa yang dilakukan untuk menyelesaikan masalah dan berapa lama waktu yang akan digunakan.

e. Jangan merepotkan/menyusahkan lebih jauh pelanggan.

Ketika organisasi sudah membuat sebuah kesalahan, telah menjadi tanggung jawab organisasi itu sendiri untuk memperbaiki kesalahan tersebut.

Dimensi Manajemen Komplain

Menurut Fandy Manajemen komplain memiliki lima dimensi pokok. Kelima dimensi pokok tersebut adalah :¹³

a. *Commitment*

Diperlukan adanya sebuah komitmen untuk menciptakan suatu penanganan keluhan yang efektif dan efisien. Semua anggota organisasi, termasuk pihak manajemen, berkomitmen tinggi untuk mendengarkan dan menyelesaikan masalah komplain dalam rangka peningkatan kualitas produk dan jasa.

b. *Fairness*

Sebuah proses penanganan keluhan harus mengetahui dan memahami tentang keadilan dan kewajaran kebutuhan serta kepentingan dari kedua belah pihak, yaitu pihak perusahaan dan pihak konsumen.

¹³ Fandy Tjiptono, Strategi pemasaran Edisi II, (Yogyakarta : Andi, 2000), hal 173

c. *Visibility*

Sebuah proses penanganan keluhan sebaiknya dipublikasikan kepada para konsumen dan kepada para staf/karyawan perusahaan. Hal ini mencakup informasi mengenai cara dan hak dalam menyampaikan keluhan.

d. *Responsiveness*

Pada penanganan keluhan, kecepatan merupakan hal yang sangat penting dibutuhkan oleh para konsumen.

e. *Simple*

Adanya fasilitas dan kemudahan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan.

Penanganan Keluhan

Salah satu faktor yang paling mempengaruhi kepuasan dan persepsi pelanggan terhadap mutu pelayanan adalah bagaimana menangani keluhan pelanggan. Bila seorang pelanggan datang ke tempat anda dan mengadukan keluhan, jangan dipandang sebagai suatu masalah. Lihatlah hal itu sebagai suatu kesempatan emas. Pelanggan yang telah meluangkan waktu berharganya untuk menghubungi anda dengan keluhannya, juga memberikan informasi gratis mengenai cara-cara memperbaiki bisnis anda.

Mereka juga memberi tahu anda apa persisnya yang harus dilakukan untuk memuaskan mereka saat ini dan pada masa mendatang. Dengarkan keluhan mereka. Tanyakan lebih banyak informasi lagi. Pastikan apa sesungguhnya yang diinginkan pelanggan dan kemudian penuhi keinginan mereka. Kunci untuk memanejemeni keluhan pelanggan adalah staf yang sangat terlatih dan pemulihan secara aktif serta proses restitusi. Pemulihan dan restitusi

yang sesuai dengan keluhan pelanggan dan kepuasan setelah diajukan sangat penting bagi keberhasilan anda dan penjualan di masa mendatang.¹⁴

Dalam memamanajemeni keluhan pelanggan hal-hal yang perlu dilakukan adalah :¹⁵

a. Minta maaf

Beritahukan pelanggan bahwa anda menyesal atas ketidaknyamanan yang terjadi.

b. Pentingnya menyatakan kembali

Menyatakan kembali keluhan dengan menggunakan kata-kata sendiri menunjukkan bahwa anda benar-benar memahami keluhan dan anda serta pelanggan berada pada pemahaman yang sama.

c. Empati

Komunikasikan kepada pelanggan secara jelas bahwa anda memahami masalahnya dan menghargai apa yang dirasakannya.

d. Restitusi

Pada tahap ini, lakukan apa saja untuk memuaskan pelanggan. Berikan kepada pelanggan apa saja yang dibutuhkan, diinginkan, atau diharapkan dari anda untuk menyelesaikan keluhan tanpa harus merugikan anda.

e. Tindak lanjut

Cek bersama pelanggan sebelum mereka pergi untuk memastikan bahwa mereka puas. Kemudian, dalam waktu satu minggu teleponlah mereka dan tulis surat untuk memastikan bahwa mereka tetap puas. Anda juga bias menyertakan kupon diskon dalam surat itu. Pastikan anda terus-menerus berhubungan dengan pelanggan tersebut.

¹⁴ Richard Gerson, Mengukur Kepuasan Pelanggan, Cetakan II (Jakarta : PPM, 2002), hal 99

¹⁵ John Keegan, Manajemen Pemasaran Global Jilid II, Cetakan Keenam (Prenticehall, 2003), hal 395-396

Pentingnya Penanganan Keluhan

Siswanto menyebutkan bahwa terdapat beberapa alasan mengapa seseorang tidak lagi membeli atau mengkonsumsi suatu jasa, yaitu :¹⁶

- 1% meninggal dunia
- 3% pindah tempat
- 5% minat berubah
- 9% pindah berlangganan pada perusahaan saingan
- 15% tidak puas pada produk yang dibeli
- 68% tidak puas terhadap layanan pimpinan dan karyawan perusahaan, termasuk cara mereka menangani tuntutan (*claim*) jaminan karena diperlakukan kasar, kurang diperhatikan atau diacuhkan.

Melihat pernyataan di atas, dapat dijelaskan bahwa kebanyakan konsumen yang berpaling dari suatu produk jasa atau penggunaan jasa adalah para konsumen yang tidak puas atau kecewa atas jasa tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa penanganan keluhan yang baik sangatlah mutlak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan khususnya yang bergerak di bidang jasa sebagai suatu upaya mempertahankan para pelanggan dan yang paling penting adalah untuk tetap mempertahankan profit perusahaan.

Tipe-tipe Pelanggan yang Mengajukan Komplain

Dalam kaitannya dengan komplain, Anastasia mengidentifikasi tipe-tipe pelanggan yang biasa mengajukan komplain, yaitu :¹⁷

¹⁶ Siswanto Sutojo, Meningkatkan Jumlah dan Mutu Pelanggan (Jakarta : Elex Media Komputindo, 2003) hal 56-57

¹⁷ Anastasia Diana, Prinsip dan Dinamika Pemasaran (Yogyakarta : J&J Learning, 2000), hal 170-171

- *Active complainers*, yakni mereka yang memahami haknya, asertif, percaya diri, dan tahu persis cara menyampaikan komplain. Bila ekspektasi mereka akan pelayanan dan nilai tidak terpenuhi, mereka akan menyampaikan komplainnya ke perusahaan bersangkutan. Tipe pelanggan semacam ini sangat berharga bagi perusahaan, karena mereka cenderung langsung menginformasikan dan mencari solusi atas setiap komplain yang mereka alami. Dengan demikian, perusahaan masih berpeluang melakukan perbaikan dan memuaskan mereka.
- *Inactive complainers*, yakni mereka yang lebih suka menyampaikan keluhan kepada orang lain (teman, keluarga, tetangga, rekan kerja) daripada langsung kepada perusahaan bersangkutan. Mereka cenderung langsung berganti pemasok dan tidak pernah kembali lagi ke perusahaan yang mengecewakan mereka. Dengan demikian, peluang perbaikan bagi perusahaan praktis tidak ada.
- *Hyperactive complainers*, yaitu mereka yang selalu komplain terhadap siapapun untuk masalah apapun. Tipe ini biasa disebut pula *chronic complainers* yang kadangkala berlaku kasar dan agresif. Mereka ini hampir tidak mungkin dipuaskan karena tujuan komplainnya lebih dilatarbelakangi keinginan untuk mencari “untung”.

Harapan Konsumen atas Penanganan Keluhan

Dalam melakukan atau menyampaikan keluhan, konsumen mempunyai harapan-harapan atas keluhan yang telah mereka utarakan tersebut. Secara spesifik konsumen mengharapkan suatu keadilan, kejujuran dan kewajaran dari

pihak perusahaan dalam menangani setiap keluhan atas ketidakpuasan para konsumen tersebut.

Steve Brown dan Steve Tax dikutip oleh Anastasia menjelaskan bahwa terdapat tiga jenis keadilan yang diharapkan oleh para konsumen pada saat perusahaan menangani keluhan mereka, yaitu *outcome fairness*, *procedural fairness*, dan *interactional fairness*.¹⁸

- *Outcome fairness*

Konsumen mengharapkan suatu *outcome* atau kebijaksanaan atau kompensasi yang sesuai dengan tingkat kekecewaan mereka. Kompensasi ini dapat berbentuk penggantian atau pengembalian biaya yang telah dikeluarkan oleh pihak konsumen, memberikan pelayanan secara cuma-cuma, permintaan maaf dan penggantian dengan pelayanan yang lain. Konsumen akan sangat menghargai apabila perusahaan membuat beberapa pilihan untuk dipilih oleh konsumen dalam kompensasi tersebut.

- *Procedural Fairness*

Selain harapan atas kompensasi yang setimpal, konsumen juga mengharapkan suatu kebijaksanaan dan peraturan perusahaan serta proses penanganan keluhan yang tidak menyita waktu mereka terlalu lama. Konsumen sangat mengharapkan akses yang paling mudah dalam proses penyampaian keluhan mereka tersebut dan konsumen juga sangat mengharapkan rasa kekecewaan mereka tersebut dapat segera diselesaikan, terutama oleh orang pertama dan dalam perusahaan yang mereka hubungi.

¹⁸ Anastasia Diana, op.cit., hal 170-171

Prosedur perusahaan dalam penanganan keluhan dapat dikatakan *fair* apabila mempunyai karakteristik jelas, cepat dan memberikan rasa kenyamanan bagi konsumen yang menyampaikan keluhannya.

- *Interactional Fairness*

Di samping harapan-harapan konsumen di atas, konsumen juga sangat mengharapkan untuk diperlakukan secara sopan, ramah dan jujur. Bentuk keadilan ini sangat mendominasi sikap dan perasaan konsumen terhadap hasil (*outcome*) dan proses (*procedure*) dalam penanganan keluhan oleh perusahaan.

Jadi ketiga bentuk keadilan di atas merupakan suatu hubungan yang erat antara yang satu dengan yang lainnya. Apabila pihak perusahaan lalai dan tidak memperhatikan harapan konsumen akan keadilan pada saat mereka menyampaikan keluhan-keluhan mereka secara menyeluruh, maka akan sulit untuk menciptakan suatu kepuasan konsumen atas penanganan keluhannya.

B.4 PENYELESAIAN KOMPLAIN

Apabila komplain tidak dapat diselesaikan secara langsung antara pelanggan dengan produsen, maka harus dijabatani oleh pihak ketiga. Pihak ketiga dalam menyelesaikan komplain tersebut dapat dilakukan dengan cara :¹⁹

1. Konsiliasi :

Pihak ketiga (dalam hal ini sebagai penengah untuk melakukan konsiliasi) mempertemukan antara pelanggan dan produsen, dan memberikan tuntunan penelusuran masalah serta sebab dan akibatnya sehingga solusi yang diperoleh dapat memberikan kepuasan pada kedua belah pihak.

¹⁹ <http://www.customerexpressions.com/CEX/CEXWeb.nsf>, diunduh 5 Juli 2008

2. Mediasi :

Pihak ketiga (dalam hal ini sebagai penengah untuk melakukan mediasi) harus secara aktif terlibat dalam proses negosiasi antara kedua belah pihak. Dengan ini, pihak penengah dapat mengajukan sebuah solusi, namun tidak dalam posisi memberikan/menuntut keharusan kepada pihak pelanggan dan produsen untuk menjalankan segala kewajiban yang muncul dari solusi tersebut.

3. Arbitrasi :

Pihak ketiga, baik secara individual maupun institusi harus mendengarkan seluruh fakta-fakta atas permasalahan dan keputusan yang diambil yang ditemui pada kedua belah pihak (definisi proses arbitrasi). Biasanya masing-masing pihak menyetujui adanya pertimbangan untuk pengambilan keputusan, tetapi dalam beberapa sistem, hanya bidang bisnis yang setuju untuk melakukan proses arbitrasi yang diajukan pihak ketiga.

Pihak penengah sangat menguntungkan bagi bisnis dalam beberapa hal yaitu: membantu penelusuran, sudut pandang yang adil atas komplain yang ada dan sudut pandang terhadap pengaruh finansial atas permasalahan dan solusi yang akan di pilih tanpa adanya campur tangan aktivitas hukum atau peraturan pemerintah yang ada. Faktanya, pemerintah sendiri menyarankan untuk menggunakan mekanisme pihak ketiga ini ketika komplain tidak dapat diselesaikan antara kedua belah pihak secara langsung. Intinya, Setiap pihak dari sistem pihak ketiga ini lebih menekankan untuk lebih bertanggungjawab kepada permasalahan nasabah. Dengan meyerahkan komplain/dispute kepada pengambil keputusan yang netral, sebuah bisnis dapat memberikan kepastian dalam pencarian solusi bagi komplain nasabah.

B.5 KEPUASAN PELANGGAN

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Konsumen bergerak membentuk persepsi terhadap nilai penawaran jasa. Kepuasan pelanggan tergantung dari kinerja produsen penjual barang atau jasa tersebut dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Richard kepuasan pelanggan adalah bila suatu produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, biasanya pelanggan merasa puas.²⁰

Pengertian kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan yang tidak cocok dilipat gandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk dalam konsumen tentang pengalaman pengkonsumsian.²¹

Sedangkan menurut pakar pemasaran Kotler “*A person's feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing a product's received performance (outcome) in relations to the person's expectation*” bahwa perasaan senang atau kecewa seorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya.²²

Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada beberapa metode yang dapat digunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya. Kotler mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :²³

²⁰ Richard Gerson, Mengukur Kepuasan Pelanggan, Cetakan II (Jakarta : PPM, 2002), hal 5

²¹ Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson, Perilaku Konsumen dan Strategi pemasaran Jilid 2, Edisi Keempat (Jakarta : Erlangga, 1996), hal 158

²² Philip Kotler, Dasar-dasar Pemasaran Jilid II, Edisi Bahasa Indonesia (Jakarta : Prenhallindo, 1997), hal 40

²³ Philip Kotler, op.cit., hal 189

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang biasa digunakan meliputi kotak saran yang disediakan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus, dan lain-lain.

b. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

c. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (ghost Shopper) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu ghost shopper tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu juga para ghost shopper juga dapat mengamati atau menilai cara perusahaan dan pesaingnya menjawab pelanggan dan menangani setiap keluhan.

d. Lost Customer Analysis

Dalam metode ini, perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah memperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

Dimensi Kepuasan Pelanggan

Terdapat tiga dimensi pokok dalam membangun kepuasan pelanggan. Ketiga dimensi pokok tersebut adalah :²⁴

1. Nilai

Perkiraan konsumen tentang kemampuan total suatu produk untuk memenuhi kebutuhannya.

2. Mutu

Keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

3. Pelayanan

Aktivitas atau manfaat apapun yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

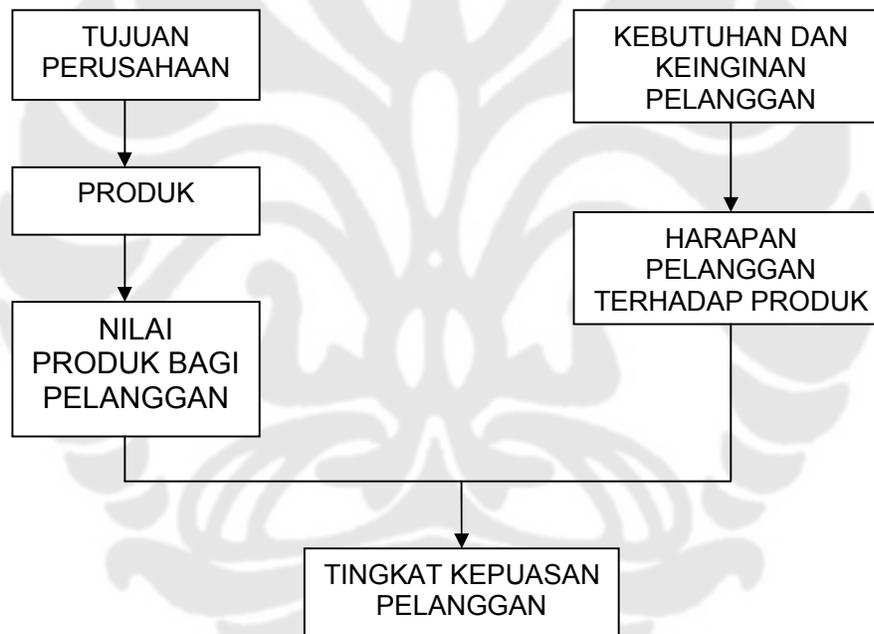
Konsep Kepuasan Pelanggan

Menurut Freddy, persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci

²⁴ Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2002), hal 24

utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing. Perusahaan perlu mengidentifikasi pelanggannya, baik pelanggan bisnis maupun konsumen akhir. Sementara itu, kepuasan pelanggan tercapai bila kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi.²⁵ Konsep kepuasan pelanggan tersebut dapat digambarkan dalam gambar berikut ini :

Gambar 2.1
Konsep Kepuasan Pelanggan



Sumber : Freddy Rangkuti, Measuring Customer Satisfaction, hal 24

²⁵ Freddy Rangkuti, op.cit., hal 24

C. METODE PENELITIAN

C.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, karena dalam penelitian ini teori memegang peranan penting. Menurut Neuman, seperti dikutip oleh Prasetyo dan Jannah penelitian kuantitatif menggunakan proses berpikir deduktif, peranan kerangka teori adalah sebagai dasar untuk mengajukan pertanyaan sementara (hipotesis) atas pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan.²⁶

C.2 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif yaitu terbatas pada pengumpulan dan penyusunan data. Data yang telah diperoleh dari penelitian akan disusun dan dijelaskan secara detail. Tujuan penelitian deskriptif untuk menggambarkan sesuatu apa yang diperhatikan dan dilaporkan.

C.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di PT. Artajasa Pembayaran Elektronis dengan alasan bahwa PT. Artajasa Pembayaran Elektronis adalah penyelenggara ATM Bersama dan mempunyai manajemen komplain untuk menangani masalah seluruh anggota ATM Bersama. Berdasarkan waktu pelaksanaannya, penelitian ini merupakan penelitian *Cross Sectional*, yaitu penelitian yang dilakukan pada suatu waktu tertentu.

²⁶ Bambang Prastyo dan Lina Miftahul Jannah, Metodologi Penelitian Kuantitatif, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada,2005), hal 42

C.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan dua cara, yaitu :

1. Studi Kepustakaan

Peneliti melakukan studi kepustakaan dengan membaca buku-buku, majalah, *company profile*, laporan bulanan, standar prosedur pengoperasian ATM Bersama, dan literatur kepustakaan lainnya.

2. Studi Lapangan

Peneliti melakukan teknik pengumpulan data dengan cara :

- a. Menyebarkan kuisisioner kepada 62 responden yang berisi pertanyaan mengenai kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama atas pelaksanaan manajemen komplain ATM Bersama yang dikelola oleh PT. Artajasa Pembayaran Elektronik.
- b. Melalui wawancara untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan penelitian dari informan antara lain para pejabat bank yang berwenang dan petugas bagian operasional yang menangani komplain ATM Bersama.

C.5 Populasi dan Sampel

Populasi

Pengertian dari populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.²⁷

²⁷ Soegiyono, Metodologi Penelitian Bisnis, (Bandung : CV. Alfabeta, 2001), hal. 72

Populasi dalam penelitian ini adalah Bank-bank yang telah tergabung menjadi anggota ATM Bersama yang dikelola oleh PT. Artajasa Pembayaran Elektronik dan sudah operasional. Jumlah populasi tersebut adalah 62 bank.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah Bank-Bank Anggota ATM Bersama, sedangkan unit observasi dalam penelitian ini adalah para petugas bank anggota yang kesehariannya menjalankan masalah komplain ATM Bersama.

Sampel

Pengertian dari sampel adalah bagian dari populasi dimana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan ciri-ciri serta sifat yang dikehendaki dari populasi.²⁸

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *total sampling*, yaitu seluruh individu dalam populasi menjadi anggota sampel. Jumlah responden berjumlah 62 orang yaitu para petugas bank-bank anggota yang menjalankan komplain dari nasabah.

Mengenai pertimbangan jumlah sampel yang diambil, penulis menggunakan pendapat Arikunto, yaitu untuk populasi yang jumlahnya kurang dari 100 (seratus) dapat diambil semua tanpa penarikan sampel sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, namun jika jumlahnya besar dapat diambil antara 20% sampai 25%.²⁹

²⁸ J. Supranto, Statistik Teori dan Aplikasi, Jilid I Edisi Keenam, (Jakarta : Erlangga, 2000), hal 22

²⁹ Arikunto Suhasimi, Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik, (Jakarta : Rineka Cipta, 1996), hal 120

C.6 Tehnik Analisis Data

Kuisisioner penelitian ini terdiri dari dua bagian pertanyaan yang terdiri dari pertanyaan yang menyangkut karakteristik responden dan pertanyaan untuk mengukur kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama atas pelaksanaan manajemen komplain PT. Artajasa Pembayaran Elektronis. Pertanyaan yang diberikan menyangkut lima dimensi manajemen komplain.

Untuk mempermudah responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner dan untuk mempermudah analisis, maka penulis menggunakan skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial³⁰, dengan rentang nilai antara 1 sampai dengan 4 (skor 1 s.d 4), yaitu :

- | | | |
|------------------------|------|---|
| 1. Sangat Tidak Setuju | skor | 1 |
| 2. Tidak Setuju | skor | 2 |
| 3. Setuju | skor | 3 |
| 4. Sangat Setuju | skor | 4 |

Skala Likert merupakan suatu format yang menyajikan bahwa untuk setiap jawaban atas pertanyaan yang diajukan akan diberikan suatu variasi nilai tertentu. Variasi nilai ini dibagi ke dalam 2 arah yang saling berlawanan dan skala jawaban yang paling rendah menyatakan jawaban yang bersifat negatif, sedangkan skala yang paling tinggi menyatakan jawaban yang bersifat positif.

³⁰ Singgih Santoso, Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS Versi 11.5, (Jakarta : Elex Media Komputindo, 2003), hal 4

Skala pengukuran penelitian ini adalah skala ordinal. Pada data ordinal, ada data dengan urutan tinggi dan urutan lebih rendah.³¹

Setelah data terkumpul, selanjutnya dilakukan kegiatan pengolahan dan analisis data agar diperoleh jawaban terhadap permasalahan bagaimana kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama atas pelaksanaan manajemen komplain PT. Artajasa Pembayaran Elektronik yang didasarkan pada indikator-indikator yang ada. Analisis data menggunakan distribusi frekwensi dengan tabel-tabel kerja sesuai dengan indikator-indikator pertanyaan dan item-itemnya masing-masing.³² Distribusi frekwensi mengindikasikan jumlah dan persentasi responden, obyek yang masuk ke dalam kategori yang ada.

Pada penelitian ini penulis menggunakan analisis univariat, yaitu analisis terhadap 1 (satu) variabel.³³ Pengkategorian kepuasan responden dibentuk berdasarkan nilai indeks tertinggi dan nilai indeks terendah dari jawaban responden. Nilai indeks didapatkan dari hasil perkalian bobot nilai jawaban tertinggi dan terendah dengan banyaknya indikator yang digunakan. Pada kedua nilai indeks tersebut, penulis membentuk 4 (empat kategori kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama berdasarkan rentang skala yang ada.³⁴ Rentang skala didapatkan dengan rumus sebagai berikut :³⁵

$$\text{Rentang Skala} = \frac{m - n}{b}$$

³¹ Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono, Riset Pemasaran : Konsep dan Aplikasi dengan SPSS, (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2002), hal 85

³² Drs. Mardalis, Metode Penelitian, (Jakarta : Bumi Aksara, 2003), hal 70

³³ Bambang Prastyo dan Lina Miftahul Jannah, *op.cit.*, hal 182

³⁴ Husein Umar, Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal 179

³⁵ Bilson Simamora, Panduan Riset Perilaku Konsumen, (Jakarta, 2004), hal 130

Keterangan : m = nilai indeks tertinggi

n = nilai indeks terendah

b = banyak kelas

Untuk melihat kecenderungan pada nilai tertentu, penulis menggunakan ukuran pemusatan modus yaitu nilai yang paling sering muncul dari serangkaian data.³⁶

C.7 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep merupakan jembatan deduksi terpenting yang menghubungkan antara rangkaian penjelasan teoritis dengan instrumennya. Operasionalisasi konsep dibuat dengan tujuan untuk membatasi permasalahan yang ada.

³⁶ Sri Mulyono, Statistika Untuk Ekonomi dan Bisnis, (Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2006), Edisi Ketiga, hal 33

Tabel 2.1

Operasionalisasi Konsep

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Manajemen Komplain	Pelaksanaan Manajemen Komplain	<i>Commitment</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Manajemen perusahaan berkomitmen untuk mendengarkan komplain yang ada • Manajemen perusahaan berkomitmen untuk menyelesaikan komplain yang ada • Customer Care Group berkomitmen untuk mendengarkan komplain yang ada • Customer Care Group berkomitmen untuk menyelesaikan komplain yang ada 	Ordinal
		<i>Fairness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Setiap komplain mendapatkan perlakuan sama/adil tanpa membeda-bedakan pelanggan 	Ordinal
		<i>Visibility</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mekanisme pengajuan komplain dipublikasikan kepada pelanggan • Mekanisme pengajuan komplain jelas bagi pelanggan • Karyawan yang menangani komplain mengerti mekanisme pengajuan komplain • Ada kejelasan kepada siapa pengajuan komplain ditujukan 	Ordinal
		<i>Simple</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya fasilitas untuk mengajukan komplain • Adanya kemudahan dalam pengajuan komplain • Aturan pengajuan komplain tidak berbelit-belit 	Ordinal
		<i>Responsiveness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kecepatan dalam menangani komplain • Ketepatan dalam menangani komplain 	Ordinal

BAB III

GAMBARAN UMUM PT. ARTAJASA PEMBAYARAN ELEKTRONIS

A. SEJARAH SINGKAT PT. ARTAJASA PEMBAYARAN ELEKTRONIS

Keberadaan Artajasa diawali ketika Lintasarta, induk perusahaannya, mulai menyediakan jasa pelaporan bank secara elektronik pada tahun 1988. Langkah ini telah membawa perusahaan meraih sukses di tahun 1990 sebagai pengembang ATM Bersama yang merupakan *shared ATM network* pertama di Indonesia. Keberhasilan ini diikuti dengan pengembangan Pusat Informasi Pasar Uang (PIPU) Bank Indonesia pada tahun 1993 dan penyedia system pembayaran *online* bagi perusahaan penyedia jasa telekomunikasi pada tahun 1997. Langkah sukses selanjutnya adalah mengembangkan *LINK, shared ATM network* untuk Himpunan Bank Negara (HIMBARA).

Beragam keberhasilan tersebut telah mendorong Lintasarta untuk lebih focus dengan mendirikan PT. Artajasa Pembayaran Elektronik (Artajasa) pada tanggal 10 Februari 2000. Selanjutnya pada tahun 2002, Artajasa melakukan terobosan dengan menjadi Penyelenggara Jasa Kliring untuk Transaksi Ritel di Indonesia. Pada tahun 2004, Artajasa kembali menjadi perusahaan pertama di Indonesia yang mengembangkan system yang memungkinkan dilakukannya transfer beda bank lewat ATM secara *real time-online*.

Artajasa dengan dukungan system, infrastruktur dan sumber daya manusia profesional selalu berupaya untuk meningkatkan kepercayaan pasar dengan terus mengembangkan produk dan layanan terdepan yang memberi

kemudahan kepada para *business partner*, demikian Artajasa menyebut para klien dan para pelanggannya.

B. VISI DAN MISI PT. ARTAJASA PEMBAYARAN ELEKTRONIS

Visi PT. Artajasa Pembayaran Elektronik adalah menjadi penyedia layanan transaksi elektronik terdepan.

Misi PT. Artajasa Pembayaran Elektronik adalah menyediakan layanan transaksi elektronik yang terpadu dan efisien.

C. STRUKTUR ORGANISASI PT. ARTAJASA PEMBAYARAN ELEKTRONIS

Agar memudahkan dalam menjalankan aktivitasnya, PT. Artajasa Pembayaran Elektronik dibagi menjadi beberapa departemen yang memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing. Struktur organisasi pada PT. Artajasa Pembayaran Elektronik secara singkat dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Business Management Departement

Terdiri atas 2 Group yaitu :

- a. Sales Group*
- b. Business Strategy Group*

Dengan uraian tugas antara lain :

- ❖ Mengarahkan kegiatan pengumpulan data-data prospek dan historis kinerja perusahaan, mempersiapkan dan mengusulkan rencana kerja anggaran pendapatan perusahaan dan anggaran biaya departemen ; mempersiapkan dan mengusulkan rencana jangka panjang perusahaan; menganalisis trend teknologi maupun regulasi,

mengarahkan pelaksanaan riset pasar dan teknologi, dalam rangka memastikan kesesuaian rencana dengan sasaran perusahaan

2. *E-Channel Departement*

Terdiri atas 2 Group yaitu :

a. *Technical Group*

b. *Operation Group*

Dengan uraian tugas antara lain :

- ❖ Mengarahkan dan mengelola kegiatan perencanaan produk dan bisnis E-Channel; termasuk namun tidak terbatas pada kegiatan investigasi pasar, evaluasi terhadap produk/layanan eksisting, pembuatan studi kelayakan, skema bisnis yang akan dijalankan, perencanaan kemitraan bisnis, penetapan target maupun penjadwalan kegiatan bisnis E-Channel dalam rangka memastikan ketersediaan rencana bisnis sebagai acuan kegiatan operasional E-Channel

3. *Information Technology Departement*

Terdiri atas 2 Group yaitu :

a. *Product Development Group*

b. *Sysfo Group*

Dengan uraian tugas antara lain :

- ❖ Menyetujui SKPL (Spesifikasi Kebutuhan Perangkat Lunak), *prototype* produk, penjadwalan, pembahasan teknis, pembuatan konsep/solusi teknis dalam rangka mendukung penjualan produk
- ❖ Merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, dan mengendalikan kegiatan pengembangan system, uji coba dan pemeriksaan kualitas

teknis, Mereview dokumentasi dan menyetujui implementasi produk baru (baik untuk eksternal maupun untuk pemenuhan kebutuhan internal) dalam rangka pemenuhan target perusahaan

- ❖ Merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan dan mengendalikan kegiatan *maintenance/perbaikan/enhancement*, uji coba; Mereview dokumentasi & menyetujui implementasi aplikasi yang dikembangkan oleh Dept IT sendiri maupun pihak lain tapi diserahkan oleh ITD dalam rangka peningkatan kualitas produk
- ❖ Memutuskan dan mengimplementasikan design infrastruktur internal dalam rangka mendukung sistem operasional perusahaan
- ❖ Mengendalikan pelaksanaan uji coba, menganalisis hasil, membuat laporan dan merekomendasikan suatu produk dalam rangka mendukung pengambilan keputusan

4. *Operation and Services Departement*

Terdiri atas 3 Group Head dengan uraian tugas antara lain :

a. *Operation Group Head*

- ❖ Pemeliharaan Produk dan Peningkatan Perangkat Produksi
Merencanakan dan mengendalikan kegiatan pemeliharaan, perbaikan, peningkatan, uji coba dan update data operasional terhadap perangkat produksi dalam rangka memastikan ketersediaan kapasitas dan kualitas perangkat produksi
- ❖ Penyediaan Infrastruktur Operasional - Alat Produksi Operasional
Merencanakan dan mengendalikan design infrastruktur produk dalam rangka mendukung proses operasional produk / jasa.

❖ Operasional Jasa - Operasional Sistem dan Peralatan

Mengarahkan dan mengkoordinir pelaksanaan operasional sistem harian, analisis dan penyesuaian kapasitas perangkat produksi, pemeliharaan data dan perangkat dalam rangka memastikan kelancaran produksi perusahaan

b. *Customer Engineer Group Head*

❖ Penjualan - *Technical Advisory*

Mengarahkan dan mengendalikan kegiatan penyediaan informasi-informasi teknis dan batasan-batasan operasional produk (meliputi kegiatan sertifikasi, aktivasi, dan operasional) untuk produk layanan yang telah dan akan beroperasi dalam rangka mendukung penjualan pengembangan produk yang telah dan akan beroperasi (*extended opportunity*)

❖ Penjualan - *Support Post Sales* (Pengelolaan Proyek)

Mengarahkan dan mengendalikan proses sertifikasi produk serta evaluasi akan kualitasnya, mengarahkan persiapan sarana, aplikasi, komunikasi dan prasarana serta uji coba operasional, mengarahkan permintaan jaringan dan proses rekonsiliasi jaringan kepada GA serta menerbitkan dokumen operasional dalam rangka memastikan kesiapan operasional proyek.

c. *Customer Care Group Head*

❖ Hubungan Pelanggan

Mengarahkan dan mengendalikan kegiatan pemantauan atas kualitas sistem pelanggan, pelaksanaan SPP Produk / Jasa dan

pemberian sanksi terhadap pelanggaran yang terjadi dalam rangka memastikan terhindarnya perusahaan dari resiko kerugian

❖ Hubungan Pelanggan - *Customer Service*

Mengarahkan dan mengendalikan penanganan gangguan *first level support* oleh operator maupun *second level support* yang memerlukan koordinasi beberapa unit kerja dan investigasi ke pelanggan, serta mengarahkan proses *up-date* data operasional dalam rangka memastikan rendahnya *downtime* serta meningkatkan kepuasan pelanggan

❖ Pembuatan Kontrak dan SPP (Sistem Prosedur Pengoperasian)

Mengkoordinasikan dengan Department terkait dalam memberikan masukan dalam penyusunan Kontrak dan SPP Produk / jasa dalam rangka memastikan kesesuaian Kontrak dan SPP dengan kegiatan operasional

❖ Informasi Data Transaksi

Mengarahkan kegiatan penyediaan data transaksi dalam rangka keperluan data tagihan, perkiraan pencapaian pendapatan, rekonsiliasi pelanggan dan laporan transaksi harian kepada pelanggan

❖ Analisis Kinerja Jasa

Mengarahkan, mengkoordinir dan mengendalikan pelaksanaan pengolahan, analisis dan kinerja produk/jasa, menerbitkan laporan dan usulan perbaikan kepada departemen terkait dan pelanggan dalam rangka mendukung adanya perbaikan kualitas produk / jasa

5. *Human Resources and General Affair Departement*

Terdiri atas 2 Group yaitu :

- a. *Human Resources Development Group*
- b. *General Affair Group*

Dengan uraian tugas antara lain :

- ❖ Mengimplementasikan kebutuhan tenaga Sumber daya manusia, mengatur alokasi tugas sumber daya manusia, bekerja sama dengan departemen terkait dalam melaksanakan proses seleksi kandidat, mengidentifikasi dan memutuskan kebutuhan pelatihan/ pengembangan, mengusulkan rotasi/mutasi/promosi/terminasi, menilai kinerja pegawai dan mengusulkan kenaikan gaji pegawai. Dalam rangka menunjang produktifitas, kualitas sumber daya manusia dan pengembangan karir

6. *Finance and Accounting Departement*

Terdiri atas 2 Group yaitu :

- a. *Finance Group*
- b. *Accounting Group*

Dengan uraian tugas antara lain :

- ❖ Mempersiapkan dan mengusulkan rencana kerja anggaran tahunan departemen serta rencana jangka panjang departemen dalam rangka memastikan kesesuaian rencana dengan sasaran perusahaan
- ❖ Mengelola anggaran keseluruhan perusahaan, cashflow dan realisasi anggaran biaya perusahaan dalam rangka memastikan tersedianya dana dan adanya pengendalian internal

- ❖ Melakukan pencatatan dan mem-validasi dokumen pembayaran, menyediakan laporan keuangan secara periodik (bulanan, triwulan, semester dan tahunan) dan merekomendasikan kebijakan-kebijakan akuntansi dalam rangka mendukung pengambilan keputusan
- ❖ Mengelola kegiatan penyusunan laporan, pembayaran dan pemeriksaan pajak secara berkala dalam rangka kepatuhan terhadap peraturan perpajakan

D. PRODUK DAN LAYANAN PT. ARTAJASA PEMBAYARAN ELEKTRONIS³²

D.1. ATM BERSAMA

Artajasa adalah institusi pertama yang menyediakan layanan ATM (*Automated Teller Machine*) dengan konsep “bersama” sebagai solusi bagi bank dalam mengembangkan jaringan ATM dengan biaya investasi dan operasional yang lebih efisien. Selain itu, sistem ini dapat menjadi salah satu sumber *fee-based income* bagi bank pemilik terminal ATM.

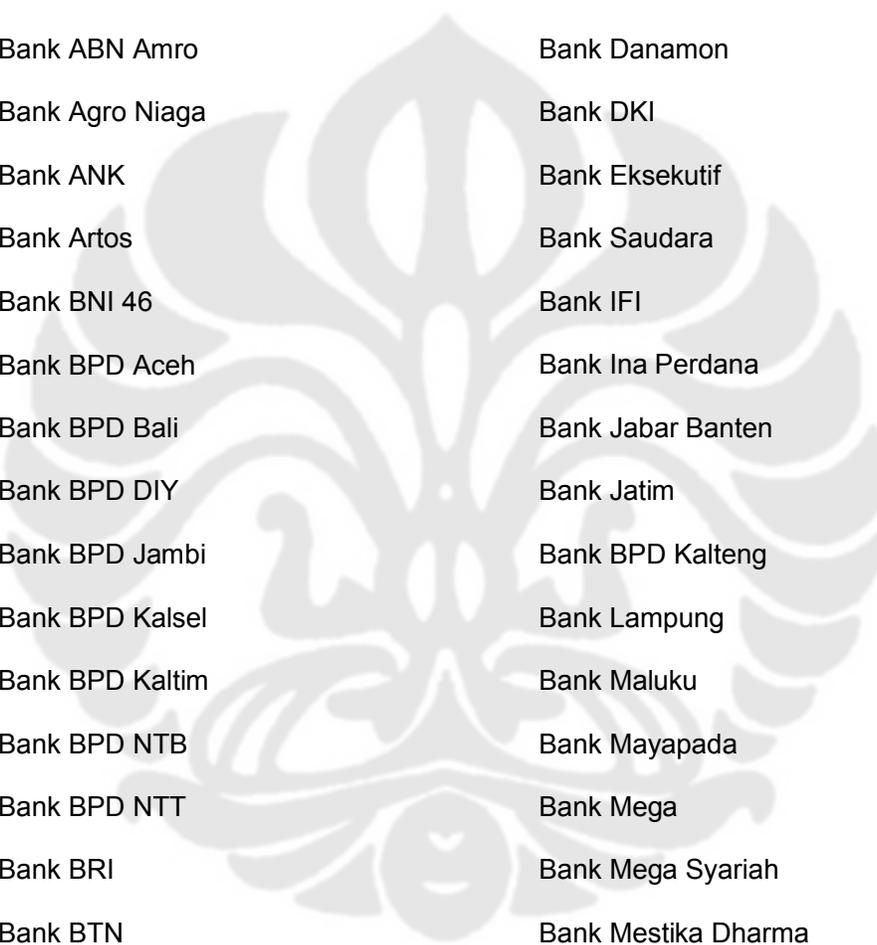
Artajasa juga terus mengembangkan fitur-fitur yang tersedia dalam ATM Bersama. Di tahun 2004 Artajasa telah meluncurkan layanan *Interbank Fund Transfer* (Transfer Beda Bank) untuk melengkapi fitur *Cash Withdrawal* (Tarik Tunai), *Balance Inquiry* (Cek Saldo), dan *Change PIN* (Ganti PIN) yang sudah ada. Fitur ini memungkinkan nasabah melakukan transfer ke rekening lain melalui terminal ATM Bersama secara *real time- online*. Bahkan transfer dapat dilakukan secara *three partied* dimana kartu Bank A digunakan di terminal Bank B untuk mentransfer dana ke Bank C.

Keberadaan ATM Bersama bagi para nasabah dapat dilihat sebagai upaya bank untuk memanjakan nasabahnya karena mereka dapat menikmati

³² Company Profile PT. Artajasa Pembayaran Elektronik 2008

beragam kemudahan bertransaksi lewat ATM dengan memanfaatkan 13.000 terminal ATM milik bank anggota ATM Bersama yang tersebar di seluruh tanah air. Diharapkan upaya ini akan meningkatkan loyalitas pelanggan kepada bank.

