

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Miro (2005) dalam Suryawan et al. (2016), transportasi merupakan suatu usaha untuk memindahkan, menggerakkan, membawa, atau memindahkan suatu objek dari suatu tempat ke tempat lain, di mana di tempat lain ini objek tersebut lebih bermanfaat atau dapat berguna untuk tujuan-tujuan tertentu. Sedangkan Iman et al. (2018) mengungkapkan bahwa transportasi merupakan salah satu elemen terpenting yang harus dimiliki suatu negara dalam rangka mensejahterakan rakyat. Sebelum memahami lebih jauh, pengertian dari transportasi menurut Mustakim dan Seftarita (2018) adalah suatu jasa yang diberikan, guna untuk menolong orang dan barang untuk dibawa dari suatu tempat ke tempat lainnya. Transportasi dapat diartikan sebagai usaha atau kegiatan untuk mengangkut serta membawa sesuatu barang atau penumpang dari suatu tempat ke tempat lainnya.

Perkembangan transportasi di Indonesia mengalami perubahan yang cukup cepat, hal ini kemungkinan terjadi dipengaruhi oleh berkembangnya zaman yang semakin canggih dan pengaruh dari negara-negara lain yang lebih maju baik dari bidang ekonomi maupun bidang transportasi. Transportasi dibedakan menjadi

tiga jenis, yaitu: transportasi air, transportasi udara, transportasi darat. Adapun manfaat transportasi, yaitu :

1. Dapat memudahkan suatu individu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.
2. Mempermudah dalam mengatasi adanya suatu masalah seperti menjangkau lokasi bencana.
3. Mendukung dalam meningkatkan kekayaan dan pendapatan nasional yang merupakan sumber pendapatan negara.
4. Meningkatkan pertahanan nasional dengan pengangkutan personil pengamanan dan pertahanan, material, dan peralatan dengan cepat.
5. Berupaya menjaga perdamaian di dalam negara dan mempermudah hubungan bilateral, regional, dan internasional dengan negara lain.

Saat ini di Indonesia sendiri, popularitas sepeda banyak dipopularitaskan pada masa kolonial Belanda. Pertama kali orang ber warga negara Belanda membawa sepeda buatan Eropa sebagai alat transportasi di masa penjajahan mereka di Indonesia. Pada saat itu, para penguasa dan bangsawan saja yang dapat menggunakan, karena pada saat itu sepeda merupakan alat transportasi yang mewah. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi transportasi darat, kedudukan sepeda sebagai kendaraan kelas atas perlahan-lahan tergeser oleh popularitas sepeda motor. Sepeda motor merupakan kendaraan yang mempunyai roda dua yang memanfaatkan mesin sebagai penggerak. Sepeda motor pertama kali juga berasal dari Jerman, dimana seorang ahli mesin bernama Gottlieb

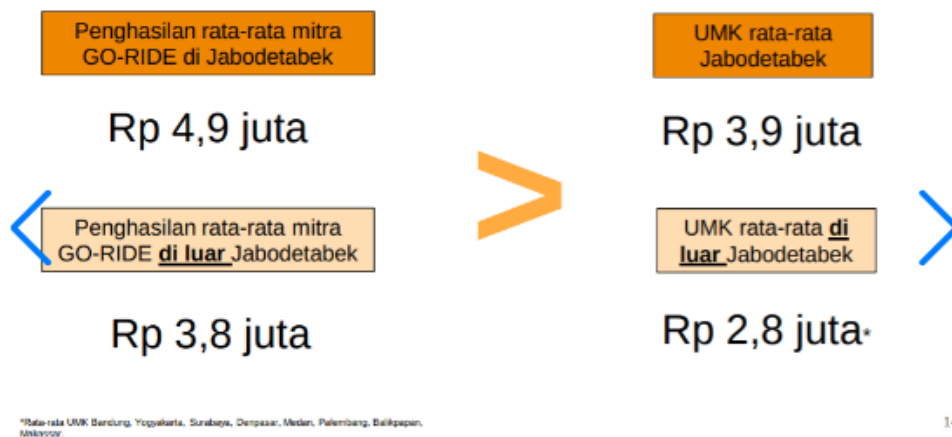
Daimler memasang sebuah mesin pada sepeda kayu yang ia desain sendiri pada tahun 1885.

