# PERSEPSI TERHADAP KOMPENSASI DENGAN *EMPLOYEE ENGAGEMENT* PADA *DRIVER* GO-JEK

**Rika Agustina1, Sowanya Ardi Prahara2**

1Universitas Mercu Buana Yogyakarta

email: rikaagustina1119@gmail.com

**Abstrak**

Go-Jek merupakan salah satu contoh dari fenomena transportasi darat online yang menunjukkan sentuhan teknologi daripada ojek pangkalan. Perusahaan Go-Jek ini menuntut mitra Go-Jek dapat mengikuti kebijakan-kebijakan yang ada sehingga menyebabkan driver tidak bersemangat, berkonsentrasi, dan kurang antusias dalam bekerja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara persepsi terhadap kompensasi dengan employee engagement pada driver Go-Jek di Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah 60 orang driver Go-Jek di Yogyakarta. Kriteria subjek dalam penelitian ini adalah driver Go-Jek di Yogyakarta yang menggunakan sepeda motor, jam kerja dengan order-an yang berada pada waktu sekitar makan siang, waktu pulang kerja kantor, dan waktu makan malam, dengan karyawan yang bersifat freelance. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan Skala Persepsi terhadap Kompensasi dan Skala Employee Engagement. Metode analisis data yang digunakan adalah korelasi product moment. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh koefisien korelasi sebesar (rxy) 0.456 dengan p= 0.000 (p < 0,050). Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara persepsi terhadap kompensasi dengan employee engagement pada driver Go-Jek di Yogyakarta.

**Kata kunci**: persepsi, kompensasi, *employee engagement*

# *RELATIONSHIP BETWEEN PERCEPTION OF COMPENSATION WITH EMPLOYEE ENGAGEMENTON GO-JEK DRIVERS*

***Abstract***

*Go-Jek is one example of the phenomenon of land transportation that shows the technological expansion of a base motorcycle taxi. This Go-Jek company demands that Go-Jek partners be able to take existing policies because it causes drivers to be unenthusiastic, manageable, and less enthusiastic about working. This study aims to determine the relationship between perception of compensation and employee engagement on Go-Jek drivers in Yogyakarta. The sampling technique used was purposive sampling. The subjects in this study were 60 Go-Jek drivers in Yogyakarta. Criteria for subjects in this studied Go-Jek drivers in Yogyakarta who use motorbikes, work hours with orders that are around lunch , return time office work, and dinner, with freelance employees. Data collection is done using the Perception of Compensation Scale and the Employee Engagement Scale. Data analysis method used is product moment correlation. Based on the results of the study, obtained a correlation coefficient of (rxy) 0.456 with p = 0.000 (p <0.050). This shows that there is a significant positive relationship between perception of compensation with employee engagement on Go-jek drivers in Yogyakarta.*

***Keywords:*** *perception,* c*ompensation,* e*mployee engagement.*

# PENDAHULUAN

Pada zaman modern ini, perkembangan transportasi dan komunikasi beriringan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Semakin maju dan berkembang ilmu pengetahuan dan teknologi berdasarkan perkembangan inovasi maka semakin memajukan dan mencanggihkan transportasi dan komunikasi di masyarakat. Perkembangan transportasi dan komunikasi tersebut menjadi penyebab kemunculan fenomena transportasi darat *online* di seluruh dunia, bahkan di Indonesia (Wijaya, 2016).

Banyak contoh-contoh inovasi dalam bidang transportasi darat *online* di Indonesia (Wijaya, 2016), yaitu Go-Jek, GrabBike, UberJek, BluJek, GetJek, Ojek Syari`i, Taxi Bike, O`Jack Taxi Motor, Mas Ojek, dan sebagainya. Inovasi transportasi tersebut merupakan terobosan terbaru yang bersifat multikreatif. Selain itu, inovasi transportasi ini memberikan sumbangan pada perkembangan Transportasi Nasional dan menciptakan lapangan pekerjaan yang sangat signifikan bagi masyarakat Indonesia. Salah satu contoh inovasi yang merupakan pemimpin revolusi industri transportasi di Indonesia adalah Go-Jek.

