

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena Gojek menjadi populer di Jakarta, *driver* Gojek dulu berasal dari mayoritas tukang ojek biasa, akan tetapi dengan perkembangannya banyak *driver* Gojek berasal pegawai swasta, mahasiswa bahkan sampai ibu rumah tangga. Penghasilan Gojek begitu menggiurkan dengan cara bagi hasilnya yaitu 20/80. Contoh (dari total penghasilan jasa Gojek, jika harganya 100rb, maka perhitungannya adalah 20 untuk perusahaan GO-JEK (kantor) dan 80 untuk driver (pengendara). Jadi semakin besar jumlah yang didapat, maka semakin besar juga hasil yang akan didapat. Bahkan perusahaan GO-JEK yang dalam rangkanya meningkatkan semangat driver, perusahaan GO-JEK membuat sesuatu yang khusus, seperti memberikan reward kepada driver yang paling banyak membawa pelanggan, dan berlaku juga jika dalam sehari membawa pelanggan sebanyak sepuluh kali, walaupun jaraknya jauh ataupun dekat, akan mendapat tambahan seratus ribu. Banyak pernah dilansir bahwa *driver* Gojek bisa mempunyai pendapatan sampai 1 juta dalam sehari. Selain dari itu, bagi pengguna yang memakai sistem kredit, pencairan dapat dilakukan menggunakan atm yang bekerjasama dengan Gojek. Dengan sistem ini, rata-rata *driver* Gojek bisa mendapatkan penghasilan sebesar Rp200 ribu sampai dengan Rp500 ribu perhari (<http://www.dedyakas.com/fenomena-gojek/>).

Maraknya pemberitaan mengenai pendapatan yang fenomenal tersebut menjadikan pendaftaran *driver* Gojek membludak hingga lima ratus orang perhari dalam beberapa bulan. Banyak dari mereka yang mengaku telah mempunyai pekerjaan yang layak bahkan cukup untuk memenuhi

kebutuhan sehari-hari, namun masih tertarik mendaftar sebagai *driver* gojek. Dalam beberapa bulan, jumlah *driver* Gojek meningkat pesat dari 1000 *driver* menjadi 150.000 *driver* tersebar diseluruh Indonesia.

Gojek berdiri pada tahun 2011 oleh seorang pemuda yang sangat kreatif. Pendiri gojek bernama Michaelangelo maron dan Nadiem makarin. Mereka mendirikan sebuah perusahaan yang diberi nama PT Go-jek Indonesia. Perusahaan ini bertujuan untuk menghubungkan ojek dengan penumpang ojek. Mereka melihat para ojek pangkalan hanya menghabiskan waktu seharian dan belum tentu mendapatkan pelanggan. Jadi mereka membuat perusahaan ini, untuk membantu para tukang ojek mendapatkan penumpangnya dengan lebih cepat dan efisien. Sampai sekarang tujuan mereka memang terbukti ampuh. Tukang ojek harus lebih produktif supaya bisa mendapat penghasilan yang lebih banyak. Para tukang ojek pangkalan tersebut terkadang menunggu 8 sampai 10 jam, tetapi paling hanya mendapatkan 4 sampai 7 orang penumpang saja. Pendiri gojek berinisiatif membuat sesuatu yang berbeda. Gojek ini menggunakan sebuah system yang lebih tertata rapi. Awalnya Gojek hanya melayani lewat call center saja, tetapi lambat laun gojek mulai berkembang dan membuat aplikasi Gojek. Dengan aplikasi ini, anda bisa memesan secara online, membayar secara kredit dan mengetahui keberadaan *driver* yang akan menjemput anda. inilah salah satu kelebihan dari gojek dibandingkan dengan ojek pangkalan lainnya (<http://www.tipsdaftar.blogspot.co.id/2015/10/sejarah-berdirinya-gojek-dan-pendiri>).

