

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Permasalahan**

Manusia merupakan makhluk sosial yang mempunyai banyak kebutuhan yang harus dipenuhi untuk kesejahteraan hidupnya. Pemenuhan kebutuhan hidup manusia dapat terealisasikan melalui alat transportasi, salah satunya adalah transportasi darat yang banyak diminati masyarakat (Abbas, 2000). Menurut Mangifera dan Dewi (2012) transportasi darat merupakan sarana utama masyarakat untuk mengefektifkan pekerjaan dan membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Masyarakat juga sangat tergantung pada transportasi darat untuk menunjang kebutuhan dalam beraktivitas. Selain itu, alasan utama penggunaan transportasi tersebut untuk mempersingkat waktu perjalanan sehingga dapat sampai pada tujuan yang telah ditetapkannya.

Perkembangan teknologi komunikasi yang cukup pesat membawa perubahan perilaku masyarakat dengan kehadiran jasa transportasi darat berbasis aplikasi *online*. Jasa transportasi data berbasis *online* sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam segala aktifitas secara cepat dan efisien. Lebih lanjut, fenomena transportasi *online* kini telah menyebar luas ke semua lapisan masyarakat (Giri & Dewi, 2017). Salah satunya adalah PT *Go-Jek* Indonesia yang telah beroperasi di 50 kota yang tersebar di Indonesia. Jenis-jenis layanan yang ditawarkan tidak hanya sebatas antar jemput penumpang, namun menawarkan berbagai jenis layanan.

PT *Go-Jek* Indonesia menawarkan layanan *Go-Send* yaitu layanan mengantarkan barang, *Go-Food* yaitu layanan membeli makan (*delivery*), *Go-Tix* yaitu layanan membeli tiket bioskop, *Go-Message* yaitu layanan pijat panggilan, *Go-Car* yaitu layanan antar jemput menggunakan mobil, dan *Go-Clean* yaitu layanan membersihkan ruangan (Go-Jek, 2017). Keunggulan dan berbagai layanan yang ditawarkan *Go-Jek* telah menyebar luas ke semua lapisan masyarakat salah satunya di Yogyakarta (Go-Jek, 2017). Menurut Pugago (2018) peluang bisnis di Yogyakarta sangat menjanjikan yang berdampak pada penghasilan dari pelaku usaha yang ada di sana, hal tersebut karena Yogyakarta merupakan kota pariwisata, pelajar, dan tingkat konsumtif yang tinggi sehingga setiap pelaku usaha memiliki kesempatan untuk mencapai kesuksesan. Salah satunya, bisnis transportasi *online* yaitu *Go-jek* yang saat ini dihadapkan persaingan yang ketat dengan kompetitornya (Aria, 2018).

Persaingan bisnis transportasi darat berbasis *online* sudah semakin kompetitif membuat perusahaan dituntut untuk mengoptimalkan unsur manusia yang dimilikinya yaitu *driver Go-Jek* (Mangifera & Isa, 2017). Pengoptimalan yang tepat dapat mewujudkan harapan PT *Go-jek* Indonesia yaitu karyawan sebagai ujung tombak dalam menentukan kemajuan perusahaan akan menjadi tumpuan ke depannya dalam menghadapi persaingan pasar (Go-Jek, 2017). Oleh karena itu, untuk mewujudkan harapan tersebut, karyawan terlebih dahulu diharuskan memiliki *engagement* agar dapat terikat secara fisik, kognitif, dan emosional dalam bekerja, sehingga terfokus pada tujuan dan kesuksesan perusahaan (Kahn dalam Albrecht, 2010).

*Employee engagement* merupakan pandangan hidup positif yang membawa karyawan pada keadaan pemenuhan diri untuk menumbuhkan rasa memiliki dan pada akhirnya karyawan merasa sulit melepaskan diri dengan pekerjaannya (Schaufeli, Salanova, Gonzalez & Bakker, 2002). Menurut Albrecht (2010) *employee engagement* merupakan keadaan motivasi yang tercermin dalam kemauan tulus untuk menginvestasikan kinerja yang terfokus pada tujuan dan kesuksesan organisasi. Robinson, Perryman, dan Hayday (2004) mendefinisikan *employee engagement* sebagai sikap positif yang ditunjukkan karyawan terhadap organisasi, nilai perusahaan, dan kooperasi sehingga meningkatkan kinerja untuk keuntungan organisasi. Lebih lanjut, *employee engagement* merupakan konsep yang dinilai dapat mengatur upaya-upaya bersifat sukarela, yaitu ketika memiliki pilihan karyawan akan bertindak lebih jauh untuk kepentingan organisasi.

