

Peran Daya Saing Terhadap Motivasi Pada Pengemudi Online

The Role of Competitiveness toward Motivation at Online Drivers

A. R. Miftah Firdaus, Amalia Juniarly, Marisy Pratiwi

Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya, Palembang

Abstract: *The purposes of this study is to determine the role of competitiveness toward online drivers' motivation. The hypotheses of this study is the competitiveness has a role to motivation. The participants of this study were 120 online drivers in Palembang City who were selected using quota sample technique. The instruments used were the scales of competitiveness and motivation. Data were analyzed using simple regression. The result shows that there is a significant role of competitiveness toward motivation with $r = 0,397$; $F = 22,046$; and $p = 0,000$ ($p < 0.05$). Thus, the hypothesis of this study is accepted.*

Key words: *Competitiveness, motivation, online drivers*

Abstrak: Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui peran daya saing terhadap motivasi. Hipotesis penelitian yaitu daya saing memiliki peran terhadap motivasi. Responden dalam penelitian ini berjumlah 120 orang pengemudi *online* di Kota Palembang. Penelitian menggunakan teknik sampel kuota. Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah skala daya saing dan motivasi. Analisis data menggunakan regresi sederhana. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa daya saing memiliki peran yang signifikan terhadap motivasi dengan nilai $r=0,397$; $F=22,046$ dan $p=0,000$ ($p<0,05$). Dengan demikian hipotesis pada penelitian ini diterima.

Kata kunci: Daya saing, motivasi, pengemudi *online*

Transportasi telah menjadi kebutuhan manusia yang semakin penting saat ini. Rahman (2014) menyatakan bahwa berkembangnya teknologi telah membuat penggunaan transportasi dewasa ini terus mengalami peningkatan. Jarak tempuh semakin dan biaya perjalanan efisien. Jika sebelumnya masyarakat menggunakan taksi atau ojek sebagai alternatif transportasi selain angkot dan bus kota untuk mencapai tujuan, sekarang masyarakat mengenal sistem transportasi

berbasis aplikasi atau lebih dikenal dengan transportasi *online*.

Hampir setiap orang yang bertempat tinggal di kota besar menggunakan jasa transportasi *online*, baik kendaraan roda dua maupun roda empat. Studi Ilmu One Data dengan menggunakan data yang bersumber dari comScore berhasil mengungkapkan bahwa jumlah pengguna (*unique visitor*) dari PT. X dan PT. Y per November 2017 telah mencapai 8,6 juta dan 8,8 juta per bulan (Iskandar, 2017).

Korespondensi tentang artikel ini dapat dialamatkan kepada Miftah Firdaus melalui e-mail: miftafirdaus@gmail.com; atau kepada Amalia Juniarly melalui: amaliajuniarly@fk.unsri.ac.id

Penggunaan transportasi *online* oleh mengindikasikan bahwa transportasi ini sudah diterima oleh masyarakat (Azzahra, 2017). Menurut Santoso (2016), dibanding transportasi umum lainnya, tarif yang jelas, pasti dan transparan, serta praktis dan mudah merupakan daya tarik tersendiri yang menjadi kelebihan dari transportasi berbasis *online*. Pada akhirnya, terobosan transportasi ini diminati oleh masyarakat di banyak kota di Indonesia, termasuk Palembang.

PT. X dan PT. Y merupakan contoh perusahaan penyedia jasa transportasi *online* di Kota Palembang. Bisnis transportasi *online* ini dilaksanakan dengan menjalin hubungan kerja yang disebut dengan kemitraan. Adapun mitra yang dimaksud adalah para pengemudi *online*. Minat besar para mitra transportasi *online* ini tidak hanya didorong oleh sistem kemitraan yang digunakan, namun juga oleh peluang yang mudah untuk menjadi pengemudi *online*. Besarnya peluang untuk menjadi pengemudi *online* meningkatkan motivasi banyak orang untuk ikut bergabung menjadi pengemudi *online*. Tidak ada persyaratan khusus untuk bekerja sebagai pengemudi *online* kecuali hanya memiliki SIM A atau C dan memiliki kendaraan baik motor ataupun mobil yang layak pakai.

Jumlah pengemudi *online* dari PT. X per Juni 2017 telah mencapai 1 juta mitra diseluruh Asia Tenggara (Anonymus, 2017). Sumber lain menyatakan bahwa jumlah pengemudi *online* dari PT. Y per November 2017 telah mencapai 900.000 mitra di seluruh Indonesia (Bohang, 2017). Pada akhirnya menteri perhubungan melakukan moratorium pendaftaran pengemudi baru per tanggal 12 Maret 2018 dengan membatasi kuota untuk seluruh daerah sebanyak 91.953 pengemudi, dan Sumatera Selatan dibatasi hanya dengan 1.700 pengemudi *online* (Fajar, 2018).