Awal tahun 2015, transportasi umum di Indonesia sudah bisa diakses secara online. Moda transportasi berbasis online tersebut seperti Gojek dan Grab yang lebih terkenal hingga saat ini, karena murah dan lebih mudah dijangkau. Kini persebaran Gojek sudah mencapai 167 kota dan kabupaten di Indonesia dengan estimasi jumlah pengemudi mencapai 4 juta. Tidak hanya di Indonesia, Gojek melakukan ekspansi ke luar negeri, seperti Singapura, Thailand, dan Vietnam.

Layanan Gojek yang paling sering digunakan, seperti : GoRide, GoFood, dan GoSend. GoRide adalah sebuah layanan transportasi menggunakan sepeda motor, menjemput dimanapun berada sampai ke tempat tujuan. Berdasarkan kutipan katadata.com, seorang peneliti Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI) Paksi C.K Walandaow mengatakan bahwa sekitar 63% konsumen menggunakan GoRide untuk pulang kerumah dan pergi bekerja, berangkat sekolah, atau pergi ke kampus. GoRide menjadi pilihan karena lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan transportasi lainnya.

Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI) merupakan suatu unit kegiatan khusus penelitian dan pengabdian masyarakat yang menjalankan tugas akademik pemanfaatan penelitian untuk pengambilan kebijakan berbasis data. Pada akhir tahun 2017, LD FEB UI menjalankan riset mengenai dampak sosial ekonomi aplikasi on demand terhadap perekonomian Indonesia. Riset ini melibatkan aplikasi ondemand perusahaan

komersialisasi digital terbesar di Indonesia, yakni Gojek Indonesia. Penelitian ini yang dilakukan melibatkan lebih dari 7.500 responden: 3.315 pengemudi roda dua, 3.465 konsumen, dan 806 mitra UMKM Responden merupakan mitra dan konsumen yang aktif dalam 1 bulan terakhir. Sampel mewakili populasi mitra pengemudi, mitra UMKM, dan konsumen di 9 wilayah, yaitu Bandung, Bali, Balikpapan, Jabodetabek, DIY Yogyakarta, Makassar, Medan, Palembang, dan Surabaya. Hasil penelitian menyatakan bahwa Gojek telah berkontribusi Rp 8,2 Triliun per tahun ke dalam perekonomian Indonesia melalui penghasilan Mitra Pengemudi.



Gambar 1. 1 Penghasilan Rata-Rata Driver

Sumber :dailysocial.id

Berdasarkan LD FEB UI tahun 2018, penghasilan rata-rata mitra GoRide di Jabodetabek adalah 4,9 juta Rupiah dengan Upah Minimum Kota/Kabupaten (UMK) rata-rata 3,9 juta Rupiah. Sementara mereka yang tinggal di luar

Jabodetabek (khususnya Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Denpasar, Medan, Palembang, Balikpapan, dan Makassar) sebesar 3,8 juta Rupiah dengan UMK rata-rata 2,8 juta Rupiah. Pada tahun ini, Gojek berkontribusi sebesar Rp 44,2 triliun ke dalam perekonomian Indonesia, dengan rincian sebagai berikut: Rp 16,5 triliun dari GoRide, Rp 8,5 triliun GoCar, Rp 1,2 triliun GoLife dan Rp 18 triliun GoFood.

