

ISBN : 978-602-51474-4-9

FTD FAIR UPJ BINTARO 2018
ARTECH
future art & technology for sustaining smart cities

PROSIDING

SEMINAR

Menuju Kota Cerdas Melalui Pengembangan Teknologi & Desain

Universitas Pembangunan Jaya
27 Februari 2018



Sponsored By :

In Association With :

Media Partner :



Prosiding Seminar Artech 2018

Tema: **Menuju Kota Cerdas Melalui Pengembangan Teknologi dan Desain**
Aula, Universitas Pembangunan Jaya, 27-28 Februari 2018

Steering Committee:

Ratna Safitri, S.T., M.Ars
Eka Permanasari, Ph.D.
Dr.Ir. Resdiansyah, M.T. Dekan Fakultas Teknologi & Desain UPJ

Organizing Committee:

Rahma Purisari, S.T., Ars., M.Ars
Aldyfra L Lukman, S.T., M.T., Ph.D
Muhammad Mashudi, S.T., M.A

Editor:

Feby Hendola Kaluara, S.Ars., M.Ars

Reviewer:

Eka Permanasari, Ph.D.
Ratna Safitri, S.T, M.Ars.
Agus Setiawan, M.T.
Johanness Hamonangan Siregar, M.Ed., Ph.D.
Hendi Hermawan S.T., M.T.I
Dr. Sahid, S.T, M.T,

Diterbitkan oleh

Universitas Pembangunan Jaya

Jl. Cendrawasih Raya Blok B7/P Tangerang Selatan, Banten, Indonesia 15413
Telp : +62-21-745 5555
Fax : +62-21-2986 1545
Website: www.upj.ac.id

All right reserved

No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without the written permission of the publisher

ISBN : 978-602-51474-4-9

PENGARUH KOMUNIKASI TRANSAKSIONAL ANTAR DRIVER GO-JEK JAKARTA SELATAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN MENGENAI SISTEM PENILAIAN PERFORMA

Saga Wiratuladha, Melisa Arisanty, S.I.KOM, M.Si

Universitas Pembangunan Jaya, saga.wiratuladha@gmail.com

Abstrak

Teknologi komunikasi dan inovasi manusia saat ini berkembang sangat pesat di bidang ekonomi. Banyak perusahaan berbasis digital yang bermunculan di Indonesia. Salah satunya perusahaan GO-JEK Indonesia. Perusahaan GO-JEK Indonesia bergerak dalam jasa pelayanan kebutuhan sehari-hari masyarakat melalui media aplikasi mobile. Untuk memenuhi pelayanannya, perusahaan mengajak kerjasama pihak luar atau tukang ojek untuk bergabung menjadi mitra driver GO-JEK. Namun banyak sekali masalah terkait kebijakan antara perusahaan dengan mitra driver, sehingga banyak menarik sorotan media. Salah satu permasalahan yang paling besar adalah adanya demo tentang kebijakan sistem penilaian performa driver. Demo ini diakibatkan oleh adanya ketidakpuasan dari pihak driver. Salah satu faktor penentu kepuasan adalah komunikasi yang berlangsung di antara para driver. Berdasarkan masalah penelitian tersebut, peneliti menguji apakah komunikasi antar driver mempengaruhi tingkat kepuasan mengenai kebijakan tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif atau penelitian berbentuk survei. Peneliti memberikan kuesioner kepada sampel dari populasi mitra driver GO-JEK di Jakarta yaitu sejumlah 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi atau pengaruh dari variabel X pada variabel Y dan dinilai kuat hubungannya yaitu sebesar 0.691. Angka ini menunjukkan terdapat pengaruh komunikasi antar driver terhadap tingkat kepuasan mengenai sistem penilaian performa.

Pengantar

Mitra GO-JEK Indonesia atau disebut sebagai driver GO-JEK, seringkali tersangkut isu mengenai kebijakan perusahaannya sendiri. Setiap kali perusahaan menerapkan kebijakan baru untuk driver, para driver hampir selalu melakukan unjuk rasa (demonstrasi). Hal ini dikarenakan mitra driver merasa selalu diberatkan oleh kebijakan-kebijakan baru tersebut dan menuntut perubahan melalui demonstrasi (detik.com, 2016).