Menurut Wijaya (2016), Go-Jek merupakan perusahaan berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi *online*. Selain sebagai revolusi sarana transportasi rakyat, Wijayanto (2018) juga menyatakan bahwa Go-Jek merupakan fenomena terkini bisnis teknologi di Indonesia. Tokoh yang melatar belakangi munculnya Go-Jek, yaitu Nadiem Makarim. Nadiem adalah putra Indonesia yang lahir pada tanggal 4 Juli 1984. Menurutnya selama ini para *driver* ojek pangkalan mempunyai waktu yang sangat tidak produktif. Hal tersebut dikarenakan banyak waktu yang terbuang sia-sia selama menunggu pelanggan dan mencapai giliran untuk mendapatkan pelanggan. Bahkan tidak dipungkiri ketika giliran-nya tiba, pelanggan kadang banyak dan kadang sedikit. Oleh karena itu, pada tahun 2010, perusahaan Go-Jek mulai dirintis dengan menggunakan sistem yang simpel dan slogan perusahaan “*An Ojek for Every Need*”. Go-Jek bermitra dengan para *driver* ojek.

Awal mula peluncuran aplikasi, Go-Jek memiliki 3 layanan, yaitu transportasi, kurir, dan layanan belanja. Layanan tersebut dilakukan dengan menggunakan kendaraan sepeda motor sebagai perusahaan transportasi roda dua. Kemudian, muncul berbagai jenis kendaraan selain kendaraan sepeda motor, yaitu kendaraan mobil dan bus. Layanan-layanan yang disediakan Go-Jek juga semakin beragam, yaitu *Go-Ride*, *Go-Car*, *Go-Food*, *Go-Send*, *Go-Mart*, *Go-Box*, *Go-Message*, *Go-Clean*, *Go-Glam*, *Go-Tix*, *Go-Busway*, *Go-Pay*, *Go-Med*, *Go-Auto*, *Go-Pulsa*. Walau banyak jenis kendaraan yang disediakan, kendaraan sepeda motor menjadi pilihan utama bagi yang mengejar waktu di kondisi kemacetan lalu lintas, harga yang jauh lebih murah daripada taksi, dan tingkat kecelakaan lebih rendah (Wijayanto, 2018).

Kecanggihan aplikasi Go-Jek memudahkan *driver* dan pelanggan. Kecanggihan ini didukung dengan konsep yang dimunculkan Go-Jek. Konsep tersebut menunjukkan sentuhan teknologi daripada ojek pangkalan. Salah satunya, fasilitas dan pelayanan yang diberikan Go-Jek sesuai dengan target pelanggan. Bagi pelanggan, hal utama dalam berpergian adalah keamanan dan kenyamanan. Oleh karena itu, mitra Go-Jek menunjukkan kerapihan, wangi, teratur, efesien, aman, dan nyaman. Ditambah dalam aplikasi Go-Jek, pelanggan hanya perlu terhubung dengan internet dan tidak perlu repot pergi ke pangkalan untuk memantau posisi lokasi *driver* dibandingkan *driver* ojek pangkalan. *Driver* ojek pangkalan menunjukkan kurang mengikuti perkembangan, kurang efesien, dan tidak semua pelanggan dekat dengan lokasi pangkalan (Wijayanto, 2018).

Daya tarik aplikasi Go-Jek terletak pada para *driver* tidak perlu lagi mangkal sepanjang hari seperti yang dilakukan *driver* ojek pangkalan. Ditambah pendapatan yang menjanjikan, jam kerja yang fleksibel, dan keluwesan dalam pembayaran membuat *driver* tertarik menjadi mitra Go-Jek (Wijayanto, 2018). Namun, sebagai mitra Go-Jek, beberapa aturan kebijakan berkaitan dengan aplikasi yang perlu diperhatikan untuk menunjang pelayanan terbaik *driver* kepada pelanggan (Tim Go-Jek, 2019a, 2019b), yaitu: pastikan untuk tidak memilih-milih orderan, pastikan mengambil semua tawaran orderan yang masuk di aplikasi, kemudian menjalankan dan menyelesaikan semua orderan tanpa membatalkan orderan yang telah diterima, jika terpaksa membatalkan pastikan terlebih dahulu menelpon pelanggan minimal sebanyak 3 kali dalam waktu 15 menit, kurangi mengabaikan tawaran orderan karena dapat mengalami *suspend* sementara selama 30 menit, pastikan atur status aplikasi menjadi ‘tidak aktif’ apabila sedang dalam tidak ingin menerima orderan, seperti saat istirahat, makan, dan lain-lain, pastikan menyelesaikan order dengan tingkat penyelesaian sesuai performa di kota masing-masing untuk mendapatkan bonus dengan batas waktu sampai tengah malam, seperti: 20 *point* yang harus dicapai *driver* di Yogyakarta.

Peraturan kebijakan lainnya dalam pelaksanaan penunjang pelayanan terbaik driver Go-Jek (Tim Go-Jek, 2019c), yaitu memakai seragam berupa Jaket Go-Jek, perlengkapan *safety riding* berupa helm dan masker, mengikuti pelatihan khusus berkendara aman. Di pelatihan berkendara aman, *driver* Go-Jek akan diajarkan cara aman dan nyaman membawa penumpang, mengemudi, teknik melalukan pengereman dalam keadaan darurat, dan pemahaman rambu lalu lintas. Wijayanto (2018) juga menyatakan bahwa dalam pelaksanaan penunjang pelayanan, driver Go-Jek diminta memberikan pelayanan prima. Tim Go-Jek (2019d) menegaskan bahwa peraturan kebijakan tersebut dituntut untuk wajib ditaati sebagai prasyarat menjadi mitra Go-Jek

Tuntutan kerja menurut Schaufeli dan Bakker (2004) dapat berubah menjadi *job stressor* ketika bertemu dengan tantangan yang memerlukan banyak usaha dan menimbulkan depresi, kecemasan, dan *burnout* ketika ditanggapi dengan negatif. Lebih lanjut dalam penelitian Crawford, LePine, dan Rich (2010) mengenai hubungan tuntutan kerja dan sumber daya terhadap *employee engagement* dan kelelahan: lanjutan teori dan tes meta-analitik didapat bahwa tuntutan kerja yang dinilai sebagai tantangan secara konsisten berhubungan positif dengan *employee engagement* sedangkan tuntutan kerja yang dinilai sebagai hambatan secara konsisten berhubungan negatif dengan *employee engagement*.

*Employee engagement* menurut Schaufeli dan Bakker (2004) sebagai hal positif, keterikatan penuh, dan keadaan pikiran yang berhubungan dengan pekerjaan yang dikarakteristikan dengan *vigor*, *dedication*, dan *absorption*. *Employee engagement* mempunyai tiga karakteristik menurut Schaufeli dan Bakker (2004), yaitu *vigor*, *dedication*, dan *absorption*. *Vigor* (semangat) ditandai dengan curahan energi dan ketahanan mental yang tinggi saat bekerja, kesediaan atau kemauan untuk menginvestasikan segala upaya dalam suatu pekerjaan, dan tekun atau kegigihan dalam menghadapi kesulitan dalam bekerja. *Dedication* (dedikasi) ditandai dengan rasa inspirasi, kebanggaan, kebermaknaan, antusiasme, dan tantangan di tempat kerja. *Absoption* (penghayatan) ditandai dengan memiliki konsentrasi yang penuh, bahagia dalam bekerja, dan sangat senang hati dengan pekerjaan sehingga waktu berlalu dengan cepat dan seseorang merasa kesulitan melepaskan diri dari pekerjaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gallup (Younger, 2019) mengungkapkan bahwa hanya 34% karyawan di Amerika yang terikat menunjukkan keterlibatan, antusias, dan komitmen pada pekerjaan dan tempat kerjanya, 53% karyawan yang tidak terikat mungkin umumnya menunjukkan kepuasan namun disisi lain pikiran dan perasaannya tidak terlibat pada pekerjaan dan tempat kerjanya, selain itu karyawan juga biasanya melakukan pekerjaan sesuai dengan standar minimum dalam bekerja tetapi jika mendapatkan penawaran yang lebih bagus maka karyawan tersebut akan segera meninggalkan perusahaan, dan sisanya 13% karyawan yang secara aktif tidak terikat disebabkan karena memiliki pengalaman kerja yang tidak menyenangkan. Temuan penelitian Gallup tersebut mirip dengan laporan Upwork, *“Freelancing in America*” pada tahun 2018, menunjukkan bahwa 29% karyawan di Amerika memiliki alternatif pekerjaan sebagai pekerjaan utama, meliputi 24% sebagai *full-time*, 49% sebagai *part-time*, dan sisanya 27% *freelance*. Dari 27% *presentase freelance* yang mempunyai *multiple job*, yaitu 36% pekerjaan, seperti *freelance*, *independent contractor*, karyawan proyek sementara, atau *part-time*. Selain itu, menurut survei Dale Carnegie di Indonesia pada 1.500 *responden* dengan populasi pekerja umum menunjukkan bahwa terdapat 29% karyawan yang *engaged*, 19% *disengaged*, dan 52% *partially-engaged* (Dale Carnegie, 2017).

*Employee engagement* pada karyawan tidak terbentuk dengan sendirinya, namun dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Federman (2009) salah satu faktor esensial yang mempengaruhi *employee engagement* adalah kompensasi.

