

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sejak zaman dulu hingga saat ini perkembangan transportasi dalam kehidupan manusia tidak pernah berhenti. Perkembangan transportasi di setiap negara akan berbeda-beda tergantung dari tingkat kemajuan teknologi yang terjadi di negara tersebut, Tingkat kemajuan perekonomian dari suatu negara juga ditunjang oleh kemajuan transportasinya. Semakin maju dan berkembang kualitas transportasi di negara tersebut maka akan semakin maju dan berkembang jugalah penyaluran barang dan jasanya untuk keperluan industri, baik itu milik pemerintah maupun milik rakyat. Ditambah untuk jaman seperti sekarang ini, semuanya dituntut untuk bergerak secara cepat dan akurat, ditunjang juga oleh kemajuan teknologi internet yang mendominasi kehidupan manusia sesuai dengan Revolusi Industri 4.0. Dimana dalam industri 4.0 ini sendiri menggabungkan teknologi otomatis dan teknologi *cyber* (kompas.com).

Menurut Khasanah et al., (2018), dengan munculnya Revolusi Industri 4.0 membawa pengaruh yang cukup kontras terhadap teknologi di kehidupan manusia, salah satunya adalah perkembangan teknologi informasi dalam pemberian informasi kepada masyarakat. Konsep industri 4.0 pertama kali disampaikan oleh pemerintah Jerman dengan tujuan memperkenalkan perubahan era baru digital dalam kegiatan industri produksi yang bermaksud untuk meningkatkan daya saing dari industri negara Jerman itu sendiri (Kagermann et al., 2013), di menanum asalganmani program daganum nemankeanmenum

program industri yaitu perubahan pada perkembangan teknologi seperti peningkatan sistem otomatis, digital dan koneksi diantara mesin, produk, dan pengguna serta adanya perubahan kondisi lingkungan yang mencakup global semakini, penying. , 2014).

Liao et al., (2017) dalam jurnalnya menyatakan bahwa perubahan serupa tidak hanya terjadi di negara Jerman saja, melainkan mayoritas negara di dunia sudah mulai mengembangkan Industri 4.0, seperti negara Uni Eropa yang sudah ranh memulai "Pabrtanif" dankelan Masjupanikjupanik Jupanik Masjoupani? . Say deny bagian Asia, tidak ketinggalan deny kiss Cina yang sudah memulai program sebanding dengan Industri 4.0 yaitu "Inisiatif Internet Plus" and "Made in China 2025". (Liao et al., 2017; Müller and Voigt, 2018).

Sebagai bagian dari negara Asia, Indonesia plays sudah mulai mengembangkan industri 4.0 ini, emanates didalam dunia industri tersebut peran dari Internet of Things cukup penting sebagai sumber data dibalik sebuah pemrosesan data. Menurut Menteri Perhubungan, Budi Karya Sumadi, sektor perhubungan sudah waktunya merespon perkembangan industri 4.0 agar Indonesia masih tetap bisa bersaing dengan negara-negara lain. Berdasarkan pemaparannya, di sektor transportasi perhubungan, baik pemesanan tiket pesawat maupun kereta api sudah menggunakan e-ticketing. Menurutnya, kedepan sektor perhubungan akan lebih masif untuk beralih ke industri 4.0 emanates semua fungsi- fungsi yang dijalankan secara manual akan beralih menuju fungsi yang terintegrasi dengan internet atau kecerdasan buatan (economy.okezone.com)

Dampak dari penyesuaian atas masuknya revolusi industri 4.0 tidak hanya terjadi di sektor transportasi udara dan laut saja, melainkan berimbas pula kepada

sektor transportasi darat. Hal yang mudah ditemui dalam pengaplikasian industri 4.0 di sektor transportasi darat adalah berkembangnya transportasi ojek online yang belakangan ini sedang hangat di masyarakat. Salah satu contoh perusahaan *startup* penyedia layanan jasa ojek online adalah perusahaan GO-JEK. GO-JEK yang menjadi pionir transportasi online sudah menjamur dan cukup dikenal di Indonesia. Perusahaan GO-JEK adalah perusahaan pertama yang memelopori cara masyarakat untuk memesan kendaraan dengan mudah dan cepat sebelum para pesaingnya bermunculan seperti GRAB, dan UBER. Cukup dengan penggunaan *smartphone* yang terbilang mudah, masyarakat dapat mengetahui biaya yang akan dikeluarkan, panjangnya jarak yang akan ditempuh, dan posisi dari *driver* itu sendiri (detik.com).

Hingga saat ini, perusahaan *start-up* seperti GO-JEK sudah sangat dikenal oleh masyarakat, dimana mayoritas masyarakat menggunakan jasa dari GO-JEK untuk mempermudah dalam mereka bepergian. Tercatat bahwa sudah ada lebih dari 1,7 juta orang yang terdaftar sebagai mitra pengemudi GO-JEK. Bahkan menurut survey yang dilakukan oleh Riset LDUI yang dilakukan tahun 2018, perusahaan GO-JEK sudah menyumbang ke perekonomian Indonesia sebanyak 44,2 triliun rupiah (go-jek.com).

Dengan adanya perusahaan GO-JEK ini pula, kebiasaan yang dilakukan masyarakat dalam bepergian menggunakan transportasi umum berubah mengikuti perkembangan jaman, dimana konsumen mulai beralih memanfaatkan teknologi informasi untuk mendapatkan transportasi secara online (Arisanty et al., 2016) Dibalik kesuksesan perusahaan tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa para *driver* lah yang membuat GO-JEK bisa menjadi perusahaan yang sukses seperti saat ini,

para *driver* berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang prima yang menyebabkan GO-JEK cepat mendapatkan hati masyarakat. Sebisa mungkin setiap mitra perusahaan GO-JEK berlomba-lomba dalam memberikan kinerja terbaiknya kepada masyarakat untuk mendapat tingkat *rating* yang tinggi. *Public Relation Manager* GO-JEK, Rindu Ragilia menyatakan bahwa tingkat *rating* merupakan suatu tolak ukur kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh mitra perusahaan. Pada laman resmi Gojek soal “jenis-jenis pelanggaran GO-JEK, pada poin ke-7 disebutkan bahwa apabila pengemudi memiliki rata-rata *rating* yang rendah, maka pengemudi akan berhadapan dengan sanksi berupa *suspend* dan pemutusan kemitraan dan sisa deposit dari akun pengemudi akan dikembalikan (go-jek.com).

Dalam penelitian Sulistyowati (2016) mengenai pengaruh antara kualitas pelayanan transportasi *online* terhadap kepuasan pelanggan, Kinerja karyawan merupakan *output* aktivitas secara kuantitas dan kualitas yang dicapai seseorang saat melakukan tugas yang diberikan kepadanya menurut tanggung jawab (Mangkunegara, 2007:9) Dalam bekerja, setiap *driver* ojek online akan mendapatkan *rating* dari penumpang atas kualitas pelayanan kerja yang telah diberikan kepada penumpang tersebut. Semakin baik kualