

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di zaman ini, transportasi merupakan suatu kebutuhan bagi masyarakat yang tinggal di perkotaan untuk kebutuhan sehari-hari. Transportasi itu sendiri merupakan tindakan atau kegiatan mengangkut atau memindahkan muatan (barang dan orang) dari suatu tempat ke tempat yang lain atau dari tempat asal ke tempat tujuan (Adisasmita, 2011). Selain untuk memindahkan barang dan orang, transportasi dapat dijadikan penyedia layanan dalam kepentingan sektor industri, perdagangan, pertambangan, kesehatan dan wisata (Rahardjo, 2005). Bagi masyarakat perkotaan, transportasi merupakan alat bantu untuk mengarahkan pembangunan di daerah perkotaan dan sebagai prasarana bagi pergerakan manusia dan/atau barang yang timbul akibat adanya kegiatan di daerah perkotaan tersebut (Tamin, 2005).

Transportasi memiliki peranan yang sangat penting. Transportasi di perkotaan berpengaruh dalam pembentukan kota itu sendiri, yaitu dalam hal kemudahan aksesibilitas penduduk di dalamnya dan sebagai alat bantu untuk mengarahkan pembangunan di perkotaan serta prasarana bagi pergerakan manusia dan barang (Chairunisa & Rachmawati, 2012). Oleh karena itu, transportasi menjadi penting bagi masyarakat perkotaan, sehingga kebutuhan akan transportasi terus meningkat seiring dengan laju pertumbuhan penduduk.

Berdasarkan data yang diambil dari pusat data dan sistem informasi Pertanian Sekretariat Jenderal 2014 jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2010 sebanyak 237.990.914 jiwa. Angka tersebut meningkat pada tahun 2014, yaitu 251.580.248 kemudian memiliki peningkatan pada tahun 2015 mencapai 254.862.910.

Seluruh area Indonesia mengalami peningkatan jumlah penduduk, termasuk di Pulau Jawa. Jumlah penduduk Indonesia di Pulau Jawa pada tahun 2010 mencapai lebih 40.000.000 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2010). Angka tersebut naik lagi pada tahun 2015, yaitu lebih dari 70.000.000 jiwa (Pusat data pertanian, 2015)

Tabel 1.1 Laju pertumbuhan penduduk

Provinsi	Jumlah dan Laju Pertumbuhan Penduduk per Tahun				
	2010	2014	2015	2010-2015	2014-2015
Kediri	269 193	278 072	280 004	0.79	0.69
Blitar	132 383	136 903	137 908	0.82	0.73
Malang	822 201	845 973	851 298	0.70	0.63
Probolinggo	217 679	226 777	229 013	1.02	0.99
Pasuruan	186 805	193 329	194 815	0.84	0.77
Surabaya	2 771 615	2 833 924	2 848 583	0.55	0.52
Batu	190 806	198 608	200 485	0.99	0.95
Jawa Timur	37 565 706	38 610 202	38 847 561	0.67	0.61

(Sumber: Badan Pusat Statistik, 2015)

Adanya laju pertumbuhan penduduk untuk wilayah Jawa Timur dan sekitarnya dari tahun-ke tahun membuktikan bahwa pertumbuhan penduduk selalu meningkat diikuti oleh perkembangan laju penduduk. Khususnya dari

Surabaya, jumlah penduduk meningkat sekitar 100.000 dari tahun 2010 ke 2014 dan 2015. Adanya perkembangan laju penduduk, maka kebutuhan pada sektor transportasi makin bertambah (Simbolon, 2012). Jumlah kendaraan bermotor dari rentang tahun 1987 hingga tahun 2014 sebagai berikut:

Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis tahun 1987-2014

Tahun	Mobil Penumpang	Bis	Sepeda Motor	Jumlah
2005	5076230	1110255	28531831	37623432
2006	6035291	1350047	32528758	43313052
2007	6877229	1736087	41955128	54802680
2008	7489852	2059187	47683681	61685063
2009	7910407	2160973	52767093	67336644
2010	8891041	2250109	61078188	76907127
2011	9548866	2254406	68839341	85601351
2012	10432259	2273821	76381183	94373324
2013	11484514	2286309	84732652	104118969

(Sumber: Badan pusat statistik, 2014)

Menurut tabel di atas, jumlah kendaraan pribadi, yaitu mobil penumpang dan sepeda motor memiliki peningkatan sekitar 1.000.000 unit setiap tahun, sedangkan transportasi umum massal yang sekitar 10.000 hingga 30.000 setiap tahun. Peningkatan ini diikuti oleh angka laju pertumbuhan penduduk yang selalu bergerak sehingga laju pertumbuhan berpengaruh pada sektor transportasi ini.

Pertumbuhan laju penduduk dan sektor transportasi yang tinggi, menyebabkan permasalahan kemacetan timbul di berbagai daerah.

Kebutuhan akan transportasi dan kemacetan yang timbul memicu inovasi baru untuk menjawab kebutuhan masyarakat akan transportasi ini. Di mana kebutuhan akan transportasi yang dapat menghindari macet dan praktis untuk digunakan. Pada tahun 2011, Indonesia memiliki terobosan baru dengan masuknya transportasi *online* berbasis *E-commerce* yang dapat dipesan dari aplikasi atau *on-demand*.

E-Comerce merupakan kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, perusahaan manufaktur, *service provider* dan pedagang perantara, dengan menggunakan jaringan internet (Husda & Wangdra, 2016:130). Dalam *E-commerce* terjadi proses pembelian dan penjualan jasa dan produk antara kedua belah pihak. Adapun transportasi merupakan tindakan atau kegiatan mengangkut atau memindahkan muatan (barang dan orang) dari suatu tempat ke tempat yang lain atau dari tempat asal ke tempat tujuan (Adisasmita, 2011), sehingga dapat ditarik kesimpulan, transportasi berbasis *E-commerce* adalah kegiatan mengangkut atau memindahkan muatan (barang dan orang) dari suatu tempat ke tempat yang lain yang menggunakan penerapan teknologi internet dalam hal pencarian penumpang, pembayaran dan sebagainya melalui *smartphone*. Di Indonesia, terdapat tiga perusahaan yang menyediakan transportasi *on-demand* yaitu Go-jek, *Grab Bike*, dan *Uber Motor*.

Ketiga perusahaan tersebut peneliti memilih perusahaan Go-jek, karena merupakan perusahaan transportasi *online* yang pertama kali hadir di Indonesia, sebagai penyedia jasa layanan transportasi dengan menggunakan armada roda dua. Perusahaan ini merupakan pelopor pertama sebagai produk yang dihasilkan oleh anak bangsa Indonesia sendiri. Sistem aplikasi yang dikembangkan sama seperti perusahaan transportasi *on-demand* seperti *Uber*

dan *Grab*. Namun, Go-jek menyediakan jasa lain, selain jasa transportasi seperti jasa kebersihan, pengiriman barang, perawatan, dan *shopping*. Keberagaman jasa ini cenderung akan memunculkan permasalahan dalam pengawasan karena memiliki fokus yang lebih luas dalam pengawasan, sehingga dengan dinamika peneliti memilih perusahaan ini, karena Go-jek mampu memberikan sarana transportasi yang sangat berguna bagi masyarakat Indonesia. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan gambaran psikologis yang baru apabila dibandingkan dengan penyedia jasa transportasi yang konvensional sebelum *Grab bike* dan *Uber motor* masuk di Indonesia.

Perusahaan ini didirikan oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran sejak tahun 2011, menghubungkan antara pengguna jasa dengan mitra Go-jek melalui aplikasi Go-jek yang dapat diakses melalui smartphone. Melalui aplikasi tersebut, konsumen dapat mengetahui kisaran tarif yang harus dibayar, dan juga bisa melacak keberadaan ojek yang dipesan melalui GPS yang ada di aplikasi ataupun menghubungi secara langsung. Sistem pembayarannya dilakukan secara tunai maupun non-tunai yang dapat di *topup* melalui aplikasi. Layanan non-tunai disebut sebagai *Go-pay* dimana *Go-Pay* atau yang sebelumnya disebut sebagai *Go-Wallet* adalah dompet virtual untuk menyimpan Go-jek *Credit* yang bisa digunakan untuk membayar transaksi-transaksi yang berkaitan dengan layanan di dalam aplikasi Go-jek..(Go-jek.com, 2016).

Individu yang melakukan layanan Go-jek disebut mitra Go-jek. Cara untuk menjadi mitra Go-jek, yaitu melakukan pengisian formulir yang disediakan oleh Go-jek secara online di situs resmi yang sudah disediakan. Syarat menjadi mitra Go-jek diberbagai daerah ditentukan smelalui

persyaratan yang dibutuhkan oleh masing-masing daerah. Sedangkan di Surabaya persyaratan untuk menjadi mitra adalah usia maksimal 55 tahun, kendaraan pribadi minimal tahun 2010, memiliki hp android, fotokopi dokumen (KTP, Sim C, Kartu Keluarga, STNK, Pajak Kenda Go-jek memiliki sejumlah layanan jasa lainnya antara lain, (1) *Go-Food* yaitu layanan pesan antar makanan yang bekerja sama dengan Go-jek, (2) *Go-Send* yaitu layanan kurir *instant* yang dapat digunakan untuk menantar surat atau barang, (3) *Go-Mart* yaitu layanan untuk berbelanja barang dari berbagai toko, (4) *Go-box* yaitu layanan untuk memindahkan barang yang lebih besar dengan menggunakan kendaraan yang memiliki bak besar/*truck*, (5) *Go-Massage* yaitu layanan jasa pijat kesehatan professional, (6) *Go-Clean* adalah layanan jasa kebersihan untuk membersihkan kamar, rumah, atau kantor, (7) *Go-Glam* yaitu layanan jasa perawatan kecantikan untuk *manicure-pedicure*, *creambath*, *wax* dan lainnya, (8) *Go-Tix* yaitu layanan informasi acara dengan akses pembelian dan pengantaran tiket, (9) *Go-Car* yaitu layanan mengantar konsumen dengan menggunakan mobil, (10) *Go-Med* yaitu layanan terintegrasi untuk membeli vitamin, obat-obatan, dan kebutuhan medis lainnya dari apotek berlisensi, (11) *Go-Auto* yaitu layanan *auto care*, *auto service*, *towing*, untuk kebutuhan otomotif konsumen, (12) *Go-Pulsa* yaitu layanan pengisian pulsa dengan menggunakan *Go-Pay*. Go-jek telah resmi beroperasi di 10 kota besar di Indonesia, termasuk Jakarta, Bandung, Bali, Surabaya, Makasar, Yogyakarta, Medan, Semarang, Palembang (Go-jek.com, 2016).

Tabel 1.3 Perkembangan jumlah mitra Go-jek dari tahun 2015-2017.

Tahun	Jumlah Pelamar
2015	200.000
2016	220.000
2017	>250.000

(Sumber: dari berbagai sumber 2015-2017).

Berdasarkan data yang diambil dari literatur *online*, perkembangan perusahaan Go-jek di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun dengan jumlah mitra yang terus bertambah. Berdasarkan data dari CNN Indonesia pada hari kamis tanggal 22 oktober 2015, Jumlah mitra Go-jek diseluruh Indonesia berada pada angka 200.000 mitra yang terdaftar dan tersebar di berbagai wilayah selain Jakarta. Sedangkan 100.000 mitra berada di wilayah Jakarta (CNN Indonesia, 2015). Pada tahun 2016, Jumlah mitra Go-jek sudah berada pada angka 220.000 tercatat pada tanggal 17 februari 2016 (Dian, 2017). Kemudian data dari aplikasi Go-jek menunjukkan pada tahun 2017 tercatat lebih dari 250.000 driver yang terdaftar menjadi mitra Go-jek (GooglePlay, 2017).

Dalam kajian literatur lainnya, jumlah pelamar yang mendaftar pada tahun 2015 berada pada kisaran 400-500 orang per hari (Wahyudiyanta, 2015). Hal ini juga didukung dengan data literature lain yang menyatakan jumlah mitra Go-jek hingga tahun 2017 sudah mencapai 4.463 mitra yang terdaftar di BPJS Surabaya dan masih aktif sebagai mitra Go-jek (Setiawan, 2017). Para mitra tidak direkrut sebagai karyawan tetap seperti perusahaan konvensional pada umumnya karena memiliki sistem kerja yang fleksibel. Para mitra boleh bekerja kapan saja dengan dan dihitung sesuai dengan jumlah konsumen yang menggunakan jasanya.

Peneliti melakukan wawancara terhadap alasan responden mengapa ikut berpartisipasi di perusahaan Go-jek. Menurut salah satu dari mitra Go-jek, alasannya tetap menjadi bagian dari mitra Go-jek, karena pendapatan yang didapat lumayan untuk uang tambahan sehari-hari (Reno, 2017). Hal serupa juga dikatakan oleh Mardianto (wawancara pribadi, 2016), yang menyatakan bahwa walaupun ada penurunan upah, namun informan tersebut tetap menjadi bagian dari Go-jek dengan alasan menambah penghasilan. Selain itu, berdasarkan dari hasil wawancara dengan Nizar selaku salah satu mitra Go-jek, alasan tetap menjadi mitra Go-jek, karena memiliki penghasilan yang tinggi daripada bekerja di tempat lain perbulannya (wawancara pribadi, 2017). Selanjutnya untuk informan yang lain yaitu Saputra, sebagai mitra Go-jek lain mengaku menjadi mitra Go-jek hanya sebagai pekerjaan sampingan untuk menambah pendapatan sehari-hari (wawancara pribadi, 2017). Peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa alasan para informan tersebut, untuk bergabung dalam perusahaan Go-jek berdasarkan pengupahan dan pekerjaan sampingan.

Variabel psikologi yang dapat menjelaskan fenomena ini, adalah komitmen organisasi. Luthans (dalam Wibowo, 2013) menyatakan bahwa komitmen organisasi merupakan keinginan yang kuat dan mendesak pada suatu kegiatan organisasi untuk tetap berperan dalam organisasi itu, karena keyakinan akan tujuan dalam organisasi tersebut. Komitmen organisasi mempengaruhi apakah seorang pekerja tetap tinggal di organisasi atau meninggalkan organisasi tersebut (Wibowo, 2013). Begitu juga dengan Go-jek dengan jumlah pelamar yang semakin meningkat pada tahun 2015 lalu di Surabaya yaitu 500 pelamar perhari. sedangkan yang masih aktif hingga tahun 2017 jumlahnya mencapai 4.463 orang.

Komitmen organisasi terbagi dalam tiga dimensi yang membentuknya yaitu: (1) *Affective Commitment*, menyangkut keterikatan emosional pekerja pada identifikasi dengan terlibatnya dalam organisasi; (2) *Continuance Commitment*, menyangkut komitmen yang didasarkan pada kerugian yang berhubungan dengan keluarnya karyawan dari organisasi. Hal ini kemungkinan terjadi karena kehilangan senioritas atas promosi atau benefit; (3) *Normative Commitment*, hal ini menyangkut perasaan pekerja atas kewajiban untuk tetap tinggal di organisasi karena merupakan hal yang terbaik.

Fenomena dari hasil wawancara terhadap mitra Go-jek membuktikan bahwa kecenderungan mitra Go-jek berada pada dimensi *Continuance Commitment* yang paling dominan. Robinson (2001) menyatakan karyawan yang memiliki *affective commitment* dan *normative commitment* yang rendah, namun memiliki *continuance commitment* yang tinggi tidak memberikan kinerja yang optimal. Dalam penelitian ditemukan, bahwa ada anggapan jika karyawan meninggalkan organisasi, akan memberikan kerugian yang lebih besar dari dirinya, sehingga karyawan seperti ini tidak menunjukkan loyalitas normative dan mampu bekerja sepenuh hati karena tidak memiliki keterikatan emosional.

Selain itu, dampak dari anggapan, sebagai kerja sampingan saja memberikan kontribusi yang buruk terhadap pembentukan dimensi *normative commitment*. Hal ini dapat dijelaskan bahwa rendahnya dimensi *normative commitment* menyebabkan karyawan kurang menjalankan tekanan normatif yang terinternalisasi secara keseluruhan untuk bertingkah laku tertentu, sehingga memenuhi tujuan dan minat organisasi (Chairy, 2002),

sehingga nilai-nilai tersebut kurang dijalankan, karena mitra Go-jek hanya berorientasi pada penghasilan yang didapat untuk pekerjaan sampingannya.

Penelitian lain menemukan bahwa sebanyak 61,3% komitmen organisasi mempengaruhi kinerja karyawan dan 38,7%, berdasarkan faktor-faktor lain yang tidak diteliti (Fauzan & Sumiyati, 2013), sehingga penelitian ini perlu dilakukan, karena komitmen organisasi ini mampu memberikan kontribusi berupa peningkatan kinerja karyawan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui gambaran komitmen organisasi mitra Go-jek terhadap perusahaan Go-jek.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana gambaran komitmen organisasi pada mitra Go-jek di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Memberikan gambaran terhadap komitmen organisasi secara umum dan dimensi-dimensi pembentuk komitmen organisasi pada mitra Go-jek di Surabaya

1.4. Manfaat penelitian

1.4.1. Manfaat teoritis

Memberikan kajian literatur ilmiah untuk kajian studi psikologi industri khususnya manajemen sumber daya manusia dan perilaku organisasi