Bank-Bank yang saat ini tergabung sebagai Anggota ATM Bersama adalah :



Bank ABN Amro	Bank Danamon
Bank Agro Niaga	Bank DKI
Bank ANK	Bank Eksekutif
Bank Artos	Bank Saudara
Bank BNI 46	Bank IFI
Bank BPD Aceh	Bank Ina Perdana
Bank BPD Bali	Bank Jabar Banten
Bank BPD DIY	Bank Jatim
Bank BPD Jambi	Bank BPD Kalteng
Bank BPD Kalsel	Bank Lampung
Bank BPD Kaltim	Bank Maluku
Bank BPD NTB	Bank Mayapada
Bank BPD NTT	Bank Mega
Bank BRI	Bank Mega Syariah
Bank BTN	Bank Mestika Dharma
Bank BTPN	Bank Muamalat
Bank UOB Buana	Bank Nagari
Bank Bukopin	Bank Niaga
Bank Bumiputera	Bank NISP
Bank Commonwealth	Bank BNP

Bank Panin	Bank BPD Sultra
Bank Papua	Bank BPD Jateng
Bank Permata	Bank HSBC
Bank Riau	Bank Capital
Bank Sulsel	Bank Mandiri
Bank Sulut	Bank Kesawan
Bank Sumut	Bank BKE
Bank Swadesi	Bank Lippo
Bank Syariah Mandiri	Bank BPD Jambi
Standard Chartered Bank	Bank BPD Sumsel
Bank BPD Kalbar	Bank BPD Bengkulu
Bank BPD Sulteng	Bank BII

D.2. ONLINE PAYMENT

Solusi *online payment* yang ditawarkan Artajasa bagi industri penerbit tagihan (*billing provider*) seperti jasa telekomunikasi, seluler, listrik, ataupun penerbit kartu kredit, yang memungkinkan para pelanggannya untuk melakukan pembayaran tagihan/pembelian secara mudah dan efisien.

Dengan layanan *online payment* yang disediakan Artajasa, *billing provider* dapat memperluas cakupan layanan, meningkatkan efisiensi operasional penagihan dan memudahkan pengelolaan data serta dana pembayaran.

Sistem *online payment* yang dikembangkan Artajasa telah memiliki jaringan dengan puluhan institusi bank dan non-bank yang berfungsi sebagai pengumpul pembayaran tagihan (*collecting agent*).

Kerjasama dengan berbagai *collecting agent* tersebut mencakup penggunaan beragam *delivery channel* yang dimiliki seperti *teller*, ATM dan *handphone*.

D.3. ASP (APPLICATION SERVICE PROVIDER)

Artajasa sebagai perusahaan yang bergerak di bidang teknologi transaksi elektronik, di dukung oleh personil-personil yang berkompeten dalam pengembangan dan pengintegrasian teknologi informasi dengan memanfaatkan system aplikasi berbasis jaringan komunikasi data.

Sistem Pelaporan Perbankan (*Banking Reporting System*) dan Pusat Informasi Pasar Uang (PIPU) merupakan salah satu layanan Artajasa untuk Bank Indonesia yang menghubungkan dengan semua kantor-kantor bank di Indonesia.

Salah satu bentuk dukungan Artajasa kepada komunitas *business partner* (Bank & Non Bank) adalah dengan mengembangkan aplikasi antar muka (*interfacing*) yang menghubungkan sistem *internal business partner* dengan system Artajasa, sehingga komunikasi data antar pelanggan dapat berlangsung. Aplikasi antar muka ini disebut Gapura, yang secara garis besar dapat mengkonversi (dua arah) format internal pelanggan ke dalam format standart yang digunakan Artajasa, salah satunya adalah ISO 8583, sehingga mempercepat pengembangan di sisi pelanggan untuk bergabung ke dalam komunikasi layanan Artajasa.

D.4. DEBIT ATM BERSAMA

Sesuai dengan komitmennya untuk terus mengembangkan ATM Bersama, Artajasa selalu berusaha meningkatkan pelayanan kepada para business partners dan para nasabahnya.

Tahun 2004, Artajasa juga meluncurkan fitur debit untuk semakin memudahkan para nasabah bank anggota ATM Bersama melakukan transaksi dengan menggunakan kartu ATM sebagai alat pembayaran sekaligus melengkapi fitur *cash withdrawal*, *balance inquiry*, *change PIN* dan transfer yang sudah ada.

Dengan layanan ini, bank dapat menyediakan layanan debit bagi nasabahnya tanpa perlu membangun dan mengoperasikan jaringan terminal POS/EDC dan infrastruktur pendukungnya, bahkan tidak perlu mencari, mengelola dan mengembangkan jaringan merchant karena semuanya telah disediakan oleh Artajasa.

Pengembangan fitur debit tetap mengacu pada standar yang telah digunakan ATM Bersama sehingga mudah di implementasikan dan di integrasikan ke dalam sistem komputer bank.

Implementasi fitur debit ini akan meningkatkan *competitive value* bank dengan bertambahnya fasilitas yang dapat diberikan kepada nasabahnya namun dengan investasi yang minimal. Selain itu, loyalitas nasabah dapat dijaga dengan beragam kemudahan bertransaksi.

D.5. MOBILE SERVICE

Layanan *Mobile Service* Artajasa adalah system yang mengintegrasikan teknologi *mobile telecommunication* dengan produk transaksi elektronis sehingga menjadi nilai tambah bagi seluruh pelanggan Artajasa. Pengembangan produk dan layanan *Mobile Solution* ini mencakup layanan *Mobile Banking* maupun *Mobile Transaction* yang terintegrasi dengan transaksi elektronis lain dari Artajasa.

Layanan *Mobile Solution* Artajasa telah didukung oleh operator-operator *GSM (Global System for Mobile Communication)* maupun *CDMA (Code Division Multiple Acces)* utama di Indonesia hingga layanan *Mobile Solution* Artajasa dapat menjangkau hampir seluruh pengguna layanan telekomunikasi seluler di tanah air.

Mobile Banking Artajasa tidak hanya melayani transaksi yang dipicu pelanggan (*pull transaction*), seperti *Balance Inquiry*, *transfer*, ataupun *payment* tapi juga melayani transaksi yang dipicu pihak bank (*push transaction*), seperti info marketing ataupun *alert message* untuk para pelanggan.

Mobile Transaction merupakan layanan yang sedang dibangun oleh Artajasa memungkinkan pelanggan melakukan transaksi elektronis dengan menggunakan *mobile device*. Beberapa bentuk dari layanan *Mobile Transaction* adalah reservasi tiket perjalanan dan pemesanan lainnya.

D.6. NEW DELIVERY CHANNEL

Pengembangan *delivery channel* baru yang disediakan Artajasa adalah untuk memperluas *channel* yang dapat digunakan pelanggan dalam melakukan transaksi elektronis diantaranya *Internet Delivery Channel* dan Kiosk.

Pengembangan *Internet Delivery Channel* merupakan bagian dari komitmen Artajasa untuk memperluas layanan kepada para pelanggan. Selain itu fakta bahwa masih tingginya volume *cash transaction*, mendorong Artajasa untuk mengembangkan *Kiosk Delivery Channel*. Pelanggan yang masih menyukai transaksi melalui *outlet/payment point* atau tidak memiliki *account* di bank dapat memanfaatkan *channel* ini.

Pengembangan *delivery channel* tersebut adalah komitmen Artajasa untuk selalu memenuhi kebutuhan seluruh lapisan masyarakat dalam bertransaksi dengan nyaman, aman dan efisien.

D.7. ELECTRONIC PAYMENT POINT

Flash merupakan system transaksi elektronik yang dikembangkan Artajasa untuk menjawab kebutuhan *Billing Provider* atas perluasan jaringan distribusi Titik Pembayaran (*payment point*). Flash menghubungkan data produk atau tagihan di sisi *Billing Provider* atas aplikasi transaksi di Titik Pembayaran (*payment point*).

Dengan demikian *Billing Provider* dapat meminimalkan biaya pengembangan distribusi produknya dan di sisi *Payment Point* hanya dibutuhkan investasi minimal.

Flash dapat dikembangkan dan dimanfaatkan untuk mendistribusikan berbagai jenis produk, antara lain pulsa isi ulang telepon (GSM/CDMA/VoIP), pembelian voucher ISP, pengisian *electronic wallet* dan pembayaran tagihan-tagihan lainnya.

BAB IV

ANALISIS KEPUASAN BANK-BANK ANGGOTA

ATM BERSAMA ATAS PELAKSANAAN MANAJEMEN

KOMPLAIN PT. ARTAJASA PEMBAYARAN ELEKTRONIS

A. MANAJEMEN KOMPLAIN PT. ARTAJASA PEMBAYARAN ELEKTRONIS

A.1. Masalah Yang Terjadi di ATM Bersama

Kartu ATM memang seperti kartu sakti yang membuat hidup terasa mudah. Tapi bukan berarti tidak ada kelemahan di balik kecanggihannya. Masih banyak nasabah mengeluhkan layanan ATM.

Sebagai salah satu jaringan ATM di Indonesia, ATM Bersama yang di kelola oleh PT. Artajasa Pembayaran Elektronik tidak terlepas dari masalah. Masalah yang sering terjadi di jaringan ATM Bersama adalah :

1. Nasabah Bank A melakukan penarikan tunai di ATM Bank B, uang tidak keluar tetapi rekening nasabah sudah terdebit.
2. Nasabah Bank A melakukan penarikan tunai di ATM Bank B, uang tidak keluar sesuai dengan jumlah nominal yang diinginkan tetapi rekening nasabah sudah terdebit.
3. Nasabah Bank A melakukan transaksi transfer ke rekening Bank B, rekening nasabah sudah terdebit, tetapi rekening tujuan belum terkredit.

Penyelesaian komplain ATM Bersama dijalankan oleh *Customer Care Group* di PT. Artajasa Pembayaran Elektronik bekerjasama dengan seluruh Bank Anggota ATM Bersama.

A.2. Penyelesaian Klaim Antar Anggota ATM Bersama

Dalam rangka menyelesaikan masalah yang terjadi di jaringan ATM Bersama, PT. Artajasa Pembayaran Elektronis selaku penyelenggara jaringan ATM Bersama mengatur penyelesaian Klaim antar anggota tersebut dalam suatu Standar Prosedur Pengoperasian ATM Bersama (SPP ATM Bersama). SPP ATM Bersama mengatur mengenai prosedur, bukti pendukung dan jangka waktu penyelesaian terhadap klaim transaksi yang terjadi antar anggota ATM Bersama.³⁴

• Ketentuan Umum Klaim

1. Klaim transaksi sukses dapat diproses oleh Artajasa paling lambat 75 (tujuh puluh lima) hari kalender sejak tanggal transaksi.
2. Transaksi tarik tunai yang dapat diajukan klaim adalah transaksi yang berhasil/sukses sesuai dengan laporan *Consumer Transaction Service* (CTS) (terjadi *settlement*).
3. Transaksi tarik tunai gagal atau reversal tidak dapat diajukan klaim (tidak terjadi *settlement*).
4. Transaksi transfer yang dapat diajukan sebagai klaim adalah transaksi berhasil atau *suspect*.
5. Klaim transaksi transfer berhasil hanya dapat diajukan oleh anggota *issuer* atau *acquirer-issuer*.
6. Bank anggota penyebab permasalahan dari transaksi yang tercatat sukses pada laporan CTS, harus mengembalikan *fee* transaksi dengan rincian sebagai berikut :

³⁴ Standar Prosedur Pengoperasian ATM Bersama edisi 6.5

- a. Fitur tarik tunai : *acquiring fee* dan *switching fee*
- b. Fitur transfer : *destination fee*, *acquiring fee* dan *switching fee*

- **Bukti Pendukung Klaim**

Bukti pendukung klaim digunakan untuk melakukan proses penyelesaian klaim antar anggota, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Anggota *Issuer* :

- ❖ Nomor kartu
- ❖ ID terminal
- ❖ Lokasi terminal
- ❖ Bank pemilik terminal (*Acquirer*)
- ❖ Nominal transaksi
- ❖ Nomor resi
- ❖ Tanggal dan jam transaksi
- ❖ Bank dan rekening tujuan (untuk klaim fitur transfer)
- ❖ Informasi permasalahan : a) Nasabah terdebit, uang tidak keluar. b) Uang tidak keluar sesuai permintaan. C) Dana tidak terkredit ke rekening tujuan.

2. Anggota *Destination* :

- ❖ Nomor kartu
- ❖ Tanggal dan jam transaksi
- ❖ ID terminal
- ❖ Lokasi terminal
- ❖ Bank penerbit kartu (*Issuer*)
- ❖ Rekening asal
- ❖ Nomor resi

- ❖ Log sistem *corebanking*, dengan informasi : a) Nomor rekening tujuan yang terkredit. b) Tanggal dan jam rekening saat terkredit. c) Nominal transfer.

3. Anggota *Acquirer* :

Jenis *Delivery Channel* :

- a. Teller : bukti penarikan, bukti penyetoran, log sistem *)
- b. ATM : resi, jurnal printer, berita acara *cash opname*, log sistem *)
- c. EDC/POS : resi, log sistem *)

*) Log sistem harus berisi informasi detail transaksi yang dapat mendukung klaim dengan rincian :

- ❖ Nomor kartu
- ❖ ID terminal
- ❖ Lokasi terminal
- ❖ Bank pemilik terminal (*Acquirer*)
- ❖ Nominal transaksi
- ❖ Nomor resi
- ❖ Tanggal dan jam transaksi
- ❖ Bank dan rekening asal (untuk klaim fitur transfer)
- ❖ Bank dan rekening tujuan (untuk klaim fitur transfer)

Apabila bukti pendukung yang diberikan anggota tidak memenuhi ketentuan di atas maka tidak dapat digunakan sebagai alat bukti.

• **Penyelesaian Klaim Fitur Tarik Tunai**

1. Anggota harus mengajukan klaim ke Artajasa dengan mengisi formulir klaim yang sesuai dengan format yang berlaku disertai bukti pendukung klaim.