Pada awal pendaftaran menjadi *driver* Gojek, akan terdapat berbagai pelatihan. Bagaimana melayani pelanggan yang baik, tidak boleh ugal-ugalan di jalan, mematuhi lalu lintas dan menggunakan pakaian yang *safety*. Pendiri gojek ini memang sangat mengutamakan kepuasan pelanggan. Ketika menggunakan Gojek anda akan diberikan jaket, helm, penutup kepala dan juga masker. Jadi memang benar-benar mematuhi lalu lintas yang ada.

Selain itu para *driver* Gojek juga diajari bagaimana menggunakan aplikasi Gojek, m-banking dan masih banyak lainnya.

Berubahnya pandangan masyarakat terhadap profesi sebagai seorang supir ojek semenjak adanya Gojek sangat signifikan. Hal itu dapat dilihat dari berbagai macam latar belakang para pelamar *driver* Gojek, yang terdiri dari berbagai macam tingkat pekerjaan, pendidikan, usia, dan lain lain. Ada seseorang yang telah mempunyai pekerjaan yang sudah tetap, ikut mendaftar menjadi *driver* Gojek (<http://news.detik.com/berita/2991991/ahli-it-orang-kantoran-ini-iseng-daftar-go-jek-buat-penghasilan-tambahan>). Dan banyak juga mereka yang belum bekerja mencoba mendaftar menjadi *driver* Gojek, walaupun latar pendidikan mereka sebagai Sarjana memiliki peluang untuk mendapatkan pekerjaan yang lebih dari seorang *driver* Gojek (<http://metro.tempo.co/read/news/2015/08/15/083692106/banyak-sarjana-jadi-pengemudi-gojek-ternyata-ini-alasannya>).

Coppersmith (1967) menyatakan bahwa harga diri sebagai suatu penilaian yang dilakukan oleh individu terhadap dirinya sendiri. Penilaian tersebut mencerminkan sikap penerimaan atau penolakan dan menunjukkan seberapa jauh individu percaya bahwa dirinya mampu, penting berhasil dan berharga. Kesadaran tentang diri dan perasaan terhadap diri sendiri itu akan menimbulkan suatu penilaian terhadap diri sendiri baik itu positif maupun negatif.

Pendapat senada menurut Burns (1993) menyatakan bahwa harga diri merupakan sekumpulan sikap individu dalam memandang dirinya, dalam hal ini dapat bersifat positif dan negatif. Apabila individu memandang dirinya secara positif, maka ia akan berusaha mewujudkan kenyataannya dengan penuh semangat. Sebaliknya jika individu memandang dirinya negatif maka dalam menghadapi tugas yang diberikan, ia tidak termotivasi dan cenderung mudah menyerah.

Setiap orang melakukan pendekatan terhadap pekerjaannya dengan cara yang berbeda-beda tergantung dari niat awal dalam suatu pekerjaan

termasuk menjadi tukang ojek. Selama masa kerja, kepuasan dapat dipengaruhi oleh tingkat kebermaknaan yang ditemukan oleh individu. Pekerjaan yang berarti sama pentingnya dengan gaji dan keamanan, dan mungkin lebih (O'brien, 1992). Amy Wrzesniewski (1997) mendeskripsikan tiga orientasi kerja berbeda yang mempengaruhi disposisi untuk menemukan kebermaknaan dalam pekerjaan, yaitu *Job*, *Career* dan *Calling*. Orang dengan *Job Orientation*, melihat pekerjaan sebagai sumber materi, namun orang dengan *Career Orientation* memandang pekerjaan sebagai sumber kemajuan, prestise dan status, sedangkan orang dengan *Calling Orientation* memaknai pekerjaan sebagai suatu hal yang diyakininya akan membawa kebaikan. Kategori-kategori ini tidak selalu bersifat eksklusif, seseorang dengan orientasi *Calling* mungkin juga menginginkan gaji yang baik dan manfaat, tetapi individu dengan orientasi *Calling* lebih mungkin untuk mengatakan bahwa merezeka akan melakukan pekerjaan mereka bahkan jika mereka tidak dibayar. Penelitian Wrsniewski juga menunjukkan bahwa jabatan atau penghasilan tidak dapat selalu memprediksi orientasi seseorang. Tidak ada orientasi yang salah ataupun benar, individu yang memiliki *Calling Orientation* melaporkan kepuasan yang lebih tinggi dengan kehidupan dan pekerjaan mereka.