Melihat fakta banyaknya animo masyarakat menjadi pengemudi *online* ini, perlu dikaji apakah motivasi mereka

sebagian besar penduduk kota besar berubah ketiga semakin banyak kompetitor yang bekerja di bidang ini. Baumeister (2015) menjelaskan bahwa motivasi adalah keinginan dan upaya untuk mencapai tujuan. Secara umum, tujuan utama para pengemudi *online* berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa pengemudi *online* secara informal, salah satunya adalah mendapat penghasilan yang memadai. Dalam hal ini, motivasi utama mereka adalah untuk menghasilkan pendapatan yang lebih baik. Bonner dan Sprinkle (2002) menyatakan bahwa motivasi yang digunakan oleh individu dapat dipengaruhi oleh banyak faktor dan salah satunya adalah insentif materiil. Mereka yang didorong oleh keinginan untuk mendapatkan insentif material ini akan menunjukkan kemampuannya agar dapat menyelesaikan tugas yang dibebankan dengan segera untuk mendapatkan penghargaan finansial.

Di sisi lain, faktor yang mendorong motivasi pekerja tetap bertahan dalam pekerjaannya selain insentif material adalah kepuasan kerja. Santrock (2014), menguraikan tentang adanya motivasi ekstrinsik dan intrinsik yang mendorong munculnya perilaku individu. Motivasi ekstrinsik berkaitan dengan mendapatkan insentif eksternal, seperti *reward*. Sementara motivasi intrinsik melibatkan dorongan internal individu untuk melakukan suatu hal termasuk kepuasan yang diperoleh dengan melakukan sesuatu. George dan Jones (2012) menyatakan bahwa seorang pekerja akan lebih merasa puas dengan yang dilakukannya apabila mereka termotivasi secara intrinsik.

Seperti yang diungkapkan oleh Keller dan Price (Blaskova, dkk 2015) bahwa motivasi adalah suatu keadaan antusias yang ditunjukkan oleh individu sehingga menimbulkan dorongan bagi mereka untuk dapat mencapai hasil. Hal ini sejalan dengan teori dari Robbins dan Judge (2015) yang menyatakan bahwa motivasi merupakan sebuah proses yang

menjelaskan mengenai kekuatan, arahan dan ketekunan.

Kenyataannya, setelah beberapa lama bisnis transportasi *online* ini berjalan, keadaan antusias yang ditunjukkan oleh pengemudi *online* mulai berkurang. Sejumlah 16 orang pengemudi yang berhasil diwawancarai pada proses awal penelitian menyebutkan bahwa akhir-akhir ini sudah tidak begitu antusias untuk bekerja karena hasil yang didapatkan setiap hari tidak mencapai hasil yang memuaskan. Keadaan kurang antusias dalam bekerja ini selanjutnya dimanifestasikan dalam bentuk aksi protes yang dilakukan oleh ribuan pengemudi *online* dalam rangka menyampaikan tuntutan mereka selaku pekerja kepada pejabat pemerintah. Kebanyakan pengemudi *online* mulai menunjukkan penurunan motivasi karena adanya peningkatan target yang ditetapkan oleh perusahaan, namun tidak disertai dengan peningkatan insentif. Alasan lain yaitu, peminat pengemudi *online* juga terus bertambah sehingga memicu timbulnya persaingan (kompetisi).

Song, Kim dan Tenzek (2013) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa banyak studi yang memprediksi individu akan lebih termotivasi di lingkungan yang penuh kompetisi dari pada lingkungan yang kurang akan kompetisi. Franken dan Cheung dan Chan (2011) menyatakan bahwa motivasi dipengaruhi oleh situasi yang kompetitif, sehingga mengarahkan individu untuk menerima informasi dan meningkatkan kinerja dengan mudah. Dalam hal ini, jumlah kompetitor dan struktur insentif merupakan faktor situasional dari daya saing (Garcia, Tor & Schiff, 2013). Para ahli tersebut menjelaskan lebih lanjut bahwa daya saing adalah suatu perbandingan sosial dengan kecenderungan untuk mengevaluasi diri sendiri dengan membandingkan diri dengan orang lain dan merupakan sumber penting dari perilaku kompetitif.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Grum dan Grum (2015) tentang kompetisi

dan motivasi pada mahasiswa universitas menunjukkan bahwa individu yang berusaha mengalahkan orang lain umumnya dilatarbelakangi oleh adanya penilaian diri yang rendah sehingga mereka butuh untuk mengalahkan orang lain. Penilaian diri yang positif didapatkan apabila individu yang kompetitif menguji kemampuan yang mereka miliki bukan dengan keinginan untuk mengalahkan orang lain.

Grum dan Grum (2015) juga menyatakan bahwa motivasi intrinsik akan berhubungan dengan pengalaman positif dan prestasi akademik. Sementara itu, dalam hal perilaku kompetitif, motivasi intrinsik akan lebih berkaitan dengan sikap kompetitif pengembangan pribadi, sedangkan motivasi ekstrinsik akan lebih banyak berkaitan dengan perilaku *hypercompetitiveness*.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada peran daya saing terhadap motivasi? serta apakah terdapat perbedaan daya saing dan motivasi berdasarkan tingkat pendidikan, status pernikahan dan jenis kendaraan pada pengemudi *online*? Sedangkan hipotesis dalam penelitian ini adalah ada peran daya saing terhadap motivasi serta ada perbedaan daya saing dan motivasi berdasarkan pendidikan terakhir, status pernikahan dan jenis kendaraan pada pengemudi *online*.

Metode

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengemudi *online* di Kota Palembang. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampel kuota yang merupakan bagian dari *non-probability sampling*. Menurut Roscoe

(dalam Sugiyono, 2014), ukuran sampel yang layak dalam sebuah penelitian adalah antara 30 sampai 500 subjek. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 120 orang pengemudi *online*, masing-masing 60 *pengemudi* dari PT. X dan PT. Y. 60 orang pengemudi dari masing-masing perusahaan terbagi menjadi pengemudi motor dan pengemudi mobil. Untuk pengujian alat ukur dilakukan terhadap 70 subjek pengemudi *online* di Kota Palembang.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala daya saing dan motivasi serta dilengkapi dengan observasi dan wawancara pada beberapa subjek terpilih.

1. Skala daya saing

Peneliti menyusun sendiri skala daya saing berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing yang dikemukakan oleh Garcia, Tor dan Sciff (2013), yaitu 1) individu; dan 2) situasional. Koefisien validitas aitem berada pada rentang 0,271-0,398; sedangkan koefisien reliabilitas *alpha* (α) sebesar 0,710. Aitem pada skala ini secara keseluruhan berjumlah 40 aitem (N=40), setelah dilakukan uji coba, aitem yang dinyatakan valid berjumlah 10 aitem (N=10). Contoh aitem yang digunakan dalam skala ini diantaranya “Saya merasa tertantang ketika pengemudi lain mendapat penghasilan yang lebih tinggi”.

2. Skala motivasi

Peneliti menyusun sendiri skala motivasi berdasarkan aspek-aspek motivasi yang dikemukakan oleh Robbins dan Judge (2015), yaitu 1) kekuatan; 2) arahan; dan 3) ketekunan. Koefisien validitas aitem berada pada rentang 0,305-0,545; sedangkan koefisien reliabilitas *alpha* (α) sebesar 0,861. Aitem pada skala ini secara

keseluruhan berjumlah 42 aitem (N=42), setelah dilakukan uji coba, aitem yang dinyatakan valid berjumlah 18 aitem (N=18). Contoh aitem yang digunakan dalam skala ini diantaranya “Mulai mencari penumpang dari pagi hari”.

Kedua skala ini menggunakan model skala Likert, yang terdiri dari empat alternatif jawaban. Pemberian skor pada aitem *favorable*, yaitu untuk jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS) diberi skor 1, Tidak Sesuai (TS) diberi skor 2, Sesuai (S) diberi skor 3 dan Sangat Sesuai (SS) diberi skor 4. Pada aitem *unfavorable*, pemberian skornya untuk jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS) diberi skor 4, Tidak Sesuai (TS) diberi skor 3, Sesuai (S) diberi skor 2 dan Sangat Sesuai (SS) diberi skor 1.

Selain itu, data tambahan dikumpulkan melalui wawancara pada beberapa subjek untuk memperkuat fenomena masalah dan memperkaya pembahasan penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa teknik statistik untuk melakukan pengujian terhadap reliabilitas, validitas, normalitas, linearitas dan hipotesis. Uji hipotesis menggunakan regresi sederhana untuk menguji apakah ada peran daya saing terhadap motivasi. Sementara untuk menguji aspek-aspek demografi pada variabel daya saing dan motivasi digunakan *independent sample t-test* dan *one-way anova*. Pengolahan dan analisis dilakukan menggunakan bantuan program SPSS ver. 16 *for windows*.

Hasil

Hasil uji asumsi

Uji normalitas dilakukan menggunakan teknik *one-sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Sebaran skor suatu variabel penelitian dikatakan mengikuti distribusi kurva normal jika nilai $p > 0,05$. Uji normalitas skala daya saing menunjukkan

K-SZ = 1,195 dan nilai signifikansi sebesar 0,115 ($p > 0,05$). Uji normalitas skala motivasi menunjukkan K-SZ = 0,678 dan nilai signifikansi sebesar 0,747 ($p > 0,05$). Dengan demikian, data pada skala motivasi dan skala daya saing berdistribusi normal.

Hasil uji linearitas dapat diketahui melalui *test for linearity*. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($p < 0,05$) maka hubungan antara kedua variabel adalah linear. Hasil uji linearitas terhadap variabel daya saing dengan motivasi diperoleh signifikansi linearitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki korelasi yang linear.

Data deskriptif

Berdasarkan hasil kategorisasi, dapat diketahui bahwa tingkat motivasi subjek termasuk pada kategori sedang yaitu 58,3% atau sebanyak 70 orang. Sementara 41,7% atau sebanyak 50 orang termasuk pada tingkat kategori motivasi tinggi. Hasil kategorisasi pada daya saing, menunjukkan bahwa tingkat daya saing subjek termasuk pada kategori sedang yaitu 58,3% atau sebanyak 70 orang. Sebanyak 40% atau 48 orang berada pada kategori tinggi dan 1,7% atau 2 orang berada pada kategori rendah.

Analisis Berdasarkan Aspek Demografi

a. Kelompok subjek berdasarkan pendidikan terakhir

Peneliti melakukan uji beda (*one way anova*) terhadap masing-masing variabel untuk mengetahui apakah ada perbedaan motivasi dan daya saing berdasarkan pendidikan terakhir. Uji beda pada motivasi berdasarkan pendidikan terakhir diperoleh hasil signifikansi sebesar 0,672 ($p < 0,05$) yang berarti tidak ada perbedaan motivasi berdasarkan pendidikan terakhir.

Sementara itu, hasil signifikansi pada daya saing berdasarkan pendidikan

terakhir adalah sebesar 0,048 ($p < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan daya saing berdasarkan pendidikan terakhir. Kemudian dilakukan analisis lanjutan untuk melihat perbedaan daya saing antar kelompok subjek.

Perbedaan daya saing pada subjek dengan pendidikan terakhir SD, SMP, SMA, D3, S1 dan S2 menunjukkan signifikansi $p > 0,05$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan daya saing antar kelompok subjek. Namun apabila melihat perbedaan rata-rata daya saing pengemudi *online* dari tingkat pendidikan terakhir, diketahui bahwa subjek dengan lulusan D3 memiliki *mean* yang paling besar yaitu 29,89 dibandingkan subjek dengan pendidikan terakhir SD, SMP, SMA, S1 dan S2, sehingga dapat disimpulkan bahwa daya saing pada lulusan D3 lebih tinggi dibanding lulusan lain.

b. Kelompok subjek berdasarkan jenis kendaraan

Peneliti kemudian melakukan uji beda (*t test*) terhadap masing-masing variabel untuk mengetahui apakah ada perbedaan motivasi dan daya saing berdasarkan jenis kendaraan. Hasil signifikansi pada daya saing berdasarkan jenis kendaraan yaitu sebesar 0,949 ($p < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan daya saing berdasarkan jenis kendaraan.

Hasil uji beda pada motivasi berdasarkan jenis kendaraan diperoleh hasil signifikansi 0,004 ($p < 0,05$) yang berarti ada perbedaan motivasi berdasarkan jenis kendaraan. Kemudian dilakukan analisis lanjutan untuk melihat perbedaan rata-rata motivasi pengemudi *online* berdasarkan jenis kendaraan. Hasil menunjukkan bahwa subjek dengan kendaraan jenis mobil memiliki *mean* yang paling besar yaitu 54,38 dibandingkan subjek dengan kendaraan jenis motor. Maka, motivasi pada pengemudi mobil

lebih tinggi dibandingkan dengan pengemudi motor.

c. Kelompok subjek berdasarkan status pernikahan

Peneliti kemudian melakukan uji beda (*t test*) terhadap masing-masing variabel untuk mengetahui apakah ada perbedaan motivasi dan daya saing berdasarkan status pernikahan. Hasil signifikansi pada daya saing berdasarkan status pernikahan yaitu sebesar 0,406 ($p < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan daya saing berdasarkan status pernikahan.

Hasil uji beda pada motivasi berdasarkan status pernikahan diperoleh hasil signifikansi sebesar 0,032 ($p < 0,05$) yang berarti ada perbedaan motivasi berdasarkan Kemudian dilakukan analisis lanjutan untuk melihat perbedaan rata-rata motivasi pengemudi *online* berdasarkan status pernikahan. Hasil menunjukkan bahwa subjek dengan status menikah memiliki *mean* yang paling besar yaitu 53,44 dibandingkan subjek dengan status belum menikah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa motivasi pengemudi yang sudah menikah lebih tinggi dibandingkan dengan pengemudi yang belum menikah.

Uji hipotesis

Berdasarkan hasil analisis menggunakan regresi sederhana diperoleh nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$); $F = 22,046$ yang menunjukkan bahwa ada peran yang signifikan dari daya saing terhadap motivasi. Besarnya presentase pengaruh variabel daya saing terhadap variabel motivasi (*R Square*) sebesar 0,157. Hal tersebut menunjukkan bahwa besar sumbangan efektif variabel daya saing terhadap motivasi adalah sebesar 15,7% dan sisanya sebesar 84,3% adalah kontribusi dari variabel lainnya.

Hasil analisis menggunakan *one-way*

anova menunjukkan bahwa terdapat perbedaan daya saing yang signifikan berdasarkan pendidikan terakhir dengan nilai $p = 0,048$ ($p < 0,05$), sementara itu hasil uji *independent sample t-test* menunjukkan bahwa ada perbedaan motivasi yang signifikan berdasarkan status pernikahan dan jenis kendaraan, dimana nilai $p = 0,032$ ($p < 0,05$) dan $p = 0,004$ ($p < 0,05$). Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima yaitu ada peran daya saing terhadap motivasi dan ada perbedaan daya saing dan motivasi berdasarkan pendidikan terakhir, status pernikahan dan jenis kendaraan.

Pembahasan

Hasil analisis data menggunakan teknik analisis regresi sederhana menunjukkan taraf signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis pada penelitian ini diterima, yaitu ada peran daya saing terhadap motivasi. Hal ini berarti ada peranan daya saing terhadap motivasi pada pengemudi *online*. Ini senada dengan pendapat yang dikemukakan oleh Kanfer dan Ackerman (2000) bahwa daya saing merupakan salah satu substansi yang berperan terhadap motivasi. Sementara menurut Devin, Farbod dan Ghahremanlou (2015) daya saing adalah suatu keadaan yang dapat memotivasi seseorang dalam keadaan yang berbeda-beda, khususnya pada pelatihan dan pendidikan formal.

Apabila dilihat dari hasil kategorisasi motivasi diketahui bahwa pengemudi *online* memiliki motivasi yang sedang sebanyak 70 orang (58,3%) dan tinggi sebanyak 50 orang (41,7%). Sementara hasil dari kategorisasi daya saing menunjukkan bahwa 70 orang (58,3%) pengemudi *online* memiliki kategori daya saing yang sedang, 48 orang (40%) memiliki kategori daya saing yang tinggi dan 2 orang (1,7%) memiliki kategori daya saing yang rendah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin besar peran daya saing maka semakin tinggi

motivasi yang dimiliki para pengemudi *online*.

Hasil ini bertentangan dengan survei awal yang menunjukkan bahwa sebagian dari pengemudi *online* memiliki persaingan umum yang tinggi dan ditunjukkan dengan sikap positif dan menikmati proses berkompetisi dengan orang lain, namun memiliki motivasi yang rendah. Hal ini terjadi karena survei dilakukan pada saat target PT. Y baru dinaikkan, sedangkan insentif tidak bertambah, sehingga terjadi pengurangan insentif terhadap capaian target pada PT. Y. Pada akhirnya ini menyebabkan pengemudi *online* berada pada tekanan pekerjaan yang lebih banyak sehingga menunjukkan motivasi yang rendah. Hal ini sejalan dengan Bendoly & Prietula (2008) yang menyatakan bahwa tekanan pekerjaan memiliki hubungan dengan motivasi.

Sedangkan saat penelitian, motivasi pengemudi berada dikategori sedang cenderung ke tinggi disebabkan karena sebagian besar dari pengemudi sudah bisa menerima keputusan yang dikeluarkan perusahaan satu bulan yang lalu. Hal ini diungkapkan oleh beberapa orang pengemudi bahwa mereka hanya bisa berusaha untuk mendapat banyak pesanan saat ini, karena keputusan dari perusahaan tidak bisa diubah. Oleh karena itu, mereka hanya perlu menyemangati diri sendiri agar tetap bertahan menjadi pengemudi *online*. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Zimmerman (1990) bahwa *learned hopefulness* menunjukkan jika pengalaman dapat memberikan peluang untuk meningkatkan kontrol yang dirasakan agar membantu individu mengatasi stres dan memecahkan permasalahan pribadi.

Sementara nilai korelasi R^2 sebesar 0,157 yang menunjukkan bahwa peran daya saing terhadap motivasi adalah sebesar 15,7%, sedangkan sebesar 84,3% peran terhadap motivasi dalam penelitian ini dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Faktor yang mungkin berkontribusi

terhadap motivasi diantaranya adalah situasi, watak, tujuan dan sarana untuk mencapai tujuan (Pakdel, 2013). Menurut Gupta dan Subramanian (2014), faktor yang dapat mempengaruhi motivasi adalah penghasilan, promosi, tujuan pribadi, keamanan kerja, lingkungan kerja, pelatihan dan pengembangan dan beban kerja.

Menurut sebagian besar peneliti, penghasilan merupakan salah faktor terbesar yang diprediksi dapat mempengaruhi motivasi (Gupta & Subramanian, 2014). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Yang (2011) yang menunjukkan bahwa penghasilan setiap bulan merupakan salah satu faktor pribadi yang bisa meningkatkan motivasi dalam bekerja. Hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan kepada beberapa orang subjek penelitian, bahwa sebagian besar pengemudi *online* menjadikan penghasilan sebagai motivasi untuk bekerja agar bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pekerjaan yang mudah dan penghasilan yang memadai serta cepat didapat menjadikan pengemudi *online* memilih pekerjaan ini. Tidak hanya mempengaruhi motivasi, insentif juga bisa berdampak terhadap kompetisi.

Hasil penelitian Sanderson (2016) menyatakan bahwa insentif memiliki dampak terhadap kompetisi dan kerjasama dalam perilaku organisasi dan profesional, dimana insentif dan kerjasama dapat dilakukan pada kegiatan berupa perencanaan dan penyediaan layanan sehingga insentif akan semakin diperkuat untuk kompetisi dan kerjasama. Dengan kata lain dapat peneliti simpulkan bahwa insentif yang didapatkan oleh pengemudi *online* dapat mempengaruhi situasi kompetisi.

Selain itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Okudah (2016) menunjukkan bahwa substansi yang dapat meningkatkan motivasi kerja pegawai adalah pengakuan atas kinerja yang baik, kebijakan dan undang-undang organisasi

yang memungkinkan karyawan untuk mendapatkan promosi. Hal ini didukung dengan hasil wawancara yang diungkapkan oleh pengemudi *online* bahwa perusahaan memberi pengakuan atas kinerja melalui insentif. Jika pengemudi mampu mencapai target maka insentif akan diberikan sesuai dengan jumlah target yang didapatkan, sehingga dapat meningkatkan motivasi mereka. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Al-Belushi dan Khan (2017) yang menemukan bahwa insentif moneter akan berdampak langsung terhadap motivasi karyawan.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Hadi dan Adil (2010) menunjukkan bahwa karakteristik pekerjaan berkorelasi positif dengan motivasi intrinsik individu, karena itu karakteristik pekerjaan merupakan salah satu prediktor dari motivasi. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, karakteristik pekerjaan yang terlihat pada pengemudi *online* adalah bekerja di jalanan sehingga terkadang mengalami kemacetan, cuaca yang kadang tidak mendukung, bekerja di bawah tekanan target perusahaan serta membutuhkan fisik yang kuat untuk menyelesaikan pesanan dengan jarak yang jauh. Pemahaman akan karakteristik pekerjaan bagi pengemudi, akan mempengaruhi motivasi mereka dalam bekerja, sehingga berapapun jarak yang harus ditempuh untuk menyelesaikan "orderan" dan berapapun target yang ditetapkan perusahaan untuk sebuah insentif tertentu, bukan merupakan suatu hambatan untuk mencapai target yang diberikan kepada mereka. Dengan kata lain, para pengemudi *online* akan tetap termotivasi untuk bekerja dalam kondisi apapun.

Peneliti juga melakukan analisis tambahan untuk melihat perbedaan motivasi dan daya saing. Uji perbedaan menggunakan uji *one-way anova* menunjukkan adanya perbedaan daya saing berdasarkan pendidikan terakhir dengan nilai signifikansi sebesar 0,048 ($p < 0,05$). Namun, hasil uji lanjutan menggunakan

posthoc tidak terdapat perbedaan daya saing antar kategori subjek berdasarkan pendidikan.

Berdasarkan wawancara dengan subjek A yang merupakan lulusan SMA, A mengatakan bahwa pekerjaan sebagai pengemudi *online* adalah pekerjaan yang fleksibel dan tidak memandaang adanya perbedaan pendidikan, jadi semua orang bisa menjadi pengemudi *online*. A menambahkan bahwa modal utama yang diperlukan sebagai pengemudi *online* adalah kemauan untuk mencari pesanan.

Hal yang sama juga disampaikan oleh B yang merupakan lulusan D3, bahwa pendidikan tidak mempengaruhi pengemudi untuk menghadapi kompetisi, yang terpenting adalah kemauan. Berdasarkan wawancara dengan subjek C, yang merupakan lulusan S1, C mengungkapkan bahwa pekerjaan sebagai pengemudi *online* tidak memandang pendidikan. Apapun lulusannya, jika pengemudi itu mau bekerja maka pasti bisa menghadapi kompetisi. Dengan demikian, berdasarkan kategori kelompok pendidikan, tidak ditemukan adanya perbedaan daya saing.

Pada kategori kelompok pendidikan tidak terdapat perbedaan daya saing, maka dari itu peneliti melanjutkan melihat perbedaan rata-rata yang menunjukkan bahwa kelompok subjek lulusan D3 memiliki *mean* tertinggi yaitu sebesar 29,89. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 9 subjek lulusan D3 memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan kelompok subjek dengan lulusan SD, SMP, SMA, S1 dan S2.

Berdasarkan hasil wawancara pada subjek D yang merupakan lulusan D3, diketahui bahwa D kesulitan untuk mencari pekerjaan dengan ijazah yang dimilikinya. Kualifikasi semakin tinggi sedangkan yang mencari pekerjaan semakin banyak. Selain itu menurut D, lulusan S1 saja masih kesulitan apalagi D yang hanya lulusan D3. D pernah beberapa kali memasukkan surat lamaran ke beberapa perusahaan namun karena D hanya lulusan

D3 perusahaan menolak surat lamaran yang diajukan. D merasa diremehkan dan dianggap tidak mampu untuk mendapat pekerjaan yang layak. Maka dari itu, D merasa tertantang ketika memutuskan untuk menjadi pengemudi *online*, sehingga penghasilan yang didapat oleh D akan digunakan untuk melanjutkan pendidikannya agar bisa mendapat pekerjaan yang lebih baik. Hal ini sejalan dengan bentuk daya saing menurut Hibbard (Kayhan, 2003) yaitu *mastery competitiveness*, dimana individu menetapkan daya saing sebagai tujuan untuk menguasai dan menaklukkan tantangan yang berasal dari lingkungan sekitar.