2. Artajasa memeriksa kelengkapan bukti klaim yang diajukan. Ketidaklengkapan bukti pendukung klaim harus dipenuhi selambat-lambatnya pada hari kerja berikutnya.
3. Pemenuhan bukti klaim lebih dari 1 (satu) hari kerja mengakibatkan transaksi tersebut tidak dapat diklaim kembali.
4. Klaim yang diterima oleh Artajasa sampai pukul 15.00 WIB akan masuk pada laporan harian H+1, lebih dari pukul 15.00 WIB Artajasa akan menganggap klaim diterima pada hari kerja berikutnya.
5. Artajasa menginformasikan kepada anggota penerima klaim melalui laporan harian CTS.
6. Anggota penerima klaim harus melakukan pembayaran melalui *online settlement* sesuai dengan laporan yang tertera pada *bilateral netting*.
7. Jika anggota penerima klaim menyetujui klaim yang tercantum pada laporan harian CTS atau tidak mengajukan klaim balik selambat-lambatnya pada H+6 hari kerja pukul 15.00 WIB sejak diterimanya laporan harian CTS maka anggota yang mengajukan klaim berhak atas dana yang diklaim.
8. Jika anggota penerima klaim tidak menyetujui klaim yang tercantum pada laporan harian CTS maka anggota penerima klaim wajib mengirimkan formulir klaim balik yang disertai dengan bukti pendukung kepada Artajasa selambat-lambatnya pada H+6 hari kerja pukul 15.00
9. Artajasa akan memeriksa bukti kelengkapan klaim balik yang diajukan. Ketidaklengkapan bukti pendukung klaim balik harus dipenuhi selambat-lambatnya pada hari kerja berikutnya.

10. Klaim balik yang diterima oleh Artajasa sampai pukul 15.00 WIB akan masuk pada laporan harian H+1, lebih dari pukul 15.00 WIB Artajasa akan menganggap klaim balik diterima pada hari kerja berikutnya.
 11. Artajasa akan menginformasikan kepada anggota penerima klaim balik melalui laporan harian.
 12. Anggota penerima klaim balik harus melakukan pembayaran melalui *online settlement* sesuai dengan laporan yang tertera pada *bilateral netting*.
 13. Jika anggota penerima klaim balik menganggap tidak terjadi kesalahan pada laporan harian atau selambat-lambatnya 4 (empat) hari kerja sejak diterimanya laporan harian tetapi tidak melakukan re-reklaim, maka anggota yang mengajukan klaim balik berhak atas dana yang diklaim.
 14. Jika terjadi re-reklaim Artajasa akan melakukan investigasi dalam waktu 5 (lima) hari kerja sejak pengajuan keberatan atas klaim balik tersebut berdasarkan : a) Bukti pendukung klaim, b) Bukti pendukung klaim balik, c) Log Artajasa.
 15. Berdasarkan hasil investigasi, Artajasa akan mengambil keputusan akhir yang dituangkan dalam formulir klarifikasi klaim.
 16. Anggota yang dinyatakan bersalah harus menyelesaikan kewajibannya dan dikenakan sanksi kelas D dan pembayaran melalui *online settlement*.
 17. Klaim yang sudah diputuskan tidak dapat diangkat/ditinjau kembali.
- Jika tidak memenuhi ketentuan penyelesaian klaim transaksi maka dikenakan sanksi kelas A.

- **Penyelesaian Klaim Fitur Transfer**

1. Anggota *issuer* mengajukan klaim ke anggota *destination* melalui Artajasa disertai kelengkapan bukti klaim.
2. Artajasa memeriksa kelengkapan bukti klaim yang diajukan. Ketidaklengkapan bukti pendukung klaim harus dipenuhi selambat-lambatnya pada hari kerja berikutnya.
3. Pemenuhan bukti klaim lebih dari 1 (satu) hari kerja mengakibatkan transaksi tersebut tidak dapat diklaim kembali.
4. Klaim yang diterima oleh Artajasa sampai pukul 15.00 WIB akan masuk pada laporan harian H+1, lebih dari pukul 15.00 WIB Artajasa akan menganggap klaim diterima pada hari kerja berikutnya.
5. Artajasa menginformasikan kepada anggota penerima klaim melalui laporan harian CTS.
6. Anggota *destination* harus melakukan pembayaran melalui *online settlement* sesuai dengan laporan yang tertera pada *bilateral netting*.
7. Anggota *destination* dapat mengajukan klaim balik kepada Artajasa dengan disertai bukti pendukung selambat-lambatnya H+1 hari kerja pukul 15.00 WIB sejak klaim tercatat pada laporan harian CTS.
8. Jika tidak terdapat klaim balik dari anggota *destination* sampai dengan H+2 hari kerja sejak klaim tercatat pada laporan CTS maka anggota *issuer* dapat melakukan kredit ke rekening nasabah.
9. Jika terdapat klaim balik dari anggota *destination* maka Artajasa memeriksa bukti kelengkapan klaim balik yang diajukan. Ketidaklengkapan bukti pendukung klaim balik harus dipenuhi selambat-lambatnya pada hari kerja berikutnya.

10. Klaim balik yang diterima oleh Artajasa sampai pukul 15.00 WIB akan masuk pada laporan harian H+1, lebih dari pukul 15.00 WIB Artajasa akan menganggap klaim balik diterima pada hari kerja berikutnya.
11. Artajasa akan menginformasikan kepada anggota penerima klaim balik (anggota *issuer*) melalui laporan harian.
12. Anggota penerima klaim balik (anggota *issuer*) harus melakukan pembayaran melalui *online settlement* sesuai dengan laporan yang tertera pada *bilateral netting*.

B. ANALISIS KEPUASAN BANK-BANK ANGGOTA ATM BERSAMA ATAS PELAKSANAAN MANAJEMEN KOMPLAIN PT. ARTAJASA PEMBAYARAN ELEKTRONIS

B.1. Gambaran Umum Karakteristik Responden

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis, maka responden yang mengisi kuesioner yang diberikan mempunyai karakteristik sebagai berikut :

B.1.1. Nama Bank

Pada penelitian ini, penulis menyebarkan kuesioner kepada 62 petugas Bank yang menangani komplain nasabah ATM Bersama dari 64 Bank Anggota ATM Bersama berdasarkan pertimbangan bahwa 2 Bank yaitu Bank Sulteng dan Bank Kesejahteraan Ekonomi baru bergabung dalam jaringan ATM Bersama di tahun 2008 dan belum pernah mengajukan komplain ke PT. Artajasa Pembayaran Elektronik. Bank-Bank tersebut adalah Bank ABN Amro, Bank Agro Niaga, Bank ANK, Bank Artos, Bank BNI 46, Bank BPD Aceh, Bank BPD Bali, Bank BPD DIY, Bank BPD Jambi, Bank BPD Kalsel, Bank BPD Kaltim, Bank BPD NTB, Bank BPD NTT, Bank BRI, Bank BTN, Bank BTPN, Bank UOB

Buana, Bank Bukopin, Bank Bumiputera, Bank Commonwealth, Bank BNP, Bank NISP, Bank Niaga, Bank Nagari, Bank Muamalat, Bank Mestika Dharma, Bank Mega Syariah, Bank Mega, Bank Mayapada, Bank Maluku, Bank Lampung, Bank BPD Kalteng, Bank Jatim, Bank Jabar Banten, Bank Ina Perdana, Bank IFI, Bank Saudara, Bank Eksekutif, Bank DKI, Bank Danamon, Bank Panin, Bank Papua, Bank Permata, Bank Riau, Bank Sulsel, Bank Sulut, Bank Sumut, Bank Swadesi, Bank Syariah Mandiri, Standard Chartered Bank, Bank BPD Kalbar, Bank BPD Sultra, Bank BPD Jateng, Bank HSBC, Bank Capital, Bank Mandiri, Bank Kesawan, Bank Lippo, Bank BPD Jambi, Bank BPD Sumsel, Bank BPD Bengkulu, dan Bank BII.

B.1.2. Lama Bergabung di ATM Bersama

Pada penelitian ini, penulis membagi Bank-Bank Anggota ATM Bersama berdasarkan lama bergabung di ATM Bersama menjadi 2 kategori yaitu : 1-4 tahun, dan 5-8 tahun. Karena dengan minimal 1 tahun bergabung di ATM Bersama, penulis berasumsi bahwa Bank-Bank Anggota ATM Bersama telah cukup merasakan manajemen komplain yang dijalankan oleh PT. Artajasa Pembayaran Elektronik. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.1

Tabel 4.1

Lama Bergabung di ATM Bersama

Lama Bergabung di ATM Bersama	Frekwensi	Presentase
1-4 tahun	27	43.54 %
5-8 tahun	35	56.46 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat dilihat bahwa 35 Bank telah bergabung dalam jaringan ATM Bersama dengan rentang waktu 5-8 tahun, sedangkan 27 Bank telah bergabung dalam ATM Bersama dengan rentang waktu 1-4 tahun.

B.2. Analisis Data Kepuasan Bank-Bank Anggota ATM Bersama Atas Pelaksanaan Manajemen Komplain PT. Artajasa Pembayaran Elektronik

Pada bagian ini penulis akan menganalisa kepuasan Bank-Bank Anggota ATM Bersama menurut lima dimensi manajemen komplain, yaitu; *commitment*, *fairness*, *visibility*, *simple*, dan *responsiveness*.

B.2.1. Analisis Dimensi *Commitment*

Pada analisa dimensi *commitment*, penulis akan menyajikan analisa data mengenai :

B.2.1.1. Komitmen Manajemen Artajasa untuk mendengarkan komplain yang ada

Pada penelitian yang telah dilakukan mengenai kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama mengenai komitmen manajemen Artajasa untuk mendengarkan komplain yang ada, dapat diketahui sebanyak 30 responden atau sebesar 52% menyatakan sangat setuju, sebanyak 32 responden atau sebesar 48% menyatakan setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan tidak setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.2

Tabel 4.2

Manajemen Artajasa berkomitmen untuk mendengarkan komplain yang ada

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak setuju	0	0 %
Tidak setuju	0	0 %
Setuju	32	51.62 %
Sangat setuju	30	48.38 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Hal ini menunjukkan bahwa manajemen Artajasa telah mempunyai komitmen untuk mendengarkan komplain yang diajukan oleh Bank-Bank Anggota ATM Bersama.

B.2.1.2. Komitmen Manajemen Artajasa untuk menyelesaikan komplain yang ada

Pada penelitian yang telah dilakukan mengenai kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama mengenai komitmen manajemen Artajasa untuk menyelesaikan komplain yang ada, dapat diketahui sebanyak 30 responden atau sebesar 52% menyatakan sangat setuju, sebanyak 32 responden atau sebesar 48% menyatakan setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan tidak setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.3

Tabel 4.3

Manajemen Artajasa berkomitmen untuk menyelesaikan komplain yang ada

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak setuju	0	0 %
Tidak setuju	0	0 %
Setuju	32	51.62 %
Sangat setuju	30	48.38 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Selain mendengarkan Manajemen Artajasa juga telah mempunyai komitmen untuk menyelesaikan setiap komplain yang ada.

B.2.1.3. Komitmen Customer Care Group Artajasa untuk mendengarkan komplain yang ada

Pada penelitian yang telah dilakukan mengenai kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama mengenai komitmen customer care group Artajasa untuk mendengarkan komplain yang ada, dapat diketahui sebanyak 30 responden atau sebesar 52% menyatakan sangat setuju, sebanyak 32 responden atau sebesar 48% menyatakan setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan tidak setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.4

Tabel 4.4
Customer Care Group Artajasa berkomitmen untuk mendengarkan komplain yang ada

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak setuju	0	0 %
Tidak setuju	0	0 %
Setuju	32	51.62 %
Sangat setuju	30	48.38 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Hal ini menunjukkan bahwa Customer Care Group Artajasa telah mempunyai komitmen untuk mendengarkan komplain yang diajukan oleh Bank-Bank Anggota ATM Bersama.

B.2.1.4. Komitmen Customer Care Group Artajasa untuk menyelesaikan komplain yang ada

Pada penelitian yang telah dilakukan mengenai kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama mengenai komitmen customer care group Artajasa untuk

menyelesaikan komplain yang ada, dapat diketahui sebanyak 30 responden atau sebesar 52% menyatakan sangat setuju, sebanyak 32 responden atau sebesar 48% menyatakan setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan tidak setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.5

Tabel 4.5
Customer Care Group Artajasa berkomitmen untuk menyelesaikan komplain yang ada

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak setuju	0	0 %
Tidak setuju	0	0 %
Setuju	32	51.62 %
Sangat setuju	30	48.38 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Selain mendengarkan Customer Care Group Artajasa juga telah mempunyai komitmen untuk menyelesaikan setiap komplain yang ada.

B.2.2. Analisis Dimensi *Fairness*

Pada analisa dimensi *fairness*, penulis akan menyajikan analisa data mengenai :

B.2.2.1. Setiap komplain mendapatkan perlakuan sama/adil tanpa membeda-bedakan pelanggan

Pada penelitian yang telah dilakukan mengenai kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama mengenai setiap komplain mendapatkan perlakuan yang sama/adil tanpa membeda-bedakan pelanggan, dapat diketahui sebanyak 10 responden atau sebesar 16.12% menyatakan sangat setuju, sebanyak 42 responden atau sebesar 67.76% menyatakan setuju, sebanyak 10 responden

atau sebesar 16.12% menyatakan tidak setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.6

Tabel 4.6

Setiap komplain mendapatkan perlakuan sama/adil tanpa membeda-bedakan pelanggan

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak setuju	0	0 %
Tidak setuju	10	16.12 %
Setuju	42	67.76%
Sangat setuju	10	16.12 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Berdasarkan hasil wawancara dengan para responden yang menyatakan tidak setuju dengan pernyataan bahwa setiap komplain mendapatkan perlakuan adil/sama tanpa membeda-bedakan pelanggan diketahui bahwa beberapa responden masih merasa bahwa Artajasa dalam menangani komplain masih membeda-bedakan pelanggan. Para responden menilai bahwa Artajasa lebih mendahulukan komplain dari Bank-Bank besar dibandingkan Bank-Bank kecil.