*Employee engagement* terbagi dalam tiga aspek yaitu aspek *vigor* (semangat) merupakan tingginya tingkat kekuatan dalam bekerja, keinginan untuk berusaha dengan sungguh-sungguh menjalani pekerjaan, dan gigih menghadapi kesulitan dalam pekerjaannya. Aspek *dedication* (dedikasi) merupakan suatu perasaan yang penuh makna, antusias, inspirasi, kebanggaan dan menantang dalam melakukan pekerjaan. Aspek *absorption* (penghayatan) merupakan adanya konsentrasi, minat mendalam, tenggelam dalam pekerjaan, waktu terasa berlalu begitu cepat dengan begitu karyawan akan sulit melepaskan diri dari pekerjaan sehingga dapat melupakan segala sesuatu di sekitarnya (Schaufeli, dkk., 2002).

Karyawan yang *engaged* cenderung loyal terhadap pekerjaannya dan bersedia bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Tidak hanya bertahan, tetapi juga berkontribusi pada keuntungan perusahaan dengan bekerja secara produktif dan berkualitas (Triwijanarko, 2017). Menurut Kaswan (2017) karyawan yang *engaged* lebih bahagia dalam bekerja dan cenderung menceritakan hal positif tentang organisasinya kepada orang lain. Menurut Robinson, Perryman, dan Hayday (2004) *employee engagement* akan membuat karyawan memiliki kesadaran terhadap bisnis untuk memberikan upaya terbaik dalam meningkatkan kinerja. Karyawan secara sadar akan mengikat dirinya dalam pekerjaan dengan berkomitmen secara fisik, kognitif dan emosional untuk memberikan usaha terbaiknya melebihi apa yang dijadikan target perusahaan (Kahn dalam Albercht, 2010).

Akan tetapi pada kenyataannya, menurut Riset Dale Carnegie Indonesia yang menyertakan 1.200 karyawan menunjukkan bahwa hanya 25% karyawan yang *engaged*, 9% *disengaged*, dan 66% *partially-engaged*. Karyawan *partially-engaged*, tentunya mengkhawatirkan karena bisa berpindah ke *disengaged* jika perusahaan tidak lekas mengambil langkah antisipasi. Selain itu, survey yang dilakukan Hewitt (2012) tentang *employee engagement* di seluruh dunia yang mencakup 6.7 juta karyawan pada lebih dari 2.900 perusahaan menunjukkan penurunan tingkat *engaged* karyawan dari 60% di tahun 2009 menjadi 56% di tahun 2010. Data tersebut memperlihatkan bahwa masih banyak karyawan yang belum terlibat dalam pekerjaannya, sehingga sangat disayangkan karena peran unsur manusia di perusahaan sangat penting untuk dapat meraih kesuksesan perusahaan.

Sejalan dengan data tersebut, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 20 Januari 2018 sampai 23 Januari 2018 di Yogyakarta, dengan 10 *driver Go-Jek* yang menggunakan aspek *employee engagement* dari Schaufeli, dkk. (2002) yaitu *vigor*, *dedication* dan *absorption*. Didapatkan hasil 8 dari 10 *driver Go-Jek* yang mengatakan bahwa melayani *costumer* hanya sebatas professional saja, jika mendapat orderan di malam hari subjek kurang bersemangat dan ketika cuaca buruk tidak menerima *costumer*. Subjek kurang antusias dalam bekerja karena ketika orderan sedikit merasa kecewa namun jika terlalu banyak merasa kelelahan dan subjek menolak mengantar orderan dengan jarak yang jauh. Subjek juga merasa tidak berkonsentrasi mengendarai kendaraan ketika sedang ada masalah dan pekerjaannya hanya sebatas batu loncaran saja, karena jika ada pekerjaan yang lebih bagus subjek akan pindah bekerja. Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa 8 dari 10 subjek belum memiliki *employee engagement* di dalam dirinya.

*Employee engagement* berperan penting dalam lingkup bisnis karena menjadi salah satu langkah yang berdampak pada hasil bisnis dengan bertahannya karyawan di tempat kerja (Kahn dalam Albercht, 2010). Hal ini juga dapat dijumpai pada *driver Go-Jek* yang bekerja dengan penuh dedikasi, maka akan lebih berkomitmen dan terikat dengan pekerjaannya (Aria, 2018). Menurut Schaufeli, dkk., (2002) dedikasi merupakan bagian penting dari *employee engagement*. Lebih lanjut, seseorang (*driver Go-Jek*) berdedikasi akan menjadikan pekerjaannya sebagai pengalaman berharga, menginspirasi dan menantang, sehingga jika terdapat berbagai kesulitan (seperti mengantar pesanan di waktu hujan maupun penumpang yang tidak mencapai target),

maka seseorang (*driver Go-Jek*) tidak akan patah semangat dan terus bekerja dengan pelayanan terbaiknya untuk tempatnya bekerja. Schaufeli, dkk., (2002) juga menyatakan bahwa *employee engagement* berperan penting sebagai pemicu terjadinya *vigor*, dimana seseorang (*driver Go-Jek*) yang memiliki aspek tersebut merasakan kesenangan terhadap setiap pekerjaannya, sehingga terhindar dari kelelahan dalam bekerja. Lebih lanjut, seseorang (*driver Go-Jek*) juga akan lebih menunjukkan *absorption*-nya dengan berkonsentrasi saat bekerja (membawa kendaraan) dan merasa waktu begitu cepat berlalu, sehingga tenggelam dalam pekerjaan dan sulit meninggalkan pekerjaannya. Pandangan tersebut menunjukkan bahwa *employee engagement* membuat karyawan dapat berkomitmen, antusias, dan menunjukkan prestasi kerja untuk keberlangsungan bisnis yang semakin kompetitif (Robinson, dkk., 2004).

Menurut Vazirani (2007) terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi *employee engagement* yaitu *career development* (pengembangan karier), *leadership* (kepemimpinan), *autonomy* (otonomi), *peers* (rekan kerja), *image* (pandangan), *communication* (komunikasi), *health and safety* (kesehatan dan keselamatan), *job satisfaction* (kepuasan kerja) dan usia, jabatan, serta lama bekerja. Dari faktor-faktor yang mempengaruhi *employee engagement*, maka peneliti memilih faktor kepuasan kerja. Menurut Kaswan (2017) kepuasan kerja secara signifikan dapat mempengaruhi *employee engagement*. Hal tersebut didukung berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lumbantoruan (2015) bahwa terdapat hubungan positif antara kepuasan kerja dengan *employee engagement*.

Hal tersebut juga didukung berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 20 Januari 2018 sampai 23 Januari 2018 di Yogyakarta, dengan 10 *driver Go-Jek*. yang menggunakan aspek kepuasan kerja dari Wexley dan Yukl (2003) yaitu pekerjaan, kompensasi, dan atasan. Didapatkan hasil 8 dari 10 *driver Go-Jek* yang mengatakan bahwa pekerjaan sebagai *driver* disara berat ketika cuaca buruk (hujan) dan larut malam yang harus mengantar *costumer* maupun pesanan. Menurut subjek penghasilan dari orderan tidak menentu sehingga membuatnya kecewa. Pada perusahaan ini tidak ada atasan karena sistemnya langsung ke perusahaan, sehingga ketika ada masalah subjek menyelesaikan sendiri walaupun terkadang membuatnya kesulitan. Berdasarkan hasil penelitian Lumbantoruan (2015) dan juga hasil wawancara, maka dapat disimpulkan bahwa *employee engagement* dapat tumbuh dalam diri *driver Go-Jek* karena adanya peran penting dari kepuasan kerja.

Kepuasan kerja merupakan cara karyawan merasakan pekerjaannya dengan generalisasi sikap terhadap pekerjaan yang didasarkan atas aspek-aspek pekerjaannya yang bermacam-macam (Wexley & Yukl, 2003). Kaswan (2017) mendefinisikan kepuasan kerja sebagai keadaan emosi positif maupun emosi negatif yang berasal dari penilaian karyawan tentang seberapa baik pekerjaan memberikan hal yang dinilai penting. Kepuasan kerja juga merupakan perasaan karyawan bahwa bekerja sebagai hal menyenangkan yang memberikan pertumbuhan karier, perkembangan peluang dalam bekerja, dan membuat karyawan untuk membantu dalam menyeimbangkan pekerjaan dan kehidupan pribadi (Robinson, dkk., 2004).

