

KEPUASAN PELAYANAN PELANGGAN DENGAN MENINGKATKAN KETERAMPILAN DAN KESADARAN MENTAL SUMBER DAYA MANUSIA

Abi Prasidi

PT. Bumi Prasidi/Dosen STMT Trisakti
prasadisi393@gmail.com

Devi Marlita

STMT Trisakti
devi.marlita@mncgroup.com

ABSTRACT

Human Resources Development is an organization's activities must be carried out, so that knowledge (knowledge), abilities (abilities) and skills (skills) they are in accordance with the demands of the job they do. In the field of services, especially transportation, in truth, in this section should be special attention --- which both the management and the employees have the mental awareness to focus, concentrate, development and innovate, given the mental attitude has to be in good condition, sometimes, can easily fade back.

Keywords: *Emphaty, Sense of belonging and customer oriented leadership*

PENDAHULUAN

Kebijakan pengembangan sumberdaya manusia (SDM) merupakan bagian dari upaya perusahaan untuk memberikan pembekalan melalui pendidikan dan pelatihan (diktat) yang berkesinambungan sangat diperlukan dalam mengantisipasi tuntutan kebutuhan SDM profesional. Selaras dengan yang tersebut di atas, keterampilan, sikap, perilaku dan motivasi adalah merupakan upaya pembinaan *soft skill* yang tidak didapat pada diktat *hard skill* yang pada umumnya memberikan keterampilan dan pembentukan keahlian kerja. Pembentukan sikap, perilaku dan motivasi merupakan bagian dari pembelajaran yang berkelanjutan. Pola pembelajaran berkesinambungan ini merupakan kelanjutan dari pembekalan keterampilan yang harus dimiliki SDM, dalam upaya mempersiapkan kemampuan profesional dalam pelaksanaan tugasnya sesuai kebutuhan perusahaan. Model pengembangan pembelajaran seperti ini harus diantisipasi oleh setiap atasan pada tiap bidang pekerjaan. Kunci keberhasilan pengembangan model pembelajaran seperti ini merupakan tanggung jawab setiap atasan untuk mengembangkan setiap bawahannya ke

arah pengembangan kemampuan profesional. Hal ini mengingat tuntutan kebutuhan SDM profesional merupakan tuntutan kebutuhan yang tidak terelakan dalam era globalisasi. Tuntutan profesionalisme dalam bidang pelayanan bagi perusahaan yang bergerak pada bidang pelayanan umum (*public service*), menjadi suatu tuntutan yang mutlak harus dipenuhi, masyarakat sekarang sudah semakin kritis. Apalagi di bidang pelayanan umum, kebutuhan SDM profesional yang mampu melavani dengan baik menjadi kebutuhan yang wajib dimiliki oleh perusahaan- perusahaan pada pelayanan umum (*public service*) pada umumnya dan perusahaan - perusahaan jasa transportasi darat khususnya. Ketidakmampuan suatu institusi penyelenggara pelayanan publik untuk memberikan pelayanan terbaiknya kepada konsumen, telah menjadi daftar berkepanjangan dalam pelaksanaan penyelenggaraan pelayanan publik tersebut. Faktor-faktor yang menjadi bagian dari ketidakmampuan memberikan pelayanan yang baik antara lain: sarana dan fasilitas yang kurang memadai, kondisi lingkungan yang kurang mendukung, tidak tersedianya SDM yang dapat bekerja secara profesional pada bidangnya, dan sebagainya. Gronroos (1992) menyebutkan bahwa ada 6 (enam) prinsip dalam manajemen pelayanan. Selanjutnya, tantangan perbaikan pelayanan kearah menjadi lebih baik adalah merupakan fokus perusahaan pada era globalisasi saat ini. Sehingga, secara tegas dapat dikatakan bahwa perusahaan yang tidak mampu memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen akan kehilangan pasar dan produknya. Gronroos menyusun prinsip manajemen pelayanan kedalam bentuk tabel di bawah ini.