LD FEB UI juga mencatat bahwa sebesar 66% pengemudi berumur 21-40 tahun. Sebesar 71% berpendidikan maksimal tingkat SMA, sebesar 43% pengemudi sebelumnya pernah bekerja menjadi karyawan swasta dan berjumlah 90% pengemudi memiliki tanggungan. Setelah bergabung dengan Gojek, penghasilan rata-rata yang didapat, meningkat menjadi 42%. Pada tahun 2019 LD FEB UI kembali melakukan penelitian terkait Gojek dengan judul “Dampak Ekonomi Gojek 2019” menyatakan bahwa Gojek memberikan kontribusi secara keseluruhan dalam perekonomian nasional sebesar Rp 104,6 triliun. Gojek juga meningkatkan keuangan inklusi keuangan dan literasi keuangan inklusif mitra driver GoRide.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan LD FEB UI dengan judul “Peran Ekosistem Gojek di Ekonomi Indonesia Saat Pandemi COVID-19” dengan tujuan penelitian yaitu menganalisis peran ekosistem Gojek pada ekonomi Indonesia di saat Pandemi COVID-19 (2020) dan sebelum pandemi (2019), menunjukkan bahwa masing-masing komponen dalam ekosistem ekonomi digital Gojek berupaya untuk mempertahankan ekosistem ini di tengah pandemi. 62% - 85% UMKM mengalami penurunan transaksi selama pandemi. Hampir seluruh mitra

driver (99%) mengalami penurunan transaksi selama pandemi. Dampak pandemi yang terjadi adalah harga bahan baku meningkat dan pelanggan berkurang. Namun, saat pandemi Gojek berupaya membantu UMKM bertahan dengan memberikan bantuan informasi, fasilitas, pelatihan, dan pendampingan.

GoFood merupakan suatu layanan yang terdapat di gojek sebagai layanan yang dapat memesan makanan ke restoran yang sudah bekerja sama dengan Gojek. Layanan GoFood merupakan paling diminati konsumen setelah GoRide. Dalam meningkatkan transaksi melalui platform GoFood, pada tahun 2017 Gojek mengadakan GoFood Festival (GFF). Berdasarkan kutipan inet.detik.com, merchant yang sudah bergabung ke layanan GoFood mencapai 400 ribu dimana diantaranya 80% merupakan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada tahun 2019.

Pengiriman barang antar wilayah atau daerah merupakan hal yang penting di zaman ini, bagi sebagian orang yang memiliki bisnis ataupun ada dokumen yang tertinggal di suatu tempat. Layanan Gojek yang sangat dibutuhkan bagi sebagian masyarakat ini adalah GoSend. Masyarakat mengakui terdapat keuntungan dari layanan GoSend ini, seperti : jarak waktu yang ditempuh lebih cepat, mudah, dan aman.

Faktor yang dapat menjaga tingkat loyalitas mitra pengemudi motor Gojek adalah *Reward System* dan *Work Performance*. *Reward system* mengacu pada semua bentuk pembayaran atau penghargaan yang diberikan kepada orang lain dari pekerjaan yang dilakukan di dalam suatu perusahaan (Armstrong, 2010).

Wibowo (2017) membagi *reward system* menjadi 2 kategori, yaitu : *Extrinsic Reward System* dan *Intrinsic Reward System*.

Pendapatan pengemudi Gojek bukan hanya berasal dari perusahaan Gojek itu sendiri, melainkan dari pembayaran orderan semua layanan. Perusahaan gojek sampai saat ini sedang memberlakukan 2 sistem untuk tarif yaitu sistem tarif jam sibuk dan sistem tarif diluar jam sibuk. Sistem tarif yang berlaku pada jam sibuk yaitu saat pagi hari, menjelang makan siang, sore hari hingga sampai pada malam hari. Sistem tarif yang diperuntukkan untuk sistem jam sibuk dan tarif diluar jam sibuk mempunyai nominal harga yang berbeda-beda.

Sistem tarif gojek pada jam sibuk yakni sebesar Rp 2.500 per-km, sedangkan untuk tarif di luar jam sibuk yaitu Rp 2.000. Banyak ataupun sedikitnya pendapatan bergantung pada banyaknya jumlah orderan yang pengemudi dapatkan. Jika semakin banyak orderannya yang diambil, akan semakin besar juga penghasilan yang didapatkan.