Harga diri dapat didenifisikan sebagai tolak ukur diri sendiri. Bagaimana orang tersebut memandang dan menghargai dirinya sendiri. Perkembangan harga diri seseorang terbentuk melalui beberapa faktor (Coopersmith, 1967). Faktor-faktor tersebut antara lain *respectful*, sejarah dan keberhasilan, nilai-nilai dan aspirasi dan cara individu berespon devaluasi terhadap dirinya. Faktor-faktor tersebut ada dalam penilaian *work orientation* seseorang (Fossen, 2010). Dimensi-dimensi dari *work orientation* saling berkaitan dan berhubungan dengan aspek aspek harga diri itu sendiri. Seperti tinggi rendahnya *job orientation* seseorang berhubungan dengan tinggi rendahnya harga diri orang itu sendiri (Fossen, 2010). Dimensi yang lain, yaitu *career orientation* dan *calling orientation* juga memiliki hubungan

dengan harga diri. Orang yang memiliki *career orientation* sendiri memandang sebagai pekerjaan dan tingkat posisi dalam pekerjaan mereka sebagai sumber harga diri mereka (Fossen, 2010). Sedangkan untuk orang yang memiliki *calling orientation* yang tinggi juga memiliki hubungan dengan harga dirinya. Dobrow (2006, dalam Fossen, 2010) memandang *calling* terdiri dari tujuh elemen, yaitu : semangat, identitas, kesegeraan (bagaimana seseorang memiliki *sense of destiny* terhadap pekerjaannya), kesadaran, jangka waktu, arti diri dan harga diri.

Dimensi dari *work orientation* juga memiliki kaitan dengan harga diri bila dilihat dari teori harga diri itu sendiri. Ada empat komponen yang menjadi sumber dalam pembentukan harga diri individu yaitu *successes*, *values*, *aspirations*, dan *defences*. Dalam komponen *successes*, ada empat tipe pengalaman keberhasilan yang berbeda yang mendefinisikan tentang keberhasilan yaitu *power*, *significance*, *competence* dan *virtue* (Coopersmith, 1967). Dalam *power*, keberhasilan seseorang muncul dengan melalui pengakuan dan penghargaan yang diterima individu oleh orang lain. Dalam area *competence* keberhasilan seseorang ditandai dengan tingkat pencapaian yang tinggi, dengan tingkatan, dan tugas yang bervariasi. Dua tipe pengalaman *successes* ini berhubungan dengan *work orientation* itu sendiri, terutama pada orang yang memiliki *career orientation* dan *job orientation* yang tinggi (Fossen, 2010). Dan dalam *significance*, keberhasilan seseorang muncul melalui adanya penerimaan, perhatian dan kasih sayang yang diterima individu dari orang lain. Hal ini muncul pada orang yang memiliki *calling orientation* tinggi. *Calling orientation* juga berhubungan dengan salah satu faktor yang membentuk harga diri yang di kemukakan oleh Felker (1974, dalam Frey & Curlock, 1987) yaitu *feeling of worth*, yang didefinisikan sebagai perasaan individu bahwa dirinya berharga (Fossen, 2010).

Terlepas dari pemberitaan tentang besar pendapatan yang didapatkan oleh *driver* Gojek, pada dasarnya ojek merupakan pekerjaan dimana semua

latar belakang masyarakat dapat menjalani profesi tersebut. Seseorang dapat menjadi seorang *driver* ojek tanpa harus melalui pendidikan yang tinggi. Bila dilihat dari jenjang karir, pekerjaan sebagai *driver* Gojek juga tidak memiliki jenjang karir yang dimiliki oleh seseorang yang bekerja di suatu perusahaan tertentu. Namun banyak orang yang menjadikan profesi sebagai *driver* gojek itu sebagai pekerjaan utama mereka dan melepas pekerjaan utamanya yang lain. Umumnya pekerjaan sebagai seorang *driver* gojek merupakan pekerjaan yang dipandang sebelah mata oleh masyarakat pada umumnya. Tetapi dengan banyaknya orang yang beralih menjadi *driver* ojek dari pekerjaan sebelumnya tentu menimbulkan pertanyaan. Hal tersebut dapat dilihat dengan menyambungkan seberapa besar penghargaan diri mereka sendiri terhadap apa yang dilakukannya serta bagaimana ideal diri mereka bila menjalani profesi tersebut (Coppersmith, 1967).