Kepuasan kerja terbagi dalam tiga aspek yaitu aspek pekerjaan merupakan perasaan serta sikap karyawan dalam memandang suatu pekerjaan. Aspek kompensasi merupakan sejumlah upah yang diterima karyawan sesuai dengan harapannya. Aspek pengawasan merupakan pandangan karyawan bahwa pengawas mampu berperilaku bijaksana dengan memberikan bantuan serta dukungan perilaku ketika dibutuhkan oleh karaywannya (Wexley & Yukl, 2003).

Menurut As'ad (2004) kepuasan kerja merupakan perasaan karyawan dalam memandang pekerjaannya, karyawan akan terpuaskan dengan adanya kesesuaian antara kemampuan, keterampilan dan harapan dengan pekerjaan yang dihadapi. Kepuasan kerja memiliki korelasi dengan berbagai variabel, salah satunya berkorelasi dengan variabel *employee engagement*. Apabila karyawan merasakan adanya kepuasan kerja, maka karyawan dapat melaksanakan pekerjaan dengan emosi positif yaitu perasaan senang dan bersemangat untuk menjalani pekerjaan sehingga akan menunjukkan rasa *engaged*-nya (Kaswan, 2017). Karyawan yang *engaged* cenderung loyal dan bersedia bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Tidak hanya bertahan, tetapi juga berkontribusi pada keuntungan perusahaan, serta bekerja secara produktif dan berkualitas (Triwijanarko, 2017). Hal tersebut menjadikan kepuasan kerja secara konsisten berkaitan dengan seberapa besar *employee engagement* yang dimiliki karyawan (Kaswan, 2017). Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian Karangan (2015) yang mengungkapkan bahwa kepuasan kerja memberikan sumbangan efektif sebesar 60.8% terhadap *employee engagement*.



Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, menunjukkan bahwa diperlukan sebuah strategi dari PT *Go-Jek* Indonesia untuk keberhasilan karyawan atau *driver Go-jek* yang bekerja di Yogyakarta dalam melaksanakan pekerjaan pada bisnis transportasi darat berbasis *online*, yaitu dengan mengembangkan penilaian positif terhadap seberapa jauh pekerjaan secara keseluruhan dapat memuaskan kebutuhannya. *Driver Go-Jek* yang terpuaskan atas kebutuhannya akan memiliki kesadaran bisnis sehingga dapat terlibat secara penuh untuk menunjukkan prestasi kerja dan mempertahankan dirinya di tempat kerja. Oleh karena itu, *driver Go-Jek* akan mewujudkan harapan perusahaan yaitu dapat menjadi tumpuan ke depannya untuk menghadapi persaingan pasar di Yogyakarta yang semakin kompetitif, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan antara kepuasan kerja dengan *employee engagement* pada *driver Go-Jek* yang bekerja di Yogyakarta?”

## **B. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepuasan kerja dengan *employee engagement* pada *driver Go-Jek* yang bekerja di Yogyakarta.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam bidang psikologi industri dan organisasi, khususnya yang berhubungan dengan sumber daya manusia.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi subjek

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang *employee engagement* dan kepuasan kerja, informasi tersebut membuat subjek mengetahui dan memahami seberapa besar kepuasan kerja dan *engagement* yang dimilikinya sehingga dapat mendorong subjek agar lebih puas dalam menjalani pekerjaannya, kepuasan kerja inilah yang dapat menumbuhkan bahkan meningkatkan *engagement* dengan sungguh-sungguh dalam bekerja, berdedikasi, dan sulit melepaskan diri dari pekerjaan.

2) PT *Go-Jek* Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran bagi PT *Go-Jek* Indonesia untuk merancang intervensi tentang pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimilikinya, terutama mengenai seberapa besar kepuasan kerja yang dimiliki *driver Go-Jek* sehingga SDM yang puas akan bekerja tanpa beban dan penuh kebahagiaan, hal tersebut dapat menimbulkan bahkan meningkatkan *engagement* dengan menunjukkan kegigihan untuk mempercepat tercapainya tujuan organisasi yaitu mampu bersaing dengan pelayanan terbaik.