Gojek memberikan kebebasan kepada seluruh pengemudi dalam bekerja. Pengemudi sendiri yang menentukan jam kerja yang diinginkan sesuai kebutuhan. Tentunya jam kerja akan mempengaruhi besaran penghasilan yang akan didapatkan, maka dari itu hanya pengemudi yang dapat menentukan jumlah penghasilan mereka.

Selain itu, gojek menerapkan sistem poin sebagai bonus untuk para pengemudi, dimana poin tersebut yang akan mempengaruhi penghasilan pengemudi Gojek. Jadi semakin banyak poin yang didapatkan, maka pengemudi

berkesempatan untuk mendapatkan penghasilan yang lebih besar. Besaran poin yang telah ditetapkan berbeda-beda setiap layanan.



Bonus Harian	
12 poin	= Rp10.000
16 poin	= Rp30.000
20 poin	= Rp40.000
24 poin	= Rp50.000
30 poin	= Rp70.000

Gambar 1. 2 Sistem Poin yang Berlaku

Sumber: Infojek

Gambar tersebut menjelaskan sistem poin yang berlaku untuk mendapatkan bonus khusus untuk wilayah JABODETABEK (Jakarta Bogor Depok Tangerang Bekasi). Jika mendapatkan 12 poin bonus harian yang akan diterima Rp 10.000, 16 poin senilai Rp 30.000, 20 poin senilai Rp 40.000, 24 poin senilai Rp 50.000, dan 30 poin senilai Rp 70.000. Jika mendapatkan 15 poin perhitungannya tetap senilai dengan 12 poin. Jika 19 poin sama dengan senilai 16 poin. Begitu pun seterusnya.



Gambar 1. 3 Keinginan Meningkatkan Pendapatan

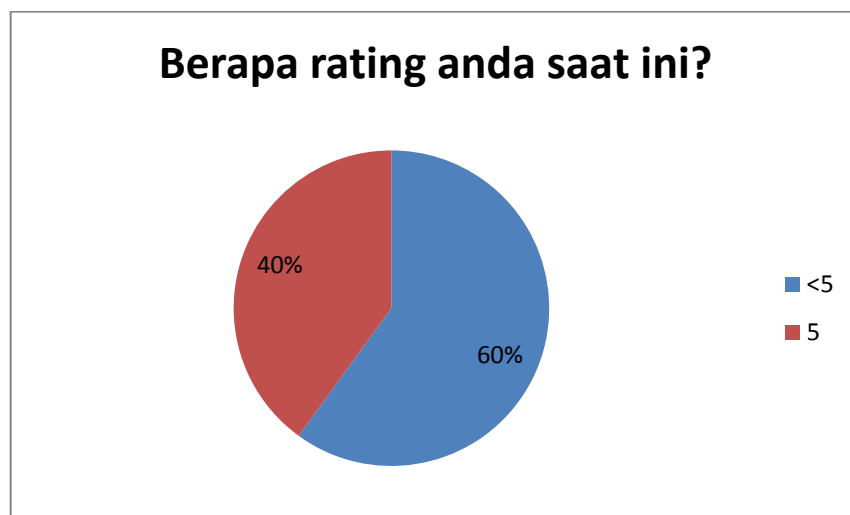
Sumber : Data Penulis, 2020

Berdasarkan gambar diatas, penulis telah melakukan *in depth interview* kepada 10 mitra pengemudi motor Gojek yang menyatakan bahwa 9 dari 10 orang ingin meningkatkan pendapatannya sekitar Rp 1.000.000,00-Rp 4.000.000,00. Hal ini menunjukkan bahwa mitra pengemudi motor memiliki kebutuhan untuk mencapai *reward system*.

Konsep *work performance* didefinisikan oleh Rotundo dan Sackett (2002) dalam Zeb et.al (2020), adalah perilaku spesifik yang berada di bawah kendali individu, yang memungkinkan pencapaian tujuan tertentu. *Work performance* merupakan tingkah laku bagaimana seseorang melakukan tugasnya dengan memanfaatkan waktu, teknik, dan interaksi dengan orang lain (Hall dan Goodale, 1986 dalam Yang dan Hwang, 2014). Mitra pengemudi motor Gojek selain mendapat pendapatan dari biaya per-km setiap orderan yang diambil, juga

mendapatkan bonus untuk setiap trip yang dilakukan. Namun, pada kenyataannya sistem *Rating* atau penilaian menjadi hal yang sangat penting. *Rating* merupakan penilaian yang diberikan oleh penumpang kepada mitra pengemudi berupa bintang atas layanan dan performa yang diberikan.