TABEL 1 PRINCIPLE OF SERVICE MANAGEMENT

(1) The profit equation and busi-ness Logic	Customer perceived service quality drives profit	Decission on external efficiency and internal efficiency (cost control and productivity of capital and labor) have to be carefully integrated
(2) Decissi on Ma-king authority	Decission making has to be decentralized as close as possible to the organization - customer interface	Some strategically important decision have to be made centrally
(3) Organi zational focus	The organization has to be structured and functioning so that its main goal is the mobilization of recources to support the front-line operations	This my often require a flat organization without unnecessary layers
(4) Superv isory control	Managers and supervisors have to focus on the encouragement and support of employees	As little legislative control procedure as possible, although some may be required
(5) Rewar d systems	Production of customer perceived quality has to be the focus of reward systems	All relevant facet of service quality should be considered, although all cannot always be built into a reward system
(6) Measur ement focus	Customer satisfaction with service quality has to be the focus of measurement of achievements	To monitor productivity and internal efficiency, internal measurement criteria may have to be used as well; the focus on customer satisfaction is, howevwe, dominating.

Gronroos (1992)

Selanjutnya, menurut Philip Kotler (2002) "Pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak ber wujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik".

Menurut Kotler (2004) ada 5 kriteria penentu kualitas jasa, yaitu:

1. Keandalan (*realibility*), yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemampuan perusahaan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.
3. Keyakinan / jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan petugas, serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari risiko.
4. Kepedulian empati (*emphaty*), yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta kemudahan untuk dihubungi.
5. Penampilan / bukti fisik (*tangible*), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi.

Dari penulis sendiri (Abi Prasidi) ingin membuat metode dan teori pelayanan dari tahun 1998 sampai dengan sekarang, dengan melihat antara teori dan prakteknya pada saat bekerja di bagian Front Liners atau Customer Service yang juga diberikan pada saat sebagai pengajar tentang pelayanan yang ramah kepada pelanggan dan prosedur yang ramah kepada pelanggan serta pada tahun 2006 sebagai nara sumber di Pemda DKI Jakarta Timur tentang Public service (pelayanan publik), dimana lebih spesifik kepada program JPK (Juru Penegak Kebersihan). Dimana tugasnya adalah melayani masyarakat untuk lebih percaya diri untuk menegur dan mengingatkan bagi yang membuang sampah sembarangan, bukan pada tempatnya. Pelayanan dibagi menjadi dua yaitu; (1). Pelayanan yang ramah kepada pelanggan, dimana pelayanan ini dihasilkan dari tiap individu itu sendiri, diantaranya yaitu senyum, sapa dan salam. (2) Prosedur yang ramah kepada pelanggan, dimana pelayanan ini dihasilkan dari kebijakan manajemen perusahaan seperti prosedur yang fleksibel tanpa berbelit – belit, seperti masalah birokrasi dan masalah administrasi yang berangkap – rangkap dengan isian yang sama. Untuk selanjutnya agar setiap individu dari front liners lebih percaya diri diharuskan memahami teori standarisasi ‘performance’ yang terbagi delapan (8) yaitu;

1. Penampilan luar (outer), seperti, pakaian yang rapih dan berseragam, ID performance, rambut yang rapih, sepatu yang bersih, asesori yang tidak berlebihan dan parfum yang baik. Penampilan dalam (inner), seperti, etika, perilaku dan sopan santun.

2. Komunikatif, dimana komunikasi yang aktif adalah pada saat kedua belah pihak mau saling mendengarkan bukan mengintrupsi dan komunikasi dua arah dengan cara brainstorming (tukar pikiran) bukan dengan berdebat.
3. Informatif, dimana informasi ini akan lebih efektif dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti serta informasi diberikan secara detail.
4. Intonasi Suara, memerlukan volume yang baik dengan cara pada saat bicara yang terpenting adalah kata tiap kata (word by word) apa yang disampaikan jelas terdengar oleh lawan bicara atau bahkan kepada forumnya.
5. Artikulasi, Penggunaan bahasa dan istilah pada saat menyampaikan kepada lawan bicara atau kepada forum serta audience sebaiknya di artikan kedalam bahasa Indonesia yang baik, karena tidak semua orang dapat memahami apa yang kita sampaikan kepada orang lain dengan istilah – istilah yang belum tentu orang lain mengerti.
6. Bahasa Tubuh, diperlukan untuk adanya penekanan – penekanan dalam komunikasi non-verbalnya dan untuk mendukung/mem-backup komunikasi verbalnya.
7. Ekspresi Wajah, akan lebih efektif dimana mata serta kerutan – kerutan wajah dapat juga mendukung komunikasi verbalnya agar lebih bisa dipercaya oleh lawan bicara dan mendukung situasi kondisi yang sesuai apa yang kita sampaikan secara lisan.
8. *Product Knowledge*, tentunya akan lebih menarik jika setiap orang mempunyai wawasan dan wacana yang luas selain produk yang dijual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada beberapa pertimbangan mengapa kebijakan pengembangan profesionalitas SDM ini dilaksanakan. Pertama karena lemahnya faktor pelayanan yang selama ini dijalankan. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka, bentuk pelayanan yang mampu dirasakan oleh seluruh lapisan konsumen memang dibutuhkan untuk meminimalisir mata rantai keluhan yang berkepanjangan konsumen yang selaju menuntut pelayanan lebih baik dari sebelumnya. Sejatinya, manajemen perusahaan pelayanan publik khususnya jasa transportasi sebenarnya telah memberikan pedoman dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, dari mulai penetapan standar pelayanan atau tingkat mutu pelayanan (TMP) seperti: standar pelayanan minimal, pelayanan komplain konsumen, jumlah komplain, kecepatan penyelesaian komplain, dan

sebagainya, tidak boleh lebih rendah dari tingkat kualitas pelayanan yang telah ditetapkan. Selanjutnya, pedoman pengembangan kemampuan profesional (*profesional performance*) juga telah ditetapkan perusahaan lewat direktori jabatan, kebutuhan kompetensi jabatan (KKJ), pedoman perilaku serta ketentuan-ketentuan mengenai reward and punishment lainnya. Ketentuan tersebut harus dilaksanakan oleh seluruh pegawai maupun staf pelaksana pelayanan konsumen di lapangan dalam pelaksanaan tugasnya. Akan tetapi kendati pedoman pelayanan kepada konsumen telah dilengkapi dan menjadi standar perusahaan, namun, walau penghasilan menjadi lebih baik dari perusahaan-perusahaan swasta maupun BUMN/BUMD lainnya, serta peningkatan keterampilan SDM telah pula dilaksanakan, akan tetapi, kualitas pelayanan kepada konsumen tidak menjadi lebih baik.

Perencanaan Angkutan Umum di Kota-kota Besar

Tidak ada yang bisa memungkiri, bahwa penyediaan prasarana dan sarana angkutan umum di kota-kota besar harus mendapat perhatian yang sangat serius, terutama mengenai jenis, jumlah dan kapasitasnya harus benar-benar tepat dan serasi terhadap kebutuhan para pemakai jasa angkutan. Di bawah ini akan dikemukakan data di Daerah Khusus Ibukota Jakarta pada rentang 1966 sampai 1971 yang menunjukkan bahwa jumlah kendaraan pribadi meningkat 64%, truk bertambah 32%, bus meningkat 46% serta sepeda motor naik dengan 81%. Bila pertumbuhan jumlah kendaraan tersebut dibiarkan saja tanpa disertai pengaturan lalu lintas yang mantap, maka, lalu lintas ibu kota metropolitan Jakarta sudah pasti akan mengalami kesulitan. Penyediaan fasilitas angkutan umum dalam kota dirasakan masih perlu ditambah, apalagi menurut data di atas memperlihatkan bahwa perkembangan kendaraan angkutan umum ternyata berkembang sangat rendah dibanding kendaraan pribadi. Hal ini kurang tepat bila ditinjau dari segi perencanaan angkutan umum yang baik dan efektif. Selanjutnya bila jumlah penduduk dihubungkan dengan jumlah kendaraan bermotor di wilayah pusat-pusat pengembangan utama, maka, dapat dihitung DKI Jakarta yang berpenduduk 5.182.600 jiwa pada 1974 itu jumlah kendaraan bermotomya tercatat sebanyak 414.978 buah, berarti tiap 12.49 orang memiliki 1 kendaraan bermotor, untuk Sumatra Utara, tiap 46.8 orang memiliki 1 kendaraan bermotor, untuk Jawa Timur, tiap 103 orang mempunyai 1 kendaraan bermotor, sedang Sulawesi Selatan (datanya masih disatukan dengan Sulawesi Tenggara) untuk tiap 138.2 orang mempunyai 1 kendaraan bermotor. Selanjutnya berdasar data yang tersedia dapat diketahui pula bahwa sebahagian

besar kendaraan bermotor itu domisili dan pemakaiannya terpusat di kota-kota besar. Dengan memperhatikan laju pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor, sejak tahun 1966 sampai dengan tahun 1971 yang menunjukkan bahwa jumlah kendaraan pribadi meningkat 64%, sedangkan truk bertambah 32%, bus meningkat dengan 46% serta sepeda motor naik dengan 81%. Dengan berkisar 15-20% dalam setiap tahunnya, sedang pertambahan pembangunan jalan-jalan baru selama 1970-1972 tercatat hanya kurang lebih 6.5% dalam per tahunnya, maka, pertambahan jumlah kendaraan bermotor memperlihatkan perkembangan yang lebih cepat, lebih dan tiga kali lipat dibanding dengan pertambahan pembangunan jalan baru. Apalagi, pertambahan jumlah kendaraan bermotor sebahagian besar terkonsentrasi di kota-kota besar, sedang pembangunan jalan-jalan baru banyak dikerjakan di luar kota. Oleh sebab itu, perencanaan angkutan umum dapat membantu pertumbuhan kota yang lebih baik dan lebih serasi. Dengan kata lain, lokasi kegiatan ekonomi akan dapat diatur dan disesuaikan dengan lokasi perumahan melalui jalur angkutan kota yang tepat --- mengingat, urban transport akan menjadi masalah yang lebih penting dalam tahun-tahun mendatang ini yang perlu mendapat penelaahan secara mendalam, terutama dalam usaha untuk menyusun perencanaan dan pengaturan secara tepat, serasi dan bersifat jangka panjang. Bukan hanya menyangkut segi pengaturan trayek, penetapan jumlah dan jenis bus kota yang melayani di setiap trayek, keamanan penumpang bus kota, masalah tarif angkutan umum dalam kota, pajak kendaraan dan masih banyak segi lainnya juga harus diperbaiki dalam rangka pembinaan angkutan di kota-kota besar. Untuk itu, maka, penulis melakukan kajian kepuasan terhadap kualitas pelayanan angkutan umum Transjakarta Busway Koridor I Rute Blok M - Kota dan Sikap Kepuasan Pengemudi Angkutan Taksi terhadap Sistem Penjualan Jasa Angkutan Taksi di DKI Jakarta. Berdasarkan kebijakan Pola Transportasi Makro DKI Jakarta, angkutan umum Transjakarta Busway termasuk kedalam kelompok 'bus rapid transit' (BRT) dengan jalur tersendiri, terpisah dari yang lain, sehingga faktor kecepatan, keamanan dan kenyamanan menjadi daya tarik utama bagi para konsumen. Dalam hal mengungkap aspek kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Transjakarta Busway dengan mengambil sampel koridor I rute Blok M-Kota, yang dilakukan pada Juli-Agustus 2006 dengan responden sebanyak 449 orang penumpang, menunjukkan bahwa secara umum, tingkat kesesuaian antara harapan dan pengalaman konsumen adalah tinggi dengan skor 95% yang berarti konsumen umumnya merasa 'puas' terhadap kualitas pelayanan Transjakarta Busway. Bahkan untuk dimensi ketanggapan, konsumen merasa puas dengan skor rata – rata 102%.