Setiap demonstrasi akan kebijakan tersebut tidak pernah lepas dari sorotan media massa, salah satunya pada media liputan6.com. Tahun 2015 pernah ada kebijakan pemotongan honor untuk driver GO-JEK. Lalu di bulan berikutnya ada kebijakan terkait penahanan motor yang dimiliki oleh para mitra driver yang terbukti melakukan manipulasi order

fiktif. Kemudian, pada tahun 2016 terdapat kebijakan penurunan tarif pelayanan GO-JEK yang membuat para driver merasa dirugikan, mereka merasa tidak puas akan kebijakan perusahaan (liputan6, 2016).

Seluruh kebijakan tersebut, selalu diikuti dengan aksi unjuk rasa para mitra driver pada perusahaan. Mereka sering melakukan mogok mengambil orderan secara massal ketika melakukan demo. Terakhir, efek paling besar sangat terlihat ketika diterapkannya kebijakan mengenai Sistem Penilaian Performa untuk mitra driver. Hampir seluruh driver se-Jabodetabek melakukan aksi mogok besar-besaran. Jumlah driver yang paling besarpun berada di Jakarta dibandingkan dengan kota lain, sehingga driver yang menjadi sorotan utama adalah driver GO-JEK Jakarta (Tempo, 2016).

Padahal di sisi lain, kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan GO-JEK selalu ditujukan untuk menguntungkan baik pihak konsumen, perusahaan, dan mitra driver itu sendiri, termasuk dengan kebijakan Sistem Penilaian Performa. Sistem Penilaian Performa merupakan sistem yang digunakan perusahaan GO-JEK Indonesia untuk mengukur nilai dari pelayanan yang diberikan oleh driver. Bentuk penilaian ini, ditujukan untuk meningkatkan kepuasan pengguna terhadap layanan yang diberikan.

Salah satu faktor utama yang menyebabkan masalah ketidakpuasan driver tersebut, antara lain karena pengaruh komunikasi antar mitra driver itu sendiri. Antar mitra driver dapat saling berdiskusi mengenai isu atau bercerita mengenai peristiwa yang terjadi disekitar mereka, termasuk perihal kebijakan atau perusahaan itu sendiri.

Kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Sikap ini dicerminkan oleh moral kerja, kedisiplinan, dan prestasi kerja (Hasibuan, 2009). Menurut Suwatno (2011), kepuasan kerja ini dipengaruhi juga oleh interaksi yang terjadi antara pekerja yang akan menciptakan suasana tertentu pada sisi emosional mereka. Kepuasan kerja adalah suatu sikap positif yang menyangkut penyesuaian diri yang sehat dari pada karyawan terhadap kondisi dan situasi kerja, termasuk di dalamnya upah, kondisi sosial, kondisi fisik, dan kondisi psikologis (Waluyo, 2009). Menurut Sopiah (2008) kepuasan kerja merupakan suatu tanggapan emosional seseorang terhadap situasi dan kondisi kerja, tanggapan emosional bisa berupa perasaan puas (positif) atau tidak puas (negatif).

Permasalahan yang dialami mitra driver selalu saja tak lepas dari sorotan media atas segala aksi tidak biasa mereka. Alhasil kasus-kasus mereka selalu menjadi bahan topik pembicaraan yang hangat di lingkungan sosial. Karena sudah banyak sekali kasus yang dialami oleh para mitra driver GO-JEK, kemudian salah satu kasus yang paling besar terjadi adalah kasus demonstrasi terhadap Sistem Penilaian Performa, peneliti merumuskan masalah ini dengan:

Adakah pengaruh komunikasi transaksional antar driver GO-JEK Jakarta Selatan terhadap tingkat kepuasan mengenai Sistem Penilaian Performa yang diterapkan oleh pihak GO-JEK Indonesia?