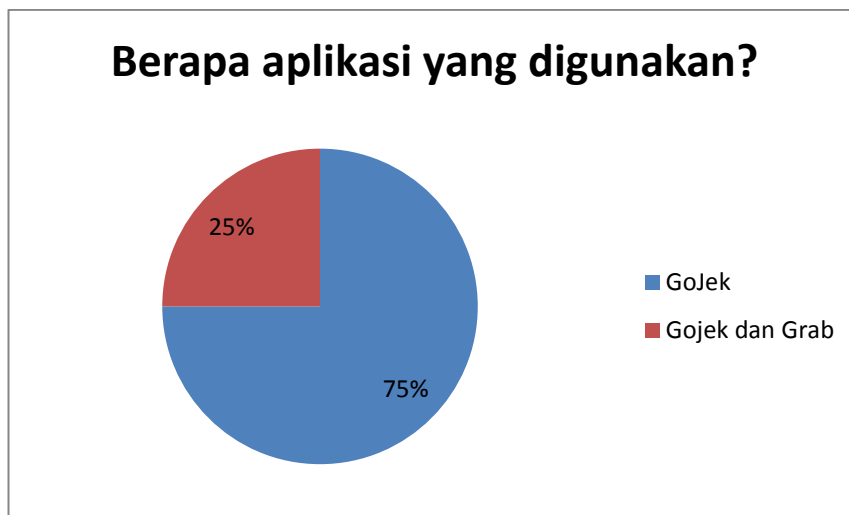
Rating sangat penting karena menentukan tingkat *performance* mitra pengemudi. Apabila *Rating* seorang pengemudi gojek buruk, maka secara otomatis terkena sanksi dan juga beresiko terkena *banned*. Begitu pun jika *rating* yang didapat baik, secara otomatis akan cepat mendapatkan orderan dari penumpang. Penilaian yang didapat dari penumpang selain *rating* adalah *feedback* yang berupa komentar positif maupun negatif dalam akun pengemudi. Untuk *rating* diwujudkan Gojek berupa bintang 1 sampai 5. Jika layanan yang diberikan pengemudi baik, maka akan mendapatkan *feedback* positif dan *rating* tinggi.



Gambar 1. 4 Rating Pengemudi

Sumber : Data Penulis, 2020

Berdasarkan gambar diatas, penulis telah melakukan *In depth interview* kepada 10 mitra pengemudi motor Gojek yang menyatakan bahwa 6 dari 10 orang masih mendapatkan rating kurang dari 5. Jika rating yang dimiliki tidak mencapai 5, artinya secara kinerja masih belum dianggap baik. Sehingga hal ini yang menjadi salah satu permasalahannya.



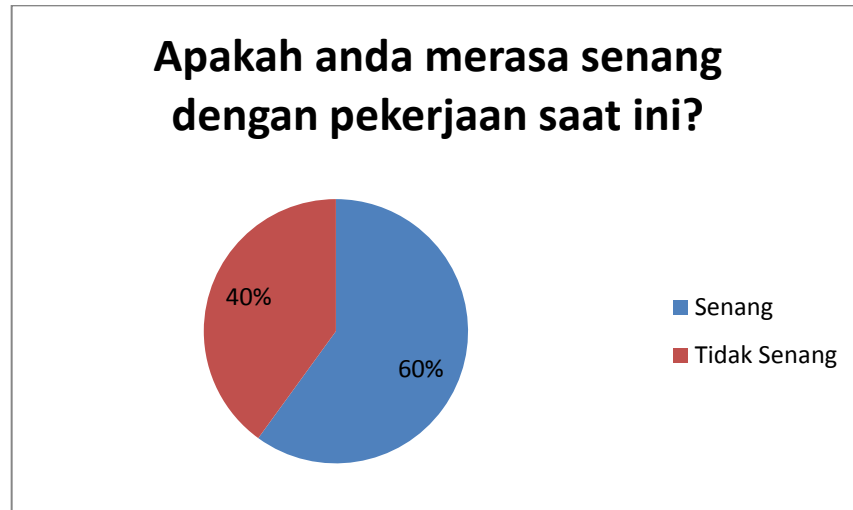
Gambar 1. 5 Aplikasi yang digunakan

Sumber : Data Penulis, 2020

Gambar diatas merupakan hasil *In Depth Interview* yang telah dilakukan oleh penulis kepada 10 mitra pengemudi motor GoJek yang menyatakan bahwa 4 dari 10 orang tidak berkomitmen dalam organisasi. Alasannya ingin mendapatkan pendapatan yang lebih banyak, sehingga memiliki 2 aplikasi yakni : Gojek dan

Grab. Selain itu, pengemudi motor hanya menjadi pekerjaan sampingan dalam berprofesi sebagai pengemudi motor Gojek.

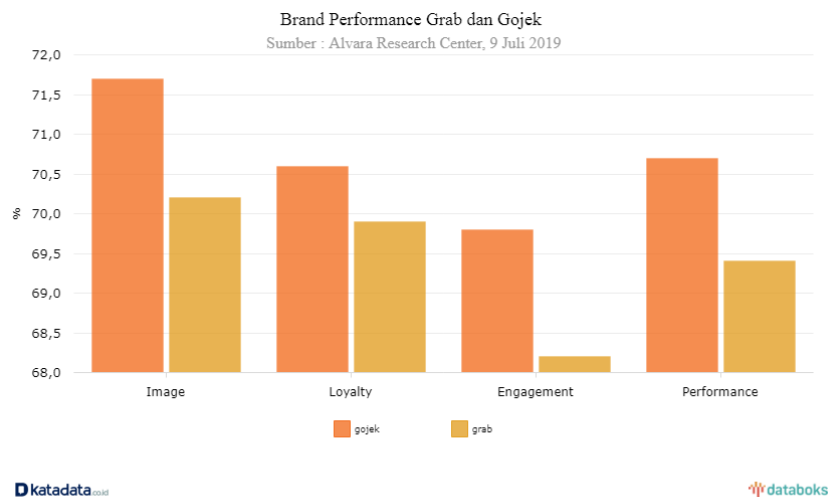
Balzar et al. (1997) dalam Jehanzeb et al. (2012) mengemukakan *Work Satisfaction* merupakan sensasi yang dimiliki karyawan terhadap lingkungan kerjanya dan harapan mereka terhadap pekerjaan. Robbins (2010) dalam bukunya menyatakan bahwa *Work Satisfaction* mengacu pada sikap yang ditunjukkan seseorang terhadap pekerjaannya. Seorang pengemudi motor aplikasi Gojek dengan tingkat kepuasan kerja yang tinggi akan memiliki sikap positif terhadap pekerjaannya. Begitu pula, jika tingkat kepuasan kerjanya rendah akan memiliki sikap negatif terhadap pekerjaannya.



Gambar 1. 6 Perasaan sebagai Pengemudi Gojek

Sumber : Pengolahan data oleh penulis, 2020

Berdasarkan *In-Depth Interview* yang penulis lakukan, hasil yang didapatkan bahwa 4 dari 10 orang merasa tidak senang berprofesi sebagai mitra pengemudi Gojek. Akan tetapi, demi memenuhi kebutuhan hidup mereka rela melakukannya. Dengan diberikan fasilitas yang baik oleh pihak Gojek, pengemudi merasa nyaman menjadi salah satu bagian dari Gojek.