Berdasarkan hasil analisis, peneliti menemukan perbedaan motivasi berdasarkan jenis kendaraan. Dari hasil uji *t-test*, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,004 ($p < 0,05$), yang menunjukkan adanya perbedaan motivasi berdasarkan jenis kendaraan. Selanjutnya, subjek yang menggunakan kendaraan jenis mobil menunjukkan hasil *mean* sebesar 54,03. Hasil ini lebih tinggi dibandingkan dengan subjek pengguna motor yang menunjukkan *mean* sebesar 50,92. Hasil wawancara kepada dua orang pengemudi mobil secara acak menunjukkan bahwa mobil yang mereka gunakan untuk bekerja sehari-hari masih dalam status kredit. Mobil ini digunakan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Subjek E menyatakan bahwa jika tidak serius dalam mencari "orderan" dan mencapai target, E akan kesulitan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga dan membayar angsuran mobil setiap bulan. Hal ini juga yang menjadikan E lebih termotivasi dalam bekerja sebagai pengemudi *online*.

Hal serupa juga disampaikan oleh F, bahwa kewajiban untuk membiayai rumah tangga dan membayar angsuran mobil membuat F harus bekerja dengan giat, untuk memenuhi kebutuhan hidup. Terlebih lagi insentif yang diberikan oleh perusahaan pada saat ini mengalami pengurangan. Ini selaras dengan pendapat

yang diungkapkan oleh Maslow (dalam Sobur, 2016) bahwa memenuhi kebutuhan dasar dalam hirarki kebutuhan merupakan keharusan agar dapat melanjutkan pemenuhan pada kebutuhan di tingkat selanjutnya.

Uji perbedaan menggunakan uji *t test* menunjukkan adanya perbedaan motivasi berdasarkan status pernikahan dengan nilai signifikansi sebesar 0,032 ($p < 0,05$). Selanjutnya, subjek yang sudah menikah menunjukkan hasil *mean* sebesar 53,83. Hasil ini lebih tinggi dibandingkan dengan subjek yang belum menikah dan menunjukkan *mean* sebesar 51,44.

Berdasarkan wawancara dengan subjek G, terikat dalam pernikahan membuat G bertanggungjawab atas kelangsungan hidup pasangannya. Bentuk tanggung jawab yang diberikan oleh G kepada pasangan adalah dengan bekerja keras guna menjamin semua kebutuhan G dan pasangan terpenuhi. Terlebih lagi istrinya tengah mengandung dan membutuhkan biaya untuk persalinan, maka dari itu G termotivasi untuk giat mencari orderan agar bisa mendapat uang lebih banyak dari sebelumnya. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Yang (2011) bahwa motivasi diduga berhubungan dengan faktor *personal* seperti status pernikahan, gender, usia dan tingkat pendidikan.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa ada peran daya saing terhadap motivasi serta ada perbedaan daya saing dan motivasi berdasarkan tingkat pendidikan, status pernikahan, dan jenis kendaraan pada pengemudi *online*.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka disarankan agar peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian serupa dengan mempertimbangkan variabel lain yang mungkin menjadi prediktor dari motivasi yang tidak diteliti

dalam penelitian ini, seperti beban kerja, *job security* dan komitmen kerja. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat melaku-

kukan penelitian dalam lingkup yang lebih luas terkait jumlah sampel.