Pemetaan kepuasan konsumen berdasarkan Diagram Kartesius diperoleh hasil sebagai berikut. Kuadran A sebanyak 4 atribut, Kuadran B sebanyak 9 atribut, Kuadran C sebanyak 7 atribut dan Kuadran D sebanyak 2 atribut. Fokus perhatian berada pada Kuadran A yang menunjukkan masih adanya kelemahan atau kekurangan pelayanan yang harus segera diperbaiki manajemen Transjakarta Busway dengan status prioritas utama, yaitu pada atribut: (1) karyawan selalu bersedia menolong pelanggan; (2) karyawan selalu baik, ramah, dan sopan; (3) karyawan mempunyai data, informasi, dan pengetahuan yang baik dalam menjawab pertanyaan pelanggan; dan (4) perusahaan mempunyai waktu operasi yang sesuai atau cocok. Hal tersebut di atas menunjukkan salah satu upaya nyata yang dilakukan oleh pemerintah Provinsi DKI Jakarta untuk mengatasi masalah kemacetan, kesemrawutan lalu lintas, pencemaran udara sebagai akibat pembakaran gas buang kendaraan bermotor dan sekaligus menciptakan sistem angkutan umum yang manusiawi serta mampu memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat. Transjakarta Busway yang berbasis bus rapid transit (BRT) adalah merupakan bagian yang integral dari implementasi kebijakan Pola Transportasi Makro DKI Jakarta yang telah dicanangkan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, bersama-sama dengan monorail berbasis light rail transit, angkutan air / sungai dan angkutan massal berbasis rel bawah tanah (Mass Rapid Transit Subway), serta sistem pembatasan lalu lintas (traffic restraint). Sejatinya, tujuan penyelenggaraan Busway adalah untuk mengalihkan penggunaan kendaraan pribadi, sehingga masyarakat pemilik kendaraan (mobil) pribadi mau menggunakan angkutan umum. Adapun, tujuan lainnya adalah untuk memberikan pelayanan angkutan umum yang aman, nyaman, teratur, tepat waktu dan dengan tarif terjangkau dan dikaitkan dengan aspek kualitas pelayanan yang meliputi lima dimensi, yaitu penampilan (tangible), keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance) dan kepedulian (emphaty). Selanjutnya salah satu angkutan umum yang dikategorikan dapat memberikan kenyamanan kepada penumpangnya, privasi penumpang terjaga, waktu tempuh relatif lebih cepat dan pelayanan dari pintu ke pintu (door to door service) adalah angkutan taksi. Dalam bisnis angkutan taksi, terdapat tiga pihak yang saling terkait. Pihak pertama adalah operator atau perusahaan, pihak kedua sopir atau pengemudi taksi, dan pihak ketiga adalah pengguna jasa angkutan taksi atau para penumpang. Operator dan sopir adalah dua pihak internal yang saling mendukung terselenggaranya jasa angkutan taksi yang dapat memberikan pelayanan yang baik kepada para pengguna jasa angkutan taksi.