Hal ini didukung pendapat Dajani (2015) bahwa kompensasi dan tunjangan merupakan prediktor yang kuat terhadap keterikatan kerja.

Menurut Robbins dan Judge (2013) persepsi adalah proses individu mengatur dan menafsirkan tayangan sensori untuk memberikan makna pada lingkungan sekitar. Menurut Mondy dan Martocchio (2016) kompensasi adalah total semua penghargaan yang disediakan sebagai imbalan atau ganti atas kerja karyawan. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi terhadap kompensasi merupakan penilaian individu terhadap makna dari upaya atau timbal balik yang diberikan kepada pekerjaannya, berupa uang, asuransi, tunjangan, dan sebagainya.

Komponen-komponen dalam kompensasi menurut Mondy dan Martocchio (2016) terdiri dari dua, yaitu *financial compensation* dan *nonfinancial compensation*. *Financial compensation* terdiri dari semua penghargaan dalam bentuk finansial kepada karyawan yang bersangkutan, baik secara langsung maupun tidak langsung. terdiri dari kepuasan yang diterima karyawan dari pekerjaan, dan psikologis atau lingkungan fisik tempat karyawan tersebut bekerja. *Nonfinancial compensation* terdiri dari kepuasan yang diterima karyawan dari pekerjaan, psikologis, atau lingkungan fisik tempat karyawan tersebut bekerja.

Berdasarkan penelitian McMullen dan Hay Group (2013) menemukan bahwa *engagement* dapat ditingkat ketika karyawan dan manajer diberi program penghargaan. Misalnya, karyawan diberikan pilihan imbalan non-finansial, kenaikan gaji pokok, dan tunjangan. Hal tersebut telah terbukti menjadi cara efektif bagi banyak organisasi. Di sisi lain, Saks (2006) dengan *social exchange theory* atau disebut juga dengan SET menunjukkan bahwa hubungan timbal balik antara perusahaan dan karyawan dapat memunculkan *employee engagement*. Cropanzano dan Mitchell (2005) memberi satu contoh SET, yaitu ketika karyawan menerima sumber daya ekonomi berupa kompensasi dari organisasi, karyawan merasa mempunyai kewajiban untuk membalasnya dengan berbagai cara. Salah satunya menurut Saks (2006) dengan tingkatan tinggi atau rendah *employee engagement*. Berarti karyawan lebih memilih untuk meningkatkan *employee engagement* sebagai bentuk balasan terhadap kompensasi yang diterima. Andrew dan Sofian (2011) menambahkan bahwa SET menjadi pondasi karyawan untuk memutuskan *engaged* atau tidak *engaged* pada pekerjaannya tergantung pada positif atau negatif persepsi terhadap kompensasi dan dukungan organisasi yang diterima.

Karyawan yang memiliki penilaian positif atau negatif terhadap kompensasi tergantung pada keadilan dan keseimbangan kompensasi yang diterima karyawan. Kompensasi yang adil dan seimbang dengan kondisi kerja akan menciptakan motivasi karyawan dalam bekerja (Dajani, 2015). Menurut Riani (2010) keadilan, kelayakan, dan besarnya kompensasi yang diberikan perusahaan mampu menarik, mempertahankan, dan mendorong karyawan agar bekerja dengan produktif. Lebih lanjut, jika kompensasi yang diberikan perusahaan dirasa cukup memadai untuk menghidupi diri dan keluarganya, maka karyawan akan tetap bekerja. Saks (2006) menyatakan bahwa karyawan membalas kompensasi yang diterima dengan cenderung *engaged*. Hal tersebut tercermin dari karyawan lebih mendalami perannya dan mencurahkan lebih banyak pikiran, emosi, dan tindakan ke pekerjaannya. Crabtree (2013) menambahkan karyawan yang *engaged* menunjukkan komitmen dan kecenderungan memberikan kontribusi positif bagi organisasi.

Sebaliknya, Riani (2010) menyatakan bahwa karyawan akan bereaksi negatif jika karyawan mengetahui karyawan satu dengan karyawan yang lain memiliki usaha, kinerja, dan perilaku kerja yang sama, namun menerima kompensasi yang berbeda. Kompensasi yang tidak memadai untuk menghidupi diri dan keluarga juga dapat membuat karyawan tidak bergairah saat bekerja, bekerja dengan seadanya, penurunan produktivitas kerja, dan berpikir untuk pindah ke perusahaan lain yang kompensasinya lebih besar. Lebih lanjut, kegagalan dalam memberikan kompensasi dapat membuat karyawan *disengaged* dengan menarik diri dan melepaskan diri dari perannya (Saks, 2006). Crabtree (2013) menambahkan karyawan yang *disengaged* ditunjukkan dengan kurangnya motivasi dan kurang usaha terhadap tujuan organisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan dan Nurtjahjanti (2016) menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara persepsi kompensasi dengan *employee engagement*. Karyawan dengan *employee engagement* yang tinggi menurut Marciano (2010) akan tetap termotivasi walau dalam kondisi yang tidak menguntungkan, seperti kerusakan peralatan, adanya tekanan waktu, dan sebagainya. Selain itu, karyawan juga berusaha keras menetapkan diri pada tujuan agar dapat berkontribusi dalam pencapaian misi organisasi. Kontribusi itu dapat menciptakan perasaan puas pada karyawan. Sebaliknya, karyawan dengan *employee engagement* yang rendah cenderung terlihat termotivasi hanya dalam kondisi yang menguntungkan atau demi kepentingan pribadi dalam jangka waktu singkat. Dengan kata lain, karyawan akan termotivasi untuk mencapai kepentingan pribadi secepat mungkin tanpa memerdulikan sekitarnya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kurniawan dan Nurtjahjanti (2016) yang menggunakan variabel kompensasi dan *employee engagement* pada karyawan PT X terdapat pada teori persepsi terhadap kompensasi dan karakteristik subjek. Pada penelitian Kurniawan dan Nurtjahjanti menggunakan teori persepsi menurut Coren, Ward, dan Enns (2002) yang digabung dengan komponen kompensasi dari Ivanchevich, John, Konopaske, dan Matteson (2006). Sedangkan pada penelitian ini menggunakan teori terbaru menurut Mondy dan Martocchio (2016). Karakteristik subjek pada penelitian Kurniawan dan Nurtjahjanti (2016) adalah karyawan tetap dan level staf, sedangkan dalam penelitian ini adalah *driver* Go-Jek di Yogyakarta. Oleh karena itu, tujuan dan manfapenelitian yang diajukan penulis mengenai apakah ada hubungan antara persepsi terhadap kompensasi dengan *employee engagement* pada *driver* Go-Jek di Yogyakarta?.

Penelitian ini memiliki tujuan dan manfaat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara persepsi terhadap kompensasi dengan *employee engagement* pada *driver* Go-Jek di Yogyakarta. Selanjutnya, manfaat dalam penelitian ini adalah meningkatkan ilmu psikologi yang berhubungan spesifik dengan *employee engagement* dan kompensasi, serta memberikan informasi dan gambaran tentang *employee engagement* dan kompensasi baik bagi subjek maupun bagi PT Go-Jek Indonesia.

# METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan subjek dalam penelitian ini berjumlah 60 orang *driver* Go-Jek yang berdomilisi di Yogyakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kriteria-kriteria atau pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Kriteria dalam penelitian ini adalah *driver* Go-Jek di Yogyakarta yang menggunakan kendaraan roda dua atau sepeda motor, jam kerja dengan order-an yang berada pada waktu sekitar makan siang, waktu pulang kerja kantor, dan waktu makan malam, dengan karyawan yang bersifat *freelance*. Penyebaran data tersebut di kecamatan Sleman.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Skala psikologis dalam penelitian ini, yaitu skala *employee engagement* dan skala persepsi terhadap kompensasi. Skala *employee engagement* tersebut disusun oleh peneliti menggunakan skala dari Kasim (2019) berdasarkan karakteristik dari Schaufeli dan Bakker (2004), yaitu *vigor*, *dedication*, *absorption*. Skala ini berjumlah 15 aitem yang masing-masing karakteristik terdiri dari 5 aitem *favorable*. Skala ini juga memiliki koefisien aitem total (rix) bergerak dari rentang 0,361 sampai 0,718 dengan nilai reliabilitas alpha (α) sebesar 0,893.

Selanjutnya, skala persepsi terhadap kompensasi disusun peneliti oleh peneliti berdasarkan teori dari Mondy dan Martocchio (2016) ada dua, yaitu *financial compensation* dan *nonfinancial compensation*. Skala ini berjumlah berjumlah 16 aitem yang masing-masing karakteristik terdiri dari 8 aitem *favorable*. Skala ini juga memiliki koefisien aitem total (rix) bergerak dari rentang 0,315 sampai 0,667 dengan nilai reliabilitas alpha (α) sebesar 0,885.

Terakhir, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu korelasi *product moment*.