Daftar Pustaka

- Al-Belushi, F. M., & Khan, M. F. R. (2017). Impact of monetary incentives on employee's motivation: Shinas college of technology, oman- a case study. *International Journal of Management, Innovation & Entrepreneurial Research*, 3 (1), 1-11. Doi: 10.18510/ijmier.2017.311.
- Anonymus. (2017). <https://www.grab.com/id/press/business/grab-rayakan-ulang-tahun-ke-5-dan-pencapaian-signifikan-pengguna/>
- Azzahra, D. (2017). Masyarakat butuh solusi angkutan yang aman dan nyaman. Retrieved March 19, 2018 <http://www.pikiran-rakyat.com/surat-pembaca/2017/10/17/masyarakat-butuh-solusi-angkutan-yang-aman-dan-nyaman-411675>
- Baumeister, R. F. (2015). Toward a general theory of motivation: problems, challenges, opportunities, and the big picture. *Journal of Motivation and Emotion*. Doi: 10.1007/s11031-015-9521-y.
- Bendoly, E., & Prietula. (2008). The role of evolving skill and transitional workload on motivation and realized performance in operational tasks. *International Journal of Operations & Production Management*, 28 (12), 1131-1152.
- Blaskova, M., Blasko, R., Figurska, I., & Sokol, A. (2015). Motivation and development of the university teachers' motivational competence. *Journal of Social and Behavioral Science*, 182, 116-126. Doi: 10.1016/j.sbspro.2015.04.746.
- Bohang, F. K. (2017). Berapa jumlah pengguna dan pengemudi go-jek?. Retrieved August 13, 2018. <https://tekno.kompas.com/read/2017/12/18/07092867/berapa-jumlah-pengguna-dan-pengemudi-go-jek>
- Bonner, S. E., & Sprinkle, G. B. (2002). The effect of monetary incentives on effort and task performance: theories, evidence, and a framework for research. *Journal of Accounting, Organizations, and Society*, 27, 303-345.
- Cheung, H. Y., & Chan, A. W. H. (2011). The relationship of competitiveness motive on people's happiness through education. *International Journal of Intercultural Relations*, 35, 179-185. Doi:10.1016/j.ijintrel.2010.11.008.
- Devin, H. F., Farbod, D., Ghasabian, H., Bidel, T., & Ghahremanlou, F. (2015). Comparative and correlative study of psychological hardiness and competitiveness among female student athletes in individual and team sports. *Sport Science Review*, 26 (3-4), 201-214. Doi: 10.1515/ssr-2015-0016.
- Fajar. (2018). Pembatasan Jumlah Pengemudi Taksi Online Mulai Berlaku. Retrieved from <https://fajar.co.id/2018/03/12/pembatasan-jumlah-pengemudi-taksi-online-mulai-berlaku/>
- Garcia, S. M., Tor, A., & Schiff, T. M. (2013). The psychology of competition: A Social comparison perspective. *Perspectives on*

- Psychological Science*, 8 (6), 634-650. Doi: 10.1177/1745691613504114.
- George, J. M., & Jones, G. R. (2012). *Understanding and managing organizational behavior* (Eds. 6). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Gupta, B., & Subramanian, J. (2014). Factors affecting motivation among employees in consultancy companies. *International Journal of Engineering Science Invention*, 3 (11), 59-66.
- Grum, D. K., & Grum, B. (2015). Competitiveness and motivation for education among university students. *International Journal on New Trends in Education and Their Implications*, 6 (13), 125-136.
- Hadi, R., & Adil, A. (2010). Job characteristics as a predictors of work motivation and job satisfaction of bank employees. *Journal of The Indian Academy of Applied Psychology*, 36 (2), 294-299.
- Iskandar. (2017). Daya saingsengit go-jek, grab dan uber, siapa pemenangnya?. Retrieved August 13, 2018. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3155394/persaingan-sengit-go-jek-grab-dan-uber-siapa-pemenangnya>
- Kanfer, R., & Ackerman, P. L. (2000). Individual differences in work motivation: further explorations of a trait framework. *Applied Psychology: An International Review*, 49 (3), 470-482.
- Kayhan, E. (2003). Two facets of competitiveness and their influence on psychological adjustment. *Journal of Psychology*. Illinois Wesleyan University: Honors Projects
- Okudah, M. E. (2016). Factors influencing staff motivation among employees: A case study of equater bottlers (Coca-cola) Kenya. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 4, 68-79. Doi: 10.4236/jhrss.2016.42008
- Pakdel, B. (2013). The historical context of motivation and analysis theories individual motivation. *International Journal of Humanities and Social Science*, 3 (18), 240-247.
- Rahman, F. 2014. Kegunaan, fungsi, dan manfaat transportasi. Retrieved March 19, 2018. <http://remajasampit.blogspot.co.id/2014/08/kegunaan-manfaat-dan-fungsi-transportasi.html>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2015). *Perilaku organisasi* (Eds. 16). Jakarta: Salemba Empat.
- Sanderson, M. (2017). The impact of incentives for competition and co-operation on the behaviour of health care organization: a case study of the planning and provision of diabetes services in the English NHS. *PhD thesis of London School of Hygiene & Tropical Medicine*. doi: 10.17037/PUBS.02528923.
- Santoso, I. B. (2016). Ada 5 keunggulan transportasi berbasis online. Retrieved November 4, 2017. <https://media.iyaa.com/article/2016/03/ada-5-keunggulan-jasa-transportasi-berbasis-online-3437122.html>
- Santrock, J. W. (2014). *Psikologi pendidikan* (Eds. 5). Jakarta Selatan: Salemba Humanika.
- Sobur, A. (2016). *Psikologi umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Song, H., Kim, J., Tenzek, K. E., & Lee, K. W. (2013). The effect of competition and competitiveness upon intrinsic motivation in exergames. *Journal of Computers in*

Human Behavior, 29, 1702-1708.
Doi: 10.1016/j.chb.2013.01.042.

272-297. Doi: 10.1108/17506141111163363.

Sugiyono. (2014) *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Zimmerman, M. A. (1990). Toward a theory of learned hopefulness: A structural model analysis of participation and empowerment. *Journal of Research in Personality*, 24, 71-86.

Yang, F. (2011). Work, motivation and personal characteristics: an in-depth study of six organizations in Ningbo. *Chinese Management Studies*, 5 (3),