B.2.3. Analisis Dimensi *Visibility*

Pada analisa dimensi *visibility*, penulis akan menyajikan analisa data mengenai :

B.2.3.1. Mekanisme pengajuan komplain sudah dipublikasikan kepada pelanggan

Pada penelitian yang telah dilakukan mengenai kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama mengenai mekanisme pengajuan komplain sudah dipublikasikan kepada pelanggan, dapat diketahui sebanyak 27 responden atau

sebesar 43.56% menyatakan sangat setuju, sebanyak 20 responden atau sebesar 32.25% menyatakan setuju, sebanyak 15 responden atau sebesar 24.19% menyatakan tidak setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.7

Tabel 4.7

Mekanisme pengajuan komplain sudah dipublikasikan kepada pelanggan

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak setuju	0	0 %
Tidak setuju	15	24.19 %
Setuju	20	32.25 %
Sangat setuju	27	43.56 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Berdasarkan hasil pengamatan penulis selama masa penelitian, Artajasa secara berkala melakukan pertemuan dengan seluruh Bank Anggota ATM Bersama untuk melakukan sosialisasi baik aturan baru ataupun fitur baru yang dikembangkan oleh Artajasa. Namun pada kenyataannya yang menghadiri pertemuan itu biasanya bukan petugas atau karyawan Bank yang dalam kesehariannya menjalankan fungsi tersebut, sehingga dapat dimaklumi bila jawaban responden menunjukkan ada yang tidak setuju dengan pernyataan bahwa mekanisme pengajuan komplain sudah dipublikasikan kepada pelanggan.

B.2.3.2. Mekanisme pengajuan komplain jelas bagi pelanggan

Pada penelitian yang telah dilakukan mengenai kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama mengenai mekanisme pengajuan komplain jelas bagi pelanggan, dapat diketahui sebanyak 32 responden atau sebesar 51.62% menyatakan sangat setuju, sebanyak 25 responden atau sebesar 40.32% menyatakan setuju, sebanyak 5 responden atau sebesar 8.06% menyatakan

tidak setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.8

Tabel 4.8

Mekanisme pengajuan komplain jelas bagi pelanggan

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak setuju	0	0 %
Tidak setuju	5	8.06 %
Setuju	25	40.32 %
Sangat setuju	32	51.62 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Berdasarkan hasil wawancara penulis kepada beberapa Bank Anggota ATM Bersama yang menyatakan tidak setuju bahwa mekanisme pengajuan komplain jelas bagi pelanggan dikarenakan tidak adanya sosialisasi hasil pertemuan dengan Artajasa kepada internal Bank anggota.

B.2.3.3. Karyawan yang menangani komplain mengerti mekanisme pengajuan komplain

Pada penelitian yang telah dilakukan mengenai kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama mengenai karyawan yang menangani komplain mengerti mekanisme pengajuan komplain, dapat diketahui sebanyak 40 responden atau sebesar 64.52% menyatakan sangat setuju, sebanyak 14 responden atau sebesar 22.58% menyatakan setuju, sebanyak 8 responden atau sebesar 12.90% menyatakan tidak setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.9

Tabel 4.9

Karyawan yang menangani komplain mengerti mekanisme pengajuan komplain

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak setuju	0	0 %
Tidak setuju	8	12.90 %
Setuju	14	22.58 %
Sangat setuju	40	64.52 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Akibat dari kurangnya sosialisasi di internal Bank Anggota mengenai mekanisme pengajuan komplain yang diberikan oleh Artajasa mengakibatkan masih ada beberapa petugas Bank yang menjalankan komplain tidak mengerti mekanisme pengajuan komplain ke Artajasa.

B.2.3.4. Ada kejelasan kepada siapa pengajuan komplain ditujukan

Pada penelitian yang telah dilakukan mengenai kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama mengenai ada kejelasan kepada siapa pengajuan komplain ditujukan, dapat diketahui sebanyak 42 responden atau sebesar 67.75% menyatakan sangat setuju, sebanyak 20 responden atau sebesar 32.25% menyatakan setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan tidak setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.10

Tabel 4.10

Ada kejelasan kepada siapa pengajuan komplain ditujukan

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak setuju	0	0 %
Tidak setuju	0	0 %
Setuju	20	32.25 %
Sangat setuju	42	67.75 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Seluruh komplain mengenai ATM Bersama diajukan ke Customer Care Group Artajasa, sudah diketahui dengan jelas oleh seluruh Bank anggota sehingga untuk pernyataan mengenai kejelasan kepada siapa komplain diajukan tidak ada yang menjawab tidak setuju ataupun sangat tidak setuju.

B.2.4. Analisis Dimensi *Simple*

Pada analisa dimensi *simple*, penulis akan menyajikan analisa data mengenai :

B.2.4.1. Artajasa menyediakan fasilitas untuk mengajukan komplain

Pada penelitian yang telah dilakukan mengenai kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama mengenai Artajasa menyediakan fasilitas untuk mengajukan komplain, dapat diketahui sebanyak 40 responden atau sebesar 64.52% menyatakan sangat setuju, sebanyak 22 responden atau sebesar 35.48% menyatakan setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan tidak setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.11

Tabel 4.11

Artajasa menyediakan fasilitas untuk mengajukan komplain

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak setuju	0	0 %
Tidak setuju	0	0 %
Setuju	22	35.48 %
Sangat setuju	40	64.52 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Bank Anggota dapat mengajukan komplain ke Artajasa melalui berbagai macam cara, baik telepon, fax, ataupun email sehingga pada pernyataan ini tidak ada responden yang menjawab dengan tidak setuju atau sangat tidak setuju.

B.2.4.2. Artajasa memberikan kemudahan dalam pengajuan komplain

Pada penelitian yang telah dilakukan mengenai kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama mengenai Artajasa memberikan kemudahan dalam pengajuan komplain, dapat diketahui sebanyak 35 responden atau sebesar 56.45% menyatakan sangat setuju, sebanyak 27 responden atau sebesar 43.55% menyatakan setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan tidak setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.12

Tabel 4.12

Artajasa memberikan kemudahan dalam pengajuan komplain

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak setuju	0	0 %
Tidak setuju	0	0 %
Setuju	27	43.55 %
Sangat setuju	35	56.45 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Dengan berbagai fasilitas yang disediakan oleh Artajasa untuk mengajukan komplain memberikan kemudahan bagi bank anggota dalam melakukan pengajuan komplain.

B.2.4.3. Aturan pengajuan komplain tidak berbelit-belit

Pada penelitian yang telah dilakukan mengenai kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama mengenai aturan pengajuan komplain tidak berbelit-belit, dapat diketahui sebanyak 17 responden atau sebesar 27.42% menyatakan sangat setuju, sebanyak 45 responden atau sebesar 72.58% menyatakan setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan tidak setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.13

Tabel 4.13

Aturan pengajuan komplain tidak berbelit-belit

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak setuju	0	0 %
Tidak setuju	0	0 %
Setuju	45	72.58 %
Sangat setuju	17	27.42 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Berdasarkan aturan yang tertera pada SPP (Standar Prosedur Pengoperasian) yang diterbitkan oleh PT. Artajasa Pembayaran Elektronik membuktikan bahwa aturan pengajuan komplain tidak berbelit-belit karena seluruh data pendukung tersedia di Bank anggota dan bukan bersifat rahasia.

B.2.5. Analisis Dimensi *Responsiveness*

Pada analisa dimensi *responsiveness*, penulis akan menyajikan analisa data mengenai :

B.2.5.1. Artajasa cepat dalam menangani komplain

Pada penelitian yang telah dilakukan mengenai kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama mengenai Artajasa cepat dalam menangani komplain, dapat diketahui sebanyak 15 responden atau sebesar 24.20% menyatakan sangat setuju, sebanyak 47 responden atau sebesar 75.80% menyatakan setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan tidak setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.14

Tabel 4.14

Artajasa cepat dalam menangani komplain

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak setuju	0	0 %
Tidak setuju	0	0 %
Setuju	47	75.80 %
Sangat setuju	15	24.20 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Berdasarkan wawancara dengan beberapa petugas bank anggota yang menangani masalah komplain nasabah ATM Bersama, aturan yang tertera pada SPP (Standar Prosedur Pengoperasian) yang diterbitkan oleh PT. Artajasa Pembayaran Elektronis membuktikan bahwa Bank anggota yang mengajukan komplain cukup menunggu selama 8 hari kerja untuk jawaban komplain nasabahnya, sehingga pengembalian dana ke nasabah dapat dipastikan waktunya.

B.2.5.2. Artajasa tepat dalam menangani komplain

Pada penelitian yang telah dilakukan mengenai kepuasan bank-bank anggota ATM Bersama mengenai Artajasa tepat dalam menangani komplain, dapat diketahui sebanyak 30 responden atau sebesar 52% menyatakan sangat setuju, sebanyak 32 responden atau sebesar 48% menyatakan setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan tidak setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.15.

Tabel 4.15

Artajasa tepat dalam menangani komplain

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak setuju	0	0 %
Tidak setuju	0	0 %
Setuju	32	48 %
Sangat setuju	30	52 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden yang menunjukkan hasil positif, menunjukkan bahwa penanganan komplain yang dilakukan oleh Artajasa tepat.

B.3. Analisis Akhir Seluruh Dimensi Manajemen Komplain

Setelah disajikan hasil analisis per indikator, berikut akan ditampilkan hasil analisis dari seluruh dimensi manajemen komplain berdasarkan nilai yang paling sering muncul (modus). Hasil analisisnya adalah sebagai berikut :

B.3.1 Modus Dimensi *Commitment*

Berdasarkan analisis keseluruhan dimensi *commitment*, dapat diketahui sebanyak 30 responden atau sebesar 52% menyatakan sangat puas, sebanyak 32 responden atau sebesar 48% menyatakan puas, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan tidak puas, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak puas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.16

Tabel 4.16

Modus Dimensi *Commitment*

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak puas	0	0 %
Tidak puas	0	0 %
Puas	32	48 %
Sangat Puas	30	52 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan komitmen PT. Artajasa pembayaran Elektronis baik pihak manajemen maupun *customer care group* yang menjalankan manajemen komplain untuk mendengarkan dan menyelesaikan komplain yang ada dalam rangka meningkatkan kualitas jasa yang diberikan.

B.3.2 Modus Dimensi *Fairness*

Berdasarkan analisis keseluruhan dimensi *fairness*, dapat diketahui sebanyak 10 responden atau sebesar 16.12% menyatakan sangat puas, sebanyak 42 responden atau sebesar 67.76% menyatakan puas, sebanyak 10 responden atau sebesar 16.12% menyatakan tidak puas, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak puas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.17

Tabel 4.17

Modus Dimensi *Fairness*

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak puas	0	0 %
Tidak puas	10	16.12 %
Puas	42	67.76 %
Sangat Puas	10	16.12 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan proses penanganan keluhan PT. Artajasa pembayaran Elektronis yang telah disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing Bank Anggota ATM Bersama.

B.3.3 Modus Dimensi *Visibility*

Berdasarkan analisis keseluruhan dimensi *visibility*, dapat diketahui sebanyak 24 responden atau sebesar 38.72% menyatakan sangat puas, sebanyak 28 responden atau sebesar 45.16% menyatakan puas, sebanyak 10 responden atau sebesar 16.12% menyatakan tidak puas, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak puas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.18

Tabel 4.18

Modus Dimensi *Visibility*

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak puas	0	0 %
Tidak puas	10	16.12 %
Puas	28	45.16 %
Sangat Puas	24	38.72 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan manajemen komplain PT. Artajasa pembayaran Elektronis yang telah dipublikasikan dengan baik sehingga seluruh Bank Anggota ATM Bersama mengetahui bagaimana mekanisme pengajuan komplain, kepada siapa komplain harus ditujukan, sehingga proses penanganan komplain tersebut dapat berjalan dengan baik.

B.3.4 Modus Dimensi *Simple*

Berdasarkan analisis keseluruhan dimensi *simple*, dapat diketahui sebanyak 17 responden atau sebesar 27.42% menyatakan sangat puas, sebanyak 45 responden atau sebesar 72.58% menyatakan puas, sebanyak 0

responden atau sebesar 0% menyatakan tidak setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.19

Tabel 4.19

Modus Dimensi *Simple*

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak puas	0	0 %
Tidak puas	0	0 %
Puas	45	72.58 %
Sangat Puas	17	27.42 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan manajemen komplain PT. Artajasa pembayaran Elektronis yang mudah dan tidak berbelit-belit, sehingga proses penanganan komplain tersebut dapat berjalan dengan baik.

B.3.5 Modus Dimensi *Responsiveness*

Berdasarkan analisis keseluruhan dimensi *responsiveness*, dapat diketahui sebanyak 15 responden atau sebesar 24.20% menyatakan sangat puas, sebanyak 47 responden atau sebesar 75.80% menyatakan puas, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan tidak setuju, sebanyak 0 responden atau sebesar 0% menyatakan sangat tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.20

Tabel 4.20

Modus Dimensi *Responsiveness*

Kategori	Frekwensi	Presentase
Sangat tidak puas	0	0 %
Tidak puas	0	0 %
Puas	47	75.80 %
Sangat Puas	15	24.20 %
Total	62	100 %

Sumber : hasil pengolahan data, Juni 2008

Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan kecepatan dan ketepatan PT. Artajasa pembayaran Elektronik dalam menangani komplain sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

Berdasarkan modus dari seluruh dimensi manajemen komplain PT. Artajasa Pembayaran Elektronik menunjukkan bahwa kepuasan Bank-Bank Anggota ATM Bersama atas pelaksanaan manajemen komplain PT. Artajasa Pembayaran Elektronik menunjukkan hasil puas.