Secara umum dapat dikatakan terdapat tiga jenis sistem operasional yang digunakan oleh para operator taksi di Indonesia. Pertama adalah sistem setoran (dikenal pula dengan istilah target atau borongan), kedua sistem komisi (dikenal pula dengan istilah persentase) dan ketiga sistem kepemilikan (dikenal pula dengan istilah sewabeli/kredit/perorangan). Dalam hal ini, sopir atau pengemudi angkutan taksi sebagai ujung tombak untuk melayani penumpang dan sekaligus melakukan penjualan atau menghasilkan pendapatan bagi perusahaan, memiliki posisi unik dalam hubungan kerja sama dengan operator atau perusahaan. Oleh karena itu, dalam konteks sistem operasional perusahaan taksi perlu diketahui bagaimana sikap dan kepuasan pengemudi taksi terhadap ketiga sistem penjualan tersebut. Menurut pengemudi, pendapatan adalah banyaknya penumpang terangkut atau banyak uang yang dihasilkan dari menjual jasa angkutan taksi yang dengan dasar uang terkumpul tersebut akan dilakukan bagi hasil antara pengemudi dengan pihak perusahaan. Pendapatan bersih harian bagi pengemudi adalah berupa selisih antara uang yang diterima pada hari itu dengan uang yang disetor sesuai ketentuan perusahaan. Dalam bisnis jasa angkutan taksi, pengemudi berperan sebagai pelayan dan sekaligus penjual yang dilakukan secara langsung dan bersifat pribadi. Oleh sebab itu, untuk dapat memuaskan penumpang/konsumen, maka, sikap mental pelayanan pengemudi taksi yang merupakan ujung tombak perusahaan harus benar-benar sempurna. Agar hal tersebut dapat tercapai, seyogianya, selain “take home pay” yang memadai, juga dianggap perlu untuk memberikan jaminan kesehatan terhadap para pengemudi.

Usulan - usulan Pengemudi Taksi terhadap Perusahaan :

A. Sistem Setoran.

1. Kesejahteraan pengemudi, supaya lebih diperhatikan (dominan).
2. Jumlah armada taksi yang harus dilakukan maintenance/pemeliharaan yang berkesinambungan.
3. Target setoran supaya diturunkan (dominan).
4. Adanya jaminan kesehatan dan keselamatan bagi pengemudi.
5. Supaya diadakan tabungan.
6. Waktu operasi agar diperpanjang.
7. Sistem manajemen perusahaan supaya diperbaiki/diadakan diktat untuk karyawan dan pengemudi.
8. Diadakan mobil storing/Derek terutama di jalan.
9. Ada gaji pokok untuk pengemudi.
10. Dibentuk serikat pekerja pengemudi taksi se-Jakarta.

11. Angsuran kas dapat dilakukan setiap hari.
12. Uang muka (DP) mobil supaya dikurangi.
13. Harga suku cadang jangan terlalu mahal.
14. Supaya dibuat pangkalan-pangkalan taksi yang strategis.
15. Pengemudi supaya dilibatkan saat pengarahan.
16. Pertahankan tarif lama.

B. Sistem Komisi.

1. Kesejahteraan pengemudi dan keluarga lebih diperhatikan (dominan).
2. Batas target supaya diturunkan dan komisi dinaikkan (dominan)
3. Adanya jaminan (asuransi) kesehatan dan keselamatan bagi pengemudi (dominan).
4. Masalah claim kendaraan terhadap pengemudi supaya ada toleransi/ Kebijakan, jangan menguntungkan perusahaan saja (dominan).
5. Penertiban bagian cek kendaraan pada saat keluar, jangan usil.
6. Pembatasan kepemilikan armada oleh pemerintah.
7. BBM ditanggung oleh perusahaan.
8. Bonus dinaikkan.
9. Pengurangan jumlah armada yang beroperasi.
10. Pengemudi dijadikan karyawan tetap.
11. Diadakan pangkalan resmi.
12. Fasilitas pengemudi dipermudah/ditingkatkan.
13. Kebersihan dan keamanan diperhatikan dan ditingkatkan.
14. Diadakan diktat bagi pengemudi.

C. Sistem Kepemilikan.

1. Kesejahteraan pengemudi dan keluarga supaya lebih diperhatikan (dominan).
2. Jumlah armada di perusahaan supaya ditambah (peremajaan taksi) (dominan).
3. Uang muka (DP) untuk armada baru supaya dikurangi (dominan).
4. Fasilitas pengemudi supaya dipermudah/ditingkatkan (dominan).
5. Diadakan pangkalan resmi.
6. Batas target/setoran supaya dikurangi.
7. Sistem dan manajemen perusahaan supaya diperbaiki.
8. Peraturan kepemilikan supaya diperjelas.
9. Supaya diadakan diktat bagi pengemudi dan karyawan.