# HASIL

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan suatu data terdistribusi normal atau tidak menggunakan model *Kolmogorov-Smirnov (KS-Z)*. Berdasarkan hasil uji normalitas variabel *employee engagement* di peroleh KS-Z = 0,101 dengan p = 0,199 (p > 0,050) sebaran data varibel *employee engagement* mengikuti sebaran data normal. Selanjutnya, persepsi terhadap kompensasi KS-Z = 0,081 dengan p = 0,200 (p > 0,050) berarti sebaran data variabel persepsi terhadap kompensasi mengikuti sebaran data normal.

Berdasarkan hasil uji linieritas pada penelitian ini di peroleh F = 19,371 dan p = 0,000 berarti hubungan antara persepsi terhadap kompensasi dengan *employee engagement* merupakan hubungan yang linier.

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment.* Berdasarkan hasil analisis data menggunakan analisis korelasi *product moment* pada penelitian ini menunjukan bahwa hipotesis memiliki hubungan positif antara persepsi terhadap kompensasi dengan *employee engagement* diperoleh koefisien korelasi (rxy) sebesar = 0,456 dengan p = 0,000 (p < 0,050) hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan peneliti bahwa semakin positif persepsi terhadap kompensasi maka cenderung semakin tinggi *employee engagement*, sebaliknya semakin negatif persepsi terhadap kompensasi maka cenderung semakin rendah *employee engagement*.

# PEMBAHASAN

Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukan bahwa persepsi terhadap kompensasi sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi *employee engagement* pada *driver* Go-Jek di Yogyakarta. Menurut Robbins dan Judge (2013) persepsi adalah proses individu mengatur dan menafsirkan tayangan sensori untuk memberikan makna pada lingkungan sekitar. Mondy dan Martocchio (2016) menyatakan bahwa kompensasi adalah total semua penghargaan yang disediakan sebagai imbalan atau ganti atas kerja karyawan. Berdasarkan uraian di atas, dapat simpulkan bahwa persepsi terhadap kompensasi merupakan suatu cara individu mengatur dan menafsirkan tayangan sensori sehingga dapat memberikan makna atas upaya atau umpan balik yang diberikan ke pekerjaan, seperti uang, asuransi, tunjangan, dan sebagainya. Persepsi terhadap kompensasi mempunyai dua komponen-komponen menurut Mondy dan Martocchio (2016), yaitu *financial compensation* dan *nonfinancial compensation*.

Komponen *financial compensation* terdiri dari semua penghargaan dalam bentuk finansial kepada karyawan yang bersangkutan. *Financial compensation* terdiri dari pembayaran atau kompensasi yang diterima karyawan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam bentuk upah, gaji, komisi, bonus, liburan berbayar, perawatan medis, dan asuransi Mondy & Martocchio, 2016).

Karyawan yang mempersepsikan positif terhadap kompensasi finansial menunjukan penilaian bahwa perusahaan dapat memberikan pembayaran langsung secara adil seperti upah, gaji, insentif, komisi, dan bonus. Persepsi keadilan yang ada pada karyawan berhubungan positif dengan peningkatan komitmen, peningkatan kepuasan kepada perusahaan, pekerjaan, dan pemimpin, juga peningkatan perilaku sebagai bagian dari organisasi atau perusahaan (Dessler, 2017). Selain itu, keadilan yang dirasakan oleh karyawan dapat memuaskan kebutuhannya sehingga karyawan merasa senang saat menjalani aktivitas kerja, antusias, dan bersungguh dalam menyelesaikan pekerjaannya (Kaswan, 2017). Lebih lanjut, kepuasan yang dirasakan oleh karyawan tersebut juga dapat mempengaruhi keputusan karyawan mengenai seberapa keras karyawan dalam bekerja (Simamora, 2004). Hal tersebut menunjukkan bahwa kompensasi finansial yang diberikan karyawan secara adil menurut Mathis, Jackson, Valentine, dan Meglich (2017) dapat mempengaruhi *employee engagement*.

Hal ini diperkuat dari hasil lapangan bahwa *driver* merasa upah yang ditetapkan oleh perusahaan sesuai dengan beban kerja, *driver* juga menilai bahwa bonus yang diberikan sudah sesuai dengan harapan, dan menurut *driver* asuransi kecelakaan yang diberikan mudah diklaim sehingga hal tersebut membuat driver lebih bersemangat dalam bekerja, driver jadi lebih menikmati dalam bekerja, dan tanggung jawabnya bisa dilaksanakan dengan lebih baik.

Komponen *nonfinancial compensation* terdiri dari kepuasan yang diterima karyawan dari pekerjaan, psikologis, atau lingkungan fisik tempat karyawan tersebut bekerja. Misalnya contoh yang termasuk pada pekerjaan, yaitu kebermaknaan, apresiasi, kepuasan, pembelajaran, kesenangan, dan tantangan (Mondy & Martocchio, 2016).

Karyawan yang memiliki persepsi positif terhadap kompensasi non-finansial berpandangan bahwa perusahaan dapat memberikan kebijakan yang sesuai harapannya melalui pengembangan karir, jabatan, peluang promosi, pengakuan karya, temuan baru, prestasi kerja, dan lingkungan kerja yang bersahabat, nyaman, menyenangkan, kondusif, disertai pujian (Zainal, Ramly, Mutis, dan Arafah, 2009). Kebijakan yang sesuai harapan menurut Robbins dan Coulter (2018) membuat karyawan merasa senang dengan pekerjaannya.

Selain itu, kebijakan tersebut menurut Mathis, Jackson, Valentine. dan Meglich (2017) dapat menjaga karyawan tetap termotivasi atau terdorong untuk bekerja. Karyawan yang termotivasi menunjukkan kontribusinya dengan kinerja saat bekerja. Lebih lanjut, menurut Feraro-Banta dan Shaikh (2017) karyawan yang tertarik dan termotivasi saat bekerja menunjukkan kinerja dengan pendapatan yang tinggi dan kepuasan dalam bekerja. Hal tersebut menunjukkan bahwa kompensasi non-finansial yang diberikan sesuai kebijakan menurut Abel (2013) dapat menciptakan kepuasan yang berpengaruh ke *employee engagement*, produktivitas, komitmen, dan loyalitas pada organisasi atau perusahaan.

Hal ini diperkuat dari hasil lapangan bahwa perusahaan memberikan apresiasi atas hasil kerja yang meningkat, mengadakan pelatihan sesuai dengan kebutuhan dan memberikan fasilitas penunjang pekerjaan sehingga hal inilah yang membuat driver berusaha memberikan hasil kerja dengan kualitas yang baik, menjadi lebih baik dalam menyelesaikan pekerjaannya, dan driver merasa betah dalam bekerja karena mempunyai rekan kerja yang dapat membantu ketika bekerja saat mengalami kesulitan.

Berdasarkan analisis data, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R²) dalam penelitian ini sebesar 0,208 yang berarti bahwa persepsi terhadap kompensasi memberikan sumbangan terhadap *employee engagement* sebesar 20,8% dan sisanya sebesar 79,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara persepsi terhadap kompensasi dengan *employee engagement*. Semakin positif persepsi terhadap kompensasi maka cenderung semakin tinggi *employee engagement*. Sebaliknya semakin negatif persepsi terhadap kompensasi maka cenderung semakin rendah *employee engagement*. Diterimanya hipotesis ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap kompensasi dianggap sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *employee engagement* pada driver Go-Jek di Yogyakarta.

# KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara persepsi terhadap kompensasi dengan *employee engagement* pada *driver* Go-Jek di Yogyakarta.

Selain itu, terdapat pula beberapa saran yang penulis perlu sampaikan dalam penelitian ini bagi PT Go-Jek Indonesia, diharapkan dapat memberikan bantuan pinjaman dan menyesuaikan upah yang ditetapkan dengan yang diharapan oleh driver. Bagi *driver* Go-Jek, agar memperoleh upah yang sesuai maka perlu mempertahankan serta meningkatkan semangat, antusias, konsentrasi, dan rasa tanggung jawab dalam bekerja. Terakhir, bagi penelitian selanjutnya, alangkah baiknya nanti jika penulis selanjutnya mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel independen lainnya selain hubungan persepsi terhadap kompensasi dengan *employee engagement*, variasi kriteria subjek yang diuji, dan dapat menguji faktor-faktor lain yang tidak penulis teliti.

# DAFTAR PUSTAKA

Abel, M. (2013). The social and financial benefits of developing employee satisfaction. *International Journal of Management & Information Systems (IJMIS)*, *17*(2), 83–88. https://doi.org/10.19030/ijmis.v17i2.7711

Andrew, O. C., & Sofian, S. (2011). Engaging people who driver execution and organizational performance. *American Journal of Economics and Business Administration*, *3*(3), 569–575.

Crawford, E. R., LePine, J. A., & Rich, B. L. (2010). Linking job demands and resources to employee engagement and burnout: A theoretical extension and meta-analytic test. *Journal of Applied Psychology*, *95*(5), 834–848. https://doi.org/10.1037/a0019364

Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, *31*(6), 874–900. https://doi.org/10.1177/0149206305279602

Dajani, M. A. Z. (2015). The impact of employee engagement on job performance and organisational commitment in the Eqyptian Banking Sector. *Journal of Business and Management Sciences*, *3*(5), 138–147. https://doi.org/10.12691/jbms-3-5-1

Dale Carnegie. (2017). Employee engagement in Indonesia (with 2016 update). Retrieved May 16, 2020, from https://www.dalecarnegie.id/sumberdaya/unduh/employee-infographic/employee-engagement-in-indonesia-with-2016-update/

Dessler, G. (2017). *Human resource management* (15th ed.). USA: Pearson Education.

Federman, B. (2009). *Employee engagement: A roadmap for creating profits, optimizing performance, and increasing loyalty*. San Francisco: John Wiley & Sons.

Feraro-Banta, L., & Shaikh, S. Al. (2017). Relation of compensation and benefits on employees performance: A Study of audit firms in Bahrain. *International Advanced Research Journal in Science, Engineering and Technology (Iarjset)*, *4*(5), 175–183. https://doi.org/10.17148/iarjset.2017.4533

Kasim, M. A. Al. (2019). *Hubungan antara perceived organizational support dan job charateristic dengan employee engagement pada karyawan Bank X Kabupaten Riau* [Universitas Mercu Buana Yogyakarta]. Retrieved from http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/6189/1/Abstrak.pdf

Kaswan. (2017). *Psikologi industri dan organisasi*. Bandung: Alfabeta.

Kurniawan, B. W., & Nurtjahjanti, H. (2016). Hubungan antara persepsi terhadap kompensasi dengan employee engagement pada karyawan PT.X. *Jurnal Empati*, *5*(4), 732–737.

Marciano, P. L. (2010). *Carrots and sticks don’t work: Build a culture of employee engagement with the principles of RESPECT TM*. USA: McGraw-Hill.

Mathis, R. L., Jackson, J. H., Valentine, S. R., & Meglich, P. A. (2017). *Human resource management* (15th ed.). USA: Cengage Learning.

McMullen, T., & Hay Group. (2013). Reward strategy and practice: Eight recommendations to improve employee engagement. *Jounal of Compensation and Benefits*, 23–29.

Mondy, R. W., & Martocchio, J. J. (2016). *Human resources management* (14th ed.). USA: Pearson Education.

Riani, A. L. (2010). *Perspektif kompensasi Perusahaan, CEO, dan Karyawan*. Surakarta: Yuma Pustaka.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (11th ed.). USA: Pearson Education.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Organizational behavior* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, *21*(7), 600–619. https://doi.org/10.1108/02683940610690169

Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*, *25*, 293–315. https://doi.org/10.1002/job.248

Simamora, H. (2004). *Manajemen sumber daya manusia* (3rd ed.). Yogyakarta: STIE YKPN.

Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tim Go-Jek. (2019a). *Kebijakan Gojek*. Retrieved September 10, 2019, from https://driver.go-jek.com/s/article/Kebijakan-GO-JEK-1536836220960

Tim Go-Jek. (2019b). *Langkah 6: Tata tertib dan kebijakan Gojek*. Retrieved September 10, 2019, from https://driver.go-jek.com/s/article/Langkah-6-Tata-Tertib-dan-Kebijakan-GOJEK

Tim Go-Jek. (2019c). *Perjanjian kerjasama kemitraan Gojek*. Retrieved September 10, 2019, from https://www.gojek.com/app/kilat-contract/

Tim Go-Jek. (2019d). *Program pelatihan berkendara aman (safety training) di 16 kota*. Retrieved September 10, 2019, from https://driver.go-jek.com/s/article/Program-Pelatihan-Berkendara-Aman-Safety-Training-di-16-Kota

Wijaya, A. (2016). *Aspek hukum bisnis transportasi jalan online*. Jakarta Timur: Sinar Grafika.

Wijayanto, D. (2018). *Go-Jek: For every need*. Solo: Metagraf.

Younger, J. (2019). The facts on why the freelance revolution is large and growing. Retrieved May 16, 2020, from https://www.forbes.com/sites/jonyounger/2019/07/01/how-gallup-data-explains-the-vitality-of-the-freelance-revolution/amp/

Zainal, V. R., Ramly, H. M., Mutis, T., & Arafah, W. (2009). *Manajemen sumber daya manusia untuk Perusahaan: Dari teori ke praktik* (3rd ed.). Jakarta: Rajawali Pers.