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan telah disajikan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil simpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian berdasarkan seluruh dimensi manajemen komplain yaitu *commitment, fairness, visibility, simple, dan responsiveness* menunjukkan bahwa Bank-Bank anggota ATM Bersama puas atas pelaksanaan manajemen komplain yang dijalankan oleh PT. Artajasa Pembayaran Elektronik.
2. Terdapat dua dimensi yang secara umum dapat dikatakan puas tetapi berdasarkan indikatornya menunjukkan adanya ketidakpuasan bank anggota, yaitu dimensi *Fairness* dan dimensi *Visibility*.

B. REKOMENDASI

1. Berdasarkan hasil penelitian dimensi *Fairness*, pada indikator setiap komplain mendapatkan perlakuan yang sama/adil tanpa membedakan pelanggan, diharapkan agar PT. Artajasa Pembayaran Elektronik dapat membagi seluruh anggotanya berdasarkan kelas-kelas seperti Bank-Bank dengan transaksi terbesar, Bank-Bank dengan jumlah terminal ATM terbanyak, Bank-Bank Daerah, Bank Asing, dan sebagainya, sehingga perlakuan yang diberikan oleh PT. Artajasa sesuai dengan kebutuhan masing-masing Bank.

2. Berdasarkan hasil penelitian dimensi *Visibility*, diharapkan agar PT. Artajasa Pembayaran Elektronis lebih banyak mengadakan pertemuan dengan Bank Anggota terutama para petugas yang langsung melaksanakan operasional ATM Bersama untuk mensosialisasikan manajemen komplain tersebut, sehingga para petugas Bank tersebut benar-benar mengerti mekanisme komplain ATM Bersama.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Diana, Anastasia ; *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*, Yogyakarta : J&J Learning, 2000
- Gerson, Richard ; *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, Cetakan II, Jakarta : PPM, 2002
- Irawan, Handi ; *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta : Gramedia, 2002
- Keegan, John ; *Manajemen Pemasaran Global* Jilid II, Cetakan Keenam Prenticehall, 2003
- Kotler, Philip ; *Dasar-dasar Pemasaran Jilid II*, Edisi Bahasa Indonesia (Jakarta : Prenhallindo, 1997
- Lovelock, Christopher dan Lauren Wright; *Principles of Service Marketing And Management*, Second Edition, New Jersey : Pearson Education, Inc., 2002
- Mardalis, Drs. ; *Metode Penelitian*, Jakarta : Bumi Aksara, 2003
- Mulyono, Sri ; *Statistika Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2006
- Palmer, Adrian ; *Principles of Service Management*, (Singapore : McGraw-Hill, Asia Edition, 2001)
- Payne, Adrian ; *Pemasaran Jasa*, Edisi I, Yogyakarta : Andi, 2000
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi pemasaran Jilid 2*, Edisi Keempat, Jakarta : Erlangga, 1996
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah ; *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005
- Rangkuti, Freddy ; *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2002
- Santoso, Singgih ; *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS Versi 11.5*, (Jakarta : Elex Media Komputindo, 2003)
- Santoso, Singgih dan Fandy Tjiptono ; *Riset Pemasaran : Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2002
- Simamora, Bilson ; *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta, 2004

- Soegiyono ; *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung : CV. Alfabeta, 2001
- Suhasimi, Arikunto ; *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta, 1996
- Supranto, J ; *Statistik Teori dan Aplikasi*, Jilid I Edisi Keenam, Jakarta : Erlangga, 2000
- Sutojo, Siswanto ; *Meningkatkan Jumlah dan Mutu Pelanggan*, Jakarta : Elex Media Komputindo, 2003
- Tjiptono, Fandy ; *Strategi pemasaran* Edisi II, Yogyakarta : Andi, 2002
- Umar, Husein ; *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2003)

Skripsi :

Fitriani Leonardi, Dinny ; *Pengaruh Complaint Management Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada PT. Fastfood Indonesia, Tbk (KFC) Cabang Basmar Plaza*, Perbanas, 2005

Lain-lain :

Majalah Infobank no. 306, edisi September 2004

<http://www.customerexpressions.com/CEX/CEXWeb.nsf> (5 Juli 2008)

<http://www.yahoo.com/complaintdefinition/titsworthandsoukup.nsf> (23 Maret 2008)

<http://www.yahoo.com/complaintdefinition/toulmin.nsf> (23 Maret 2008)

PT Artajasa Pembayaran Elektronik, *Company Profile* 2008

_____, *Laporan Bulanan* (Juni 2008)

_____, *Standar Prosedur Pengoperasian ATM Bersama* edisi 6.5

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Mia Eka waty
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 8 November 1980
Alamat : Jl. Raya Bogor Gg. Langgar Rt. 002 Rw. 08
No. 26 Ciracas Jakarta Timur 13740
Agama : Islam
Pendidikan :
1986-1992 SDI Yasma PB. Soedirman Jakarta
1992-1995 SMPN 49 Jakarta
1995-1998 SMUN 39 Jakarta
1998-2001 Program D III Administrasi Keuangan dan Perbankan FISIP UI
2002-2008 Program Sarjana Ekstensi Administrasi Niaga FISIP UI

KUISIONER

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara responden

Dengan hormat,

Dalam rangka penelitian untuk penulisan skripsi saya yang berjudul Kepuasan Bank-Bank Anggota ATM Bersama Atas Pelaksanaan Manajemen Komplain PT. Artajasa Pembayaran Elektronik, saya mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/ Saudara untuk membantu mengisi kuisioner ini. Terima kasih atas perhatian dan waktu yang telah diluangkan oleh Bapak/Ibu/Saudara.

Hormat saya,

Mia Eka Waty

11. Artajasa memberikan kemudahan dalam pengajuan komplain				
12. Aturan pengajuan komplain tidak berbelit-belit				

Responsiveness

13. Artajasa cepat dalam menangani komplain				
14. Artajasa tepat dalam menangani komplain				



Koding Data Kuesiner

Resp.	Indikator														Skor	Kategori
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
1	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	47	Sangat Puas
2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	40	Puas
3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	40	Puas
4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	46	Puas
5	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	47	Sangat Puas
6	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	38	Puas
7	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	43	Puas
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	54	Sangat Puas
9	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	40	Puas
10	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55	Sangat Puas
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	53	Sangat Puas
12	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	38	Puas
13	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	51	Sangat Puas
14	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	3	3	3	44	Puas
15	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55	Sangat Puas
16	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	48	Sangat Puas
17	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	40	Puas
18	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	38	Puas
19	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55	Sangat Puas
20	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	52	Sangat Puas
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	43	Puas
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	54	Sangat Puas
23	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	52	Sangat Puas
24	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	47	Sangat Puas
25	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3	3	3	3	4	43	Puas
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	43	Puas
27	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	52	Sangat Puas
28	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	51	Sangat Puas
29	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	52	Sangat Puas
30	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	45	Puas
31	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	39	Puas
32	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	44	Puas
33	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	52	Sangat Puas
34	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	45	Puas
35	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	48	Sangat Puas
36	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47	Sangat Puas
37	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	39	Puas
38	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	53	Sangat Puas
39	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	47	Sangat Puas

40	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55	Sangat Puas
41	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	48	Sangat Puas
42	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	50	Sangat Puas
43	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	47	Sangat Puas
44	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	50	Sangat Puas
45	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	52	Sangat Puas
46	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55	Sangat Puas
47	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55	Sangat Puas
48	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	40	Puas
49	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	52	Sangat Puas
50	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	50	Sangat Puas
51	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55	Sangat Puas
52	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	50	Sangat Puas
53	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55	Sangat Puas
54	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	52	Sangat Puas
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	Puas
56	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	48	Sangat Puas
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	Sangat Puas
58	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	51	Sangat Puas
59	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	50	Sangat Puas
60	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	48	Sangat Puas
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	Puas
62	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51	Sangat Puas

Cara perhitungan skor penilaian hasil penelitian

$$\text{Rentang Skala} = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan : m = nilai indeks tertinggi

n = nilai indeks terendah

b = banyak kelas

$$m = \text{bobot tertinggi} \times \text{total indikator} = 4 \times 14 = 56$$

$$n = \text{bobot terendah} \times \text{total indikator} = 1 \times 14 = 14$$

$$b = 4$$

$$\text{maka} = \frac{56 - 14}{4} = 10,5$$

Rentang skala

$$14 + 10,5 = 24,5$$

$$25 + 10,5 = 35,5$$

$$36 + 10,5 = 46,5$$

$$47 + 10,5 = 57,5$$

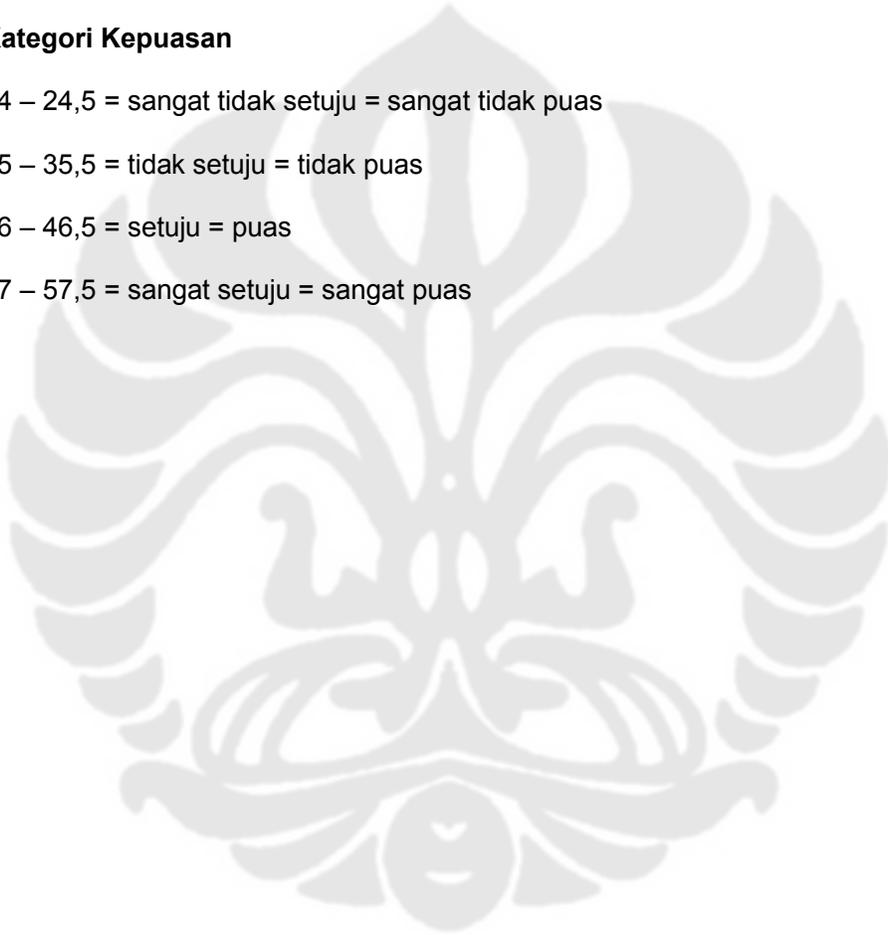
Kategori Kepuasan

14 – 24,5 = sangat tidak setuju = sangat tidak puas

25 – 35,5 = tidak setuju = tidak puas

36 – 46,5 = setuju = puas

47 – 57,5 = sangat setuju = sangat puas



Rentang skala per dimensi

Dimensi *Commitment*

Resp.	Indikator				Skor	Kategori
	1	2	3	4		
1	3	3	3	3	12	Puas
2	3	3	3	3	12	Puas
3	3	3	3	3	12	Puas
4	3	3	3	3	12	Puas
5	3	3	3	3	12	Puas
6	3	3	3	3	12	Puas
7	3	3	3	3	12	Puas
8	4	4	4	4	16	Sangat Puas
9	3	3	3	3	12	Puas
10	4	4	4	4	16	Sangat Puas
11	4	4	4	4	16	Sangat Puas
12	3	3	3	3	12	Puas
13	4	4	4	4	16	Sangat Puas
14	3	3	3	3	12	Puas
15	4	4	4	4	16	Sangat Puas
16	4	4	4	4	16	Sangat Puas
17	3	3	3	3	12	Puas
18	3	3	3	3	12	Puas
19	4	4	4	4	16	Sangat Puas
20	4	4	4	4	16	Sangat Puas
21	3	3	3	3	12	Puas
22	4	4	4	4	16	Sangat Puas
23	4	4	4	4	16	Sangat Puas
24	3	3	3	3	12	Puas
25	3	3	3	3	12	Puas
26	3	3	3	3	12	Puas
27	4	4	4	4	16	Sangat Puas
28	4	4	4	4	16	Sangat Puas
29	4	4	4	4	16	Sangat Puas
30	3	3	3	3	12	Puas
31	3	3	3	3	12	Puas
32	3	3	3	3	12	Puas
33	4	4	4	4	16	Sangat Puas
34	3	3	3	3	12	Puas
35	3	3	3	3	12	Puas
36	4	4	4	4	16	Sangat Puas
37	3	3	3	3	12	Puas
38	4	4	4	4	16	Sangat Puas

39	3	3	3	3	12	Puas
40	4	4	4	4	16	Sangat Puas
41	4	4	4	4	16	Sangat Puas
42	4	4	4	4	16	Sangat Puas
43	3	3	3	3	12	Puas
44	3	3	3	3	12	Puas
45	4	4	4	4	16	Sangat Puas
46	4	4	4	4	16	Sangat Puas
47	4	4	4	4	16	Sangat Puas
48	3	3	3	3	12	Puas
49	4	4	4	4	16	Sangat Puas
50	4	4	4	4	16	Sangat Puas
51	4	4	4	4	16	Sangat Puas
52	3	3	3	3	12	Puas
53	4	4	4	4	16	Sangat Puas
54	4	4	4	4	16	Sangat Puas
55	3	3	3	3	12	Puas
56	3	3	3	3	12	Puas
57	4	4	4	4	16	Sangat Puas
58	4	4	4	4	16	Sangat Puas
59	4	4	4	4	16	Sangat Puas
60	3	3	3	3	12	Puas
61	3	3	3	3	12	Puas
62	3	3	3	3	12	Puas

$$\text{Rentang Skala} = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan : m = nilai indeks tertinggi

n = nilai indeks terendah

b = banyak kelas

$$m = \text{bobot tertinggi} \times \text{total indikator} = 4 \times 4 = 16$$

$$n = \text{bobot terendah} \times \text{total indikator} = 1 \times 4 = 4$$

$$b = 4$$

$$\text{maka} = \frac{16 - 4}{4} = 3$$

Rentang skala

$$4 + 3 = 7$$

$$8 + 3 = 11$$

$$12 + 3 = 15$$

$$16 + 3 = 19$$

Kategori Kepuasan

4 – 7 = sangat tidak setuju = sangat tidak puas

8 – 11 = tidak setuju = tidak puas

12 – 15 = setuju = puas

16 – 19 = sangat setuju = sangat puas

Dimensi *Fairness*

Resp.	Indikator	Skor	Kategori
	5		
1	3	3	Puas
2	2	2	Tidak Puas
3	2	2	Tidak Puas
4	3	3	Puas
5	2	2	Tidak Puas
6	2	2	Tidak Puas
7	3	3	Puas
8	4	4	Sangat Puas
9	2	2	Tidak Puas
10	3	3	Puas
11	4	4	Sangat Puas
12	2	2	Tidak Puas
13	3	3	Puas
14	2	2	Tidak Puas
15	3	3	Puas
16	4	4	Sangat Puas
17	2	2	Tidak Puas
18	2	2	Tidak Puas
19	3	3	Puas

20	3	3	Puas
21	3	3	Puas
22	4	4	Sangat Puas
23	3	3	Puas
24	3	3	Puas
25	2	2	Tidak Puas
26	3	3	Puas
27	3	3	Puas
28	3	3	Puas
29	3	3	Puas
30	3	3	Puas
31	3	3	Puas
32	3	3	Puas
33	3	3	Puas
34	3	3	Puas
35	3	3	Puas
36	4	4	Sangat Puas
37	3	3	Puas
38	3	3	Puas
39	3	3	Puas
40	3	3	Puas
41	3	3	Puas
42	4	4	Sangat Puas
43	3	3	Puas
44	3	3	Puas
45	3	3	Puas
46	3	3	Puas
47	3	3	Puas
48	3	3	Puas
49	3	3	Puas
50	4	4	Sangat Puas
51	3	3	Puas
52	3	3	Puas
53	3	3	Puas
54	4	4	Sangat Puas
55	3	3	Puas
56	3	3	Puas
57	4	4	Sangat Puas
58	3	3	Puas
59	4	4	Sangat Puas
60	3	3	Puas

61	3	3	Puas
62	3	3	Puas

$$\text{Rentang Skala} = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan : m = nilai indeks tertinggi

n = nilai indeks terendah

b = banyak kelas

$$m = \text{bobot tertinggi} \times \text{total indikator} = 4 \times 1 = 4$$

$$n = \text{bobot terendah} \times \text{total indikator} = 1 \times 1 = 1$$

$$b = 4$$

$$\text{maka} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Rentang skala

$$1 + 0,75 = 1,75$$

$$2 + 0,75 = 2,75$$

$$3 + 0,75 = 3,75$$

$$4 + 0,75 = 4,75$$

Kategori Kepuasan

1 – 1,75 = sangat tidak setuju = sangat tidak puas

2 – 2,75 = tidak setuju = tidak puas

3 – 3,75 = setuju = puas

4 – 4,75 = sangat setuju = sangat puas

Dimensi *Visibility*

Resp.	Indikator				Skor	Kategori
	6	7	8	9		
1	3	3	4	4	14	Puas
2	2	3	3	3	11	Tidak Puas
3	2	3	2	3	10	Tidak Puas
4	3	3	4	4	14	Puas
5	2	3	4	4	13	Puas
6	2	2	2	3	9	Tidak Puas
7	3	3	4	3	13	Puas
8	4	4	4	4	16	Sangat Puas
9	2	3	3	3	11	Tidak Puas
10	4	4	4	4	16	Sangat Puas
11	4	4	4	4	16	Sangat Puas
12	2	2	2	3	9	Tidak Puas
13	4	4	4	4	16	Sangat Puas
14	2	3	4	4	13	Puas
15	4	4	4	4	16	Sangat Puas
16	3	3	4	3	13	Puas
17	2	3	2	3	10	Tidak Puas
18	2	2	2	3	9	Tidak Puas
19	4	4	4	4	16	Sangat Puas
20	4	4	4	4	16	Sangat Puas
21	3	3	3	3	12	Puas
22	4	4	4	4	16	Sangat Puas
23	4	4	4	4	16	Sangat Puas
24	3	3	4	4	14	Puas
25	2	3	4	4	13	Puas
26	3	3	3	3	12	Puas
27	4	4	4	4	16	Sangat Puas
28	3	3	4	4	14	Puas
29	4	4	4	4	16	Sangat Puas
30	3	3	4	4	14	Puas
31	2	2	2	3	9	Tidak Puas
32	3	3	3	4	13	Puas
33	4	4	4	4	16	Sangat Puas
34	2	3	4	4	13	Puas
35	4	4	4	4	16	Sangat Puas
36	3	3	3	3	12	Puas
37	2	2	2	3	9	Tidak Puas

38	4	4	4	4	16	Sangat Puas
39	2	3	3	4	12	Puas
40	4	4	4	4	16	Sangat Puas
41	4	4	3	3	14	Puas
42	3	4	4	4	15	Puas
43	3	3	3	4	13	Puas
44	3	4	4	4	15	Puas
45	4	4	4	4	16	Sangat Puas
46	4	4	4	4	16	Sangat Puas
47	4	4	4	4	16	Sangat Puas
48	2	3	2	3	10	Tidak Puas
49	4	4	4	4	16	Sangat Puas
50	4	4	3	3	14	Puas
51	4	4	4	4	16	Sangat Puas
52	3	4	4	4	15	Puas
53	4	4	4	4	16	Sangat Puas
54	3	4	4	4	15	Puas
55	3	3	3	3	12	Puas
56	3	3	3	4	13	Puas
57	4	4	4	4	16	Sangat Puas
58	4	4	4	4	16	Sangat Puas
59	4	4	3	3	14	Puas
60	3	4	4	4	15	Puas
61	3	3	3	3	12	Puas
62	4	4	4	4	16	Sangat Puas

$$\text{Rentang Skala} = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan : m = nilai indeks tertinggi

n = nilai indeks terendah

b = banyak kelas

$$m = \text{bobot tertinggi} \times \text{total indikator} = 4 \times 4 = 16$$

$$n = \text{bobot terendah} \times \text{total indikator} = 1 \times 4 = 4$$

$$b = 4$$

$$\text{maka} = \frac{16 - 4}{4} = 3$$

Rentang skala

$$4 + 3 = 7$$

$$8 + 3 = 11$$

$$12 + 3 = 15$$

$$16 + 3 = 19$$

Kategori Kepuasan

4 – 7 = sangat tidak setuju = sangat tidak puas

8 – 11 = tidak setuju = tidak puas

12 – 15 = setuju = puas

16 – 19 = sangat setuju = sangat puas

Dimensi *Simple*

Resp.	Indikator			Skor	Kategori
	10	11	12		
1	4	4	4	12	Sangat Puas
2	3	3	3	9	Puas
3	3	3	3	9	Puas
4	4	4	3	11	Puas
5	4	4	4	12	Sangat Puas
6	3	3	3	9	Puas
7	3	3	3	9	Puas
8	4	4	3	11	Puas
9	3	3	3	9	Puas
10	4	4	4	12	Sangat Puas
11	4	4	3	11	Puas
12	3	3	3	9	Puas
13	4	3	3	10	Puas
14	4	4	3	11	Puas
15	4	4	4	12	Sangat Puas
16	3	3	3	9	Puas
17	3	3	3	9	Puas
18	3	3	3	9	Puas

19	4	4	4	12	Sangat Puas
20	4	4	3	11	Puas
21	3	3	3	9	Puas
22	4	4	3	11	Puas
23	4	4	3	11	Puas
24	4	4	3	11	Puas
25	3	3	3	9	Puas
26	3	3	3	9	Puas
27	4	3	3	10	Puas
28	4	4	3	11	Puas
29	4	4	3	11	Puas
30	4	3	3	10	Puas
31	3	3	3	9	Puas
32	4	3	3	10	Puas
33	4	4	3	11	Puas
34	4	4	3	11	Puas
35	4	4	3	11	Puas
36	3	3	3	9	Puas
37	3	3	3	9	Puas
38	4	4	3	11	Puas
39	4	4	4	12	Sangat Puas
40	4	4	4	12	Sangat Puas
41	3	3	3	9	Puas
42	3	3	3	9	Puas
43	4	4	4	12	Sangat Puas
44	4	4	4	12	Sangat Puas
45	4	4	3	11	Puas
46	4	4	4	12	Sangat Puas
47	4	4	4	12	Sangat Puas
48	3	3	3	9	Puas
49	4	4	3	11	Puas
50	3	3	3	9	Puas
51	4	4	4	12	Sangat Puas
52	4	4	4	12	Sangat Puas
53	4	4	4	12	Sangat Puas
54	4	4	3	11	Puas
55	3	3	3	9	Puas
56	4	4	4	12	Sangat Puas
57	4	4	4	12	Sangat Puas
58	4	3	3	10	Puas
59	3	3	3	9	Puas

60	4	4	3	11	Puas
61	3	3	3	9	Puas
62	4	4	4	12	Sangat Puas

$$\text{Rentang Skala} = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan : m = nilai indeks tertinggi

n = nilai indeks terendah

b = banyak kelas

$$m = \text{bobot tertinggi} \times \text{total indikator} = 4 \times 3 = 12$$

$$n = \text{bobot terendah} \times \text{total indikator} = 1 \times 3 = 3$$

$$b = 4$$

$$\text{maka} = \frac{12 - 3}{4} = 2,25$$

Rentang skala

$$3 + 2,25 = 5,25$$

$$6 + 2,25 = 8,25$$

$$9 + 2,25 = 11,25$$

$$12 + 2,25 = 14,25$$

Kategori Kepuasan

$$3 - 5,25 = \text{sangat tidak setuju} = \text{sangat tidak puas}$$

$$6 - 8,25 = \text{tidak setuju} = \text{tidak puas}$$

$$9 - 11,25 = \text{setuju} = \text{puas}$$

$$12 - 14,25 = \text{sangat setuju} = \text{sangat puas}$$

Dimensi *Responsiveness*

Resp.	Indikator		Skor	Kategori
	13	14		
1	3	3	6	Puas
2	3	3	6	Puas
3	3	4	7	Puas
4	3	3	6	Puas
5	4	4	8	Sangat Puas
6	3	3	6	Puas
7	3	3	6	Puas
8	3	4	7	Puas
9	3	3	6	Puas
10	4	4	8	Sangat Puas
11	3	3	6	Puas
12	3	3	6	Puas
13	3	3	6	Puas
14	3	3	6	Puas
15	4	4	8	Sangat Puas
16	3	3	6	Puas
17	3	4	7	Puas
18	3	3	6	Puas
19	4	4	8	Sangat Puas
20	3	3	6	Puas
21	3	4	7	Puas
22	3	4	7	Puas
23	3	3	6	Puas
24	3	4	7	Puas
25	3	4	7	Puas
26	3	4	7	Puas
27	3	4	7	Puas
28	3	4	7	Puas
29	3	3	6	Puas
30	3	3	6	Puas
31	3	3	6	Puas
32	3	3	6	Puas
33	3	3	6	Puas
34	3	3	6	Puas
35	3	3	6	Puas
36	3	3	6	Puas
37	3	3	6	Puas

38	3	4	7	Puas
39	4	4	8	Sangat Puas
40	4	4	8	Sangat Puas
41	3	3	6	Puas
42	3	3	6	Puas
43	3	4	7	Puas
44	4	4	8	Sangat Puas
45	3	3	6	Puas
46	4	4	8	Sangat Puas
47	4	4	8	Sangat Puas
48	3	3	6	Puas
49	3	3	6	Puas
50	3	4	7	Puas
51	4	4	8	Sangat Puas
52	4	4	8	Sangat Puas
53	4	4	8	Sangat Puas
54	3	3	6	Puas
55	3	3	6	Puas
56	4	4	8	Sangat Puas
57	4	4	8	Sangat Puas
58	3	3	6	Puas
59	3	4	7	Puas
60	3	4	7	Puas
61	3	3	6	Puas
62	4	4	8	Sangat Puas

$$\text{Rentang Skala} = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan : m = nilai indeks tertinggi

n = nilai indeks terendah

b = banyak kelas

$$m = \text{bobot tertinggi} \times \text{total indikator} = 4 \times 2 = 8$$

$$n = \text{bobot terendah} \times \text{total indikator} = 1 \times 2 = 2$$

$$b = 4$$

$$\text{maka} = \frac{8 - 2}{4} = 1,5$$

Rentang skala

$$2 + 1,5 = 3,5$$

$$4 + 1,5 = 5,5$$

$$6 + 1,5 = 7,5$$

$$8 + 1,5 = 9,5$$

Kategori Kepuasan

2 – 3,5 = sangat tidak setuju = sangat tidak puas

4 – 5,5 = tidak setuju = tidak puas

6 – 7,5 = setuju = puas

8 – 9,5 = sangat setuju = sangat puas



STRUKTUR ORGANISASI PT.ARTAJASA PEMBAYARAN ELEKTRONIS