Berbagai alasan mengapa seseorang sangat tertarik menjadi *driver* Gojek dapat ditemui jika ditinjau dari *work orientation* mereka. Bila dilihat dari aspek *Job Orientation*, mereka tertarik menjadi *driver* Gojek tentu dikarenakan pemberitaan tentang jumlah pendapatan sebagai *driver* gojek yang tinggi (<http://www.dedyakas.com/fenomena-gojek/>).. Dengan hal tersebut para *driver gojek* memiliki pandangan sendiri-sendiri dalam memaknai pekerjaannya yang membuat mereka beralih menjadi *driver* Gojek.

Dengan menyikapi hal-hal yang dibahas diatas, beberapa hal yang terjadi antara harga diri dan *work orientation* pada *driver* gojek, banyak faktor faktor dan dimensi dimensi dari kedua variabel tersebut. Diantaranya banyak orang yang menjadi *driver* gojek dari berbagai tingkatan kalangan masyarakat. Lalu jika dilihat dari faktor yang membentuk harga diri, apakah ada hubungannya dengan *work orientation* para *driver* Gojek itu sendiri dan bagaimanakah tingkat *work orientation* para *driver* Gojek itu sendiri. Lalu pada dimensi manakah yang lebih tinggi pada *driver* Gojek itu sendiri. Dengan kondisi tersebut bagaimana pandangan harga diri pada *driver* Gojek

tersebut? Apakah *work orientation (job, career, calling)* memiliki hubungan dengan harga diri para *driver* Gojek?

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui, "***Hubungan Work Orientation (Job, Career, Calling) terhadap Harga Diri pada Driver Gojek di Jakarta***".

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka permasalahan yang ada pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana hubungan *job orientation* dengan harga diri ?
2. Bagaimana hubungan *career orientation* dengan harga diri ?
3. Bagaimana hubungan *calling orientation* dengan harga diri ?
4. Apakah hubungan *work orientation* dengan harga diri pada *driver* Gojek di Jakarta ?

1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada permasalahan *work orientation (job, carrer, calling)* dengan *work enjoyment* pada *driver* Gojek di Jakarta. Hal ini dilakukan untuk melihat hubungan mengenai *work orientation (job, carrer, calling)* dengan *work enjoyment* pada *driver* Gojek di Jakarta.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah, maka masalah ini dapat dirumuskan sebagai berikut: "Apakah terdapat hubungan antara *work orientation (job, carrer, calling)* dengan harga diri pada *driver* Gojek di Jakarta ?"

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk

mengetahui hubungan *work orientation (job, carrer, calling)* dengan harga diri pada driver Gojek di Jakarta.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan informasi bagi ilmu psikologi tentang work orientation pada driver Gojek di Jakarta.
2. Memberikan informasi bagi ilmu psikologi tentang harga diri pada driver Gojek di Jakarta.
3. Memberikan masukan kepada penelitian lainnya untuk menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

1.6.2. Manfaat Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini adalah :

1. Driver Gojek
Hasil penelitian membantu memahami tentang pentingnya harga diri dalam memperkuat work orientation.
2. Manajemen Gojek
Hasil penelitian diharapkan membantu memberikan sumbangan-sumbangan sebagai upaya peningkatan kualitas para driver Gojek terutama pada aspek harga diri sehingga work orientation para driver Gojek semakin kuat.
3. Peneliti selanjutnya
Sebagai kontribusi penelitian dalam Psikologi Industri dan Organisasi, dan Psikologi Sosial serta dapat dijadikan sebagai perbandingan untuk penelitian selanjutnya.