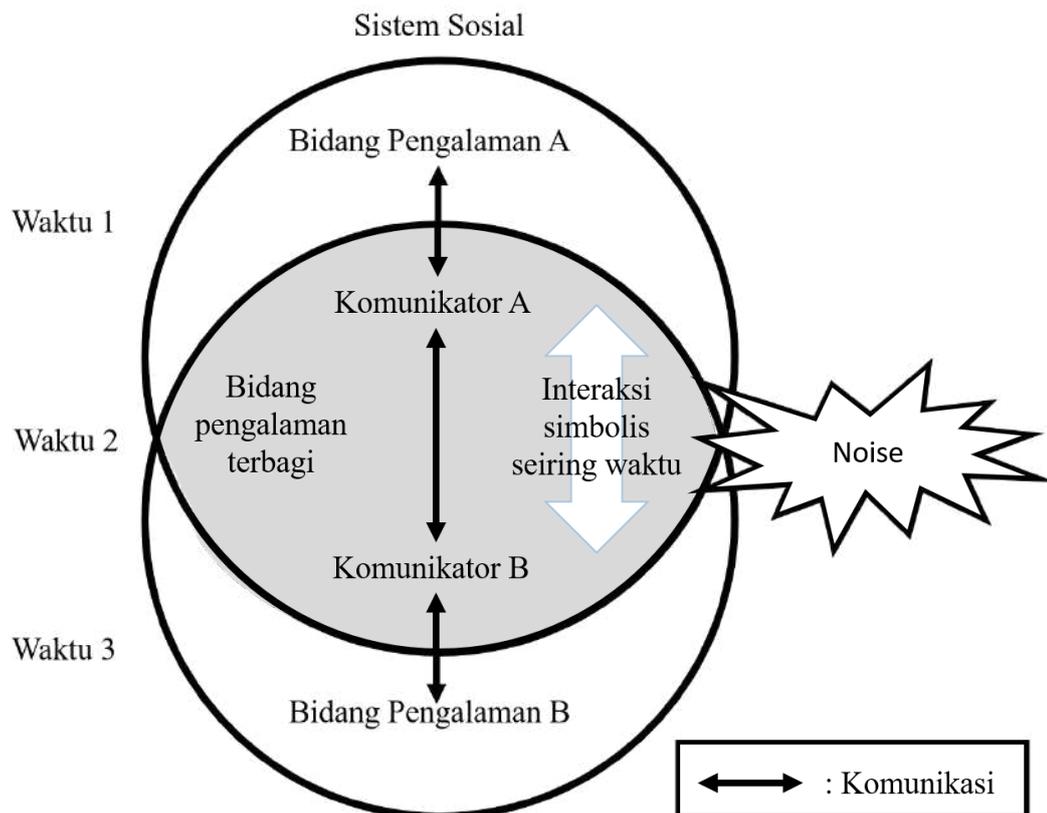
1. Komunikasi Transaksional

Komunikasi memiliki model seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Salah satunya adalah model transaksional. Namun sebelum menjelaskan apa itu transaksional, perlu

diketahui juga model komunikasi satu arah dan dua arah. Seperti penjelasan sebelumnya dengan model Berlo S-M-C-R yang menjelaskan proses komunikasi. Model satu arah dan dua arah juga menggunakan elemen yang sama. Perbedaannya, model satu arah hanya menjelaskan bagaimana pesan hanya diterima oleh *receiver*. Dan tidak menganggap adanya interaksi balik atau umpan balik serta tanggapan dari penerima (Liliweri, 2011).

Sedangkan model dua arah (interaktif) mengemukakan bahwa pada dasarnya peranan komunikator, dan peranan itu terlihat ketika dia memberikan umpan balik pesan kepada pengirim. Model yang disebut model dua arah ini sangat bermanfaat bagi pengirim dan penerima mendiskusikan pesan-pesan yang dikirimkan dalam suatu proses komunikasi. Fokus model ini diletakkan pada “penerima” (Liliweri, 2011). Pembatasan serius pada model interaktif adalah mereka tidak mengakui bahwa semua orang terlibat dalam komunikasi sama-sama pengirim dan penerima pesan, seringkali secara bersamaan (Wood, 2013).

Gambar 1.1 Model Komunikasi Transaksional



Sumber : Julia T. Wood (2013)

Gambar diatas merupakan model komunikasi transaksional yang menyorot berbagai fitur. Model ini juga meliputi *noise*, yaitu apapun yang menghalangi komunikasi yang dimaksudkan. Hal ini termasuk suara seperti mesin kendaraan, atau suara bising percakapan orang-orang disuatu keramaian. *Noise* juga meliputi komunikator itu sendiri, seperti kelelahan dan keasyikan. Selain itu, model ini menunjukkan bahwa komunikasi adalah suatu proses terus-menerus yang selalu berubah (Wood, 2013).