Gambar 1. 7 Brand Performance Gojek dan Grab

Sumber : katadata

Sejumlah 70,4% responden memilih menggunakan Gojek, sedangkan responden yang memilih Grab hanya sebesar 45,7%. Tingkat *Loyalty* sebanyak 70,6% adalah gojek dan senilai 69,9% untuk Grab. Indikator ketiga yakni tingkat *engagement* dalam persen sebesar 69,8% Gojek dan 68,2% untuk Grab. Terakhir, untuk indikator *performance*, Gojek mendapatkan 70,7% sedangkan Grab 69,4%. Survei ini dilakukan pada 3-20 April 2019 dengan *margin of error* 2,89%. Dari

data tersebut, menjadikan alasan dasar penulis lebih memilih GoJek dibandingkan Grab. Dalam mempertahankan konsumen agar tidak pindah ke grab, diprediksikan GoJek telah memperlakukan mitra pengemudi dengan baik. Peneliti ingin mengetahui lebih dalam bagaimana GoJek meyakinkan mitra pengemudinya agar tetap loyal atau bertahan dengan GoJek.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh *Reward System* terhadap *Work Performance* dan Dampaknya terhadap *Work Satisfaction* Telaah Pada Pengemudi Motor Gojek Wilayah Tangerang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, peneliti merumuskan permasalahan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Apakah *reward system* memiliki pengaruh positif terhadap *work performance* pada mitra pengemudi motor Gojek?
2. Apakah *reward system* memiliki pengaruh positif terhadap *work satisfaction* pada mitra pengemudi motor Gojek?
3. Apakah *work performance* memiliki pengaruh positif terhadap *work satisfaction* pada mitra pengemudi motor Gojek?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, adapun peneliti menetapkan tujuan penelitian ini, antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Reward System* terhadap *work performance* pada pengemudi motor Gojek.
2. Untuk mengetahui pengaruh *reward system* terhadap *work satisfaction* pada pengemudi motor Gojek.
3. Untuk mengetahui pengaruh *work performance* terhadap *work satisfaction* pada pengemudi motor Gojek.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang jelas dan menambah wawasan pembaca terkait pengaruh *Rewards* terhadap *Work Performance* dan Dampaknya terhadap *Work Satisfaction* pada pengemudi motor Gojek.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan saran yang berguna bagi perusahaan dalam memperhatikan tingkat *Rewards*, *Work Performance* dan *Work Satisfaction*. Sehingga dapat meningkatkan loyalitas pengemudi motor untuk tetap bertahan di GoJek. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk mengembangkan penelitian yang dilakukan menjadi lebih baik.

1.5 Batasan Penelitian

Adapun peneliti membatasi masalah dari penelitian ini agar lebih fokus terhadap topik yang akan di bicarakan, antara lain :

1. Objek penelitian ini adalah pengemudi motor Gojek wilayah Tangerang.
2. Responden penelitian ini hanya yang memiliki satu akun pengemudi motor Gojek saja dan telah bekerja ≥ 1 tahun.
3. Sumber penghasilan satu-satunya sebagai pengemudi motor Gojek.
4. Peneliti menggunakan software SPSS versi 25 pada tahap pre-test untuk melakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Sedangkan untuk tahap main-test menggunakan AMOS versi 23 untuk melakukan uji kecocokan model dan hipotesis.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab, dimana antara satu bab dengan bab lainnya saling memiliki ketertarikan satu sama lain dan diharapkan dapat menjadi pedoman bagi peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis ini akan menjelaskan tentang fenomena yang terkait dengan *Rewards*, *Work Performance* dan *Work Satisfaction*. Latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis akan memberikan informasi tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, pengembangan hipotesis dari penelitian yang sudah dilakukan, model penelitian, sampai penelitian terdahulu.

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini penulis akan membahas terkait objek penelitian, metode yang digunakan dalam penelitian, populasi dan sampel, variabel operasional, dan teknik pengumpulan data.

BAB IV Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini penulis akan memaparkan mengenai gambaran umum dari objek penelitian dan hasil kuesioner yang telah dilakukan, yang nantinya akan dihubungkan dengan teori pada bab dua.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini penulis akan menjabarkan kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian dan beberapa saran yang dapat bermanfaat oleh beberapa pihak.