10. Waktu operasi agar ditambah.
11. Pengadaan mobil derek/storing sendiri.
12. Armada bebas dibawa pulang pengemudi.
13. Harga armada baru pengganti jangan mahal.
14. Sistem radio panggil supaya disempurnakan.
15. Tarif jangan dinaikkan (pakai tariff lama).

Sementara itu, untuk aspek kepuasan, pengemudi yang menjawab puas sebanyak 48,4%, menjawab netral sebanyak 40% dan menjawab tidak puas sebanyak 11,63%. Dibandingkan dengan sistem lainnya, tingkat kepuasan pengemudi pada sistem kepemilikan relatif lebih baik. Bahkan persentase pengemudi yang menjawab tidak puas relatif kecil, yaitu sekitar 12%. Menarik untuk diteliti lebih lanjut, justru pada sistem kepemilikan tingkat kepuasan pengemudi lebih besar dibandingkan dengan sistem setoran (44%) dan sistem komisi (37%): Pertanyaannya, apakah benar ketiga butir pernyataan di atas pada sistem kepemilikan merupakan faktor daya tarik para pengemudi memilih atau cenderung berpindah ke sistem tersebut, yaitu daya tarik (adanya harapan yang pasti) sebagai pemilik yang sekaligus sebagai pengusaha perorangan serta lebih menguntungkan dari sisi pendapatan. Selanjutnya, hal lain yang patut dicermati adalah opini pengemudi yang mengeluhkan tingginya jumlah setoran/target. Sebagai gambaran jumlah target untuk taksi setoran rata-rata sebesar Rp.207.500,00 taksi komisi rata-rata sebesar Rp.260.000,00 dan taksi kepemilikan rata-rata sebesar Rp.162.000,00 yang kalau diambil rata-rata untuk ketiga sistem adalah sebesar Rp.210.000,00 per hari, sehingga di lapangan tidak sedikit kendaraan taksi yang memasang stiker bertuliskan "tarif lama atau tarif bawah" untuk menarik minat konsumen. Selaras dengan yang tersebut di atas, sejatinya, kunci utamanya adalah pelayanan yang baik dan prima dari pengusaha dan pengemudi kepada konsumennya/penumpang. Mengingat, sikap mental adalah merupakan ungkapan perasaan. 'seseorang' (dalam hal ini bisa konsumen, karyawan, manajer, pengusaha dan lain-lain).

SIMPULAN

Pembinaan dan perbaikan sikap mental diwujudkan dalam rangka menggali potensi dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang masih tersimpan, agar dapat menjadi sumber daya yang produktif. Apabila pembinaan ini berhasil, maka, dapat diyakini bahwa mereka itu bakal menjadi manusia-manusia produktif. Semua ini akan lebih baik lagi bila mereka memperoleh

kesempatan mengikuti pendidikan dan latihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, sebab, nantinya, mereka itu akan menjadi sumber daya manusia yang berkualitas tinggi yang akhirnya akan dapat menghasilkan manajemen yang profesional. Namun perlu diingat, sikap mental yang telah berada dalam kondisi baik itupun dapat dan mudah memudar kembali. Bila mentalitas berada dalam keadaan memudar atau berbalik arah, maka, seluruh sumber daya manusia yang dibangun akan menjadi sia-sia dan tidak jarang menimbulkan risiko yang sangat fatal. Mengingat, kepuasan konsumen diperoleh dengan cara membandingkan antara harapan dan pengalaman konsumen dalam mengkonsumsi produk. Semakin tinggi tingkat kesesuaiannya, maka konsumen pun akan semakin merasa puas.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Adisasmita, Rahardjo. 2014, *Manajemen Pembangunan Transportasi*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Almasdi, dan Jusuf Suit. 2012, *Aspek Sikap Mental dalam Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Syiar Media.
- Majid, Suharto Abdul. 2009 *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Kirom, Bahrul. 2010, *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. Bandung: Pustaka Reka Cipta.
- Kotler, P. 2004. *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control*. 9th Edition. Prentice-Hall. New Jersey.