Model transaksional terfokus pada “makna” yang dibagi atau yang dipertukarkan dengan memperhitungkan berbagai faktor yang mempengaruhi proses komunikasi. Sebuah transaksi komunikasi yang terbaik digambarkan sebagai komunikasi yang efektif. Model ini merupakan versi lengkap dari model satu arah dan model dua arah. Model ini menggambarkan pengirim membagikan pesan atau meneruskan pesan kepada penerima. Ketika pesan itu tiba pada pengirim, maka penerima, dapat memberikan umpan balik yang jelas yang memungkinkan pengirim dapat mengetahui apakah pesan itu dipahami sebagaimana dimaksudkan oleh pengirim. Jika pesan tidak diterima sebagaimana yang dimaksudkan pengirim, maka komunikasi terus berproses sampai dua pihak menemukan makna sesungguhnya (Liliweri, 2011).

2. Tingkat Kepuasan

Komunikasi pada penelitian ini, dinilai memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan, dimana komunikasi adalah interaksi antara orang-orang, yang memungkinkan setiap peserta menangkap reaksi orang lain secara langsung maupun tidak langsung, baik secara verbal maupun nonverbal (Mulyana, 2011: 81). Pada penelitian ini komunikasi dikaitkan dengan kepuasan kerja. Kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dimana para karyawan memandang pekerjaan mereka. Kepuasan menggambarkan reaksi afektif individu atas hasil-hasil yang diinginkan yang berasal dari komunikasi yang terjadi (Pace & Faules, 2010). Menurut Pincus dalam Pace & Faules (2010), kepuasan merupakan suatu konsep yang biasanya berkenaan dengan kenyamanan; jadi kepuasan dalam komunikasi berarti karyawan merasa nyaman dengan pesan, dan hubungan dalam organisasi. Pincus juga menjelaskan bahwa beberapa penelitian menjelaskan tentang adanya hubungan antara komunikasi dengan kepuasan kerja (Pace & Faules, 2010).

2.1. *Two Factor Theory* (Teori Dua Faktor) dari *Herzberg*

Teori ini menyatakan ada dua faktor yang dapat memberikan kepuasan dalam bekerja. Kedua faktor tersebut antara lain: pertama, sesuatu yang dapat memotivasi (*motivator*), faktor ini antara lain faktor prestasi, pengakuan atau penghargaan, faktor tanggung jawab, faktor memperoleh kemajuan dan perkembangan dalam bekerja khususnya promosi, atau faktor pekerjaan itu sendiri. Kebutuhan kesehatan lingkungan kerja (*hygiene factors*). Faktor ini dapat berbentuk upah/gaji, hubungan antara pekerja, kondisi kerja, kebijaksanaan dan proses administrasi dalam perusahaan.

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan *two factor theory* dikarenakan paling sesuai dengan kaitan kebijakan. Perbedaan yang terlihat dari konsep karyawan dan juga mitra, adalah gaji. Dimana karyawan memiliki gaji tetap sesuai kontrak, namun mitra driver hanyalah pihak orang luar yang bekerja sama dengan perusahaan dan menerima hasil pemasukan sesuai dengan apa yang dikerjakan (GO-JEK, 2017). Teori *two factor* memiliki indikator-indikator yang masih sesuai dengan konsep mitra driver. Pada dimensi motivasi (*motivation factors*) terdapat indikator promosi, prestasi, dan pengakuan. Indikator-indikator tersebut lah yang

ingin dipertanyakan pada driver, dengan tidak adanya promosi jabatan sebagai driver, apakah mereka masih merasa puas.

Kemudian pada dimensi lingkungan (*hygiene factors*), terdapat indikator berupa gaji, hubungan antar pekerja, kondisi atau lingkungan pekerjaan, administrasi, dan juga kebijaksanaan perusahaan. Faktor lingkungan ini juga peneliti ingin kaitkan dengan lingkungan kerja yang berbeda antara karyawan kantor dan mitra driver. Dimana mitra tidak mendapatkan gaji tetap, kemudian bagaimana hubungan antara driver dengan driver lain, karena ini merupakan pekerjaan individual sebagai driver. Lalu kondisi lingkungan kerja di lapangan, dan bagaimana mereka memandang kebijakan dan administrasi perusahaan. Dari bagaimana para driver bekerja, memotivasi diri mereka, dan kondisi lingkungan kerja akan menentukan rasa kepuasan mereka kepada sistem penilaian performa.

3. Hasil Penelitian

Sesuai dengan pembahasan sebelumnya, topik sistem penilaian performa merupakan objek yang menjadi kontrol fokus dalam komunikasi yang dilakukan oleh driver GO-JEK dan mempengaruhi tingkat kepuasan mereka. Dalam tingkat komunikasi, para komunikator cenderung ingin saling mempengaruhi rekan bicara tentang opini mengenai sistem penilaian driver, serta yang menjadi pendengar juga ingin memperoleh informasi baru atau pendapat yang berbeda dari rekan driver lain. Pesan dalam komunikasi yang dilakukan dapat bersifat positif dan negatif, tergantung bagaimana pendapat mereka mengenai topik sistem penilaian performa itu sendiri.

Terdapat beberapa hal yang menarik dari penelitian ini. Pertama, dari pernyataan para subjek penelitian, hasilnya ditemukan potensi untuk penelitian selanjutnya, bahwa mereka merasa penilaian performa mereka sudah adil diberikan, namun mereka merasa tidak nyaman dengan adanya sistem penilaian performa tersebut. Penelitian selanjutnya dapat meneliti secara kualitatif alasan ketidaknyamanan mereka dengan adanya sistem penilaian performa serta mencari jawaban atau pemecahan masalah untuk meniadakan rasa tidak nyaman tersebut. Bahkan dapat juga meneliti persepsi atau pandangan para driver mengenai sistem penilaian performa dan alasannya.

Kedua, dari masing-masing variabel yang digunakan (Variabel X dan Variabel Y) teori komunikasi transaksional dan teori two factor (Motivation & Hygiene) masih diterapkan oleh para driver dalam pekerjaan mereka. Pada Komunikasi Transaksional dilihat dari jawaban para responden yang mayoritas setuju dengan elemen-elemen komunikasi transaksional, seperti; unsur komunikator dari sikap dan pengetahuannya, lalu gangguan yang ada saat berkomunikasi, dan proses komunikasi yang berkelanjutan dari antar driver. Pada teori two factor, mayoritas responden (driver) juga setuju dengan elemen motivation, seperti pengakuan dan tidak adanya promosi, lalu elemen hygiene seperti gaji, pengawasan, keadilan, dan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan.

Tabel 4.7 Tabel Korelasi *Product Moment* Variabel Komunikasi antar Driver terhadap Tingkat Kepuasan mengenai Sistem Penilaian Performa

Correlations			
		Komunikasi Antar Driver	Tingkat kepuasan driver mengenai sistem penilaian performa
Total Skor Variabel X	Pearson Correlation	1	.691**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Tingkat kepuasan driver mengenai sistem penilaian performa	Pearson Correlation	.691**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Output SPSS Korelasi Variabel X terhadap Y

Melihat dari tabel tersebut, hasil korelasi menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X (Komunikasi antar Driver) dengan variabel Y (Tingkat Kepuasan Driver mengenai Sistem Penilaian Performa) tergolong kuat positif. Positif merupakan hubungan antara variabel X dan variabel Y adalah searah, sehingga semakin sering atau besar potensi antar driver saling berkomunikasi, maka semakin berpengaruh tingkat kepuasan mereka terhadap sistem penilaian performa atau kebijakan dan kebijakan perusahaan. Apabila komunikasi antar driver arahnya negatif, maka tingkat kepuasan akan menjadi negatif atau rendah, begitu pula sebaliknya, apabila komunikasi antar driver berarah positif, maka tingkat kepuasan akan menjadi positif atau meningkat pula.

Referensi

- Budyatna, M., & Mona, L. (2011). *Teori Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Deign : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, & Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dhita, A. R. (2016). *ANALISIS PENERAPAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI TEPAT GUNA PADA BISNIS TRANSPORTASI OJEK ONLINE*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Effendy, O. u. (2009). *Ilmu Komunikasi ; Teori dan Praktek*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Febriyenti. (2015). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN SISWA PADA LEMBAGA PENDIDIKAN GIOVANI ENGLISH COURSE BETUNG* . Retrieved from polsri.ac.id: <http://eprints.polsri.ac.id/2425/>
- Kristiyani, W. (2011). *Persepsi Pemangku Kepentingan Tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi kebijakan penyelenggaraan pendidikan inklusif*. Jakarta: Universitas Indonesia.

- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Little john, S. W. (2009). *Teori Komunikasi (theories of human communication) edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. California: SAGE.
- Mulyana, D. (2011). *Ilmu KOMunikasi; Suatu Pengantar*. Bandung: PT REMAJA RODAKARYA.
- Noor, J. (2015). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Pace, W., & Faules, D. (2010). *Komunikasi Organisasi : Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT Remadja Rosdakarya.
- Prasetyo, B., & Jannah, L. M. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Qodar, N. (2016, Oktober 4). *CEO GO-JEK : Sistem performa Bisa dongkrak pendapatan driver*. Retrieved from liputan6.com: <http://news.liputan6.com/read/2618110/ceo-gojek-sistem-performa-bisa-dongkrak-pendapatan-driver>
- Rakhmat, J. (2009). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Riadi, E. (2014). *Metode Statistika Untuk Penelitian Sosial*. Pustaka Mandiri.
- Robbins, S. d. ((2007).). *Manajemen, Edisi Kedelapan*. Jakarta: PT Indeks.
- Ruliana, P. (2014). *Komunikasi Organisasi ; Teori dan Studi Kasus*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Soraya, P. (2014). *PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL PADA PT TUNAS MOBILINDO PERKASA PALEMBANG*. Retrieved from polsri.ac.id: <http://eprints.polsri.ac.id/787/>
- Sugihartono, dkk (2007) *Psikologi Pendidikan*, Yogyakarta : UNY Press
- Sutrisno, E. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Surabaya: Gramedia
- Tempo. (2017, Januari 26). *Kalla: Berpikirlah Positif seperti Gojek, Grab, dan Uber*. Retrieved from tempo.co: <https://bisnis.tempo.co/read/news/2017/01/26/090839979/kalla-berpikirlah-positif-seperti-gojek-grab-dan-uber>
- Wardhany, M. K. (2012). *Persepsi Karyawan Tetap Fungsional Atas Kebijakan Promosi Jabatan pada Non Direktorat Satuan Pengawas Intern Kantor Pusat Perum Bulog Jakarta*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Wood, J. T. (2013). *Komunikasi : Teori dan Praktik*. Jakarta Selatan: Salemba Humanik.
- GO-JEK, 2017. Hasil Pernyataan dan Data dari Perusahaan GO-JEK Indonesia.
- Jeko Iqbal Reza, 15 Agustus 2016. "Tarif Turun, Driver Bakal Boikot GO-JEK Hari Ini". Dikutip dari <http://tekno.liputan6.com/read/2577287/tarif-turun-driver-bakal-boikot-GO-JEK-hari-ini>
- Liputan6, 2 Desember 2015. "Kilas Indonesia : Ratusan Driver GO-JEK Demo Soal Order Fiktif. Dikutip dari <http://tv.liputan6.com/read/2380451/kilas-indonesia-ratusan-driver-GO-JEK-demo-soal-order-fiktif>
- Nafisyul Qodar, 4 Oktober 2016. "CEO GO-JEK : Sistem Performa Bisa DONGkrak Pendapatan Driver". Dikutip dari <http://news.liputan6.com/read/2618110/ceo-gojek-sistem-performa-bisa-dongkrak-pendapatan-driver>

- Nanda Perdana Putra, 3 Oktober 2016. "Selama Demo, Driver GO-JEK Tidak Ambil Orderan".
Dikutip dari <http://news.liputan6.com/read/2616419/selama-demo-driver-gojek-tidak-ambil-orderan>
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2013. Data perusahaan di Jakarta tahun 2013. Diambil dari <http://www.bps.go.id/index.php/linkTabelStatis/1054>
- FAQ Campaign. Gerakan Nasional 1000 Startup Digital. Diambil dari <http://1000startupdigital.id/i/faq>
- Rini, R. (2010). Pengaruh Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT. Permodalan Nasional Madani Banjarmasin. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. Vol.11 No.1 April, Hal 63-67.
- Rochmanuddin, 16 November 2015. "Honor Dipangkas, Belasan Driver Demo Kantor GO-JEK.
Dikutip dari <http://news.liputan6.com/read/2366869/honor-dipangkas-belasan-driver-demo-kantor-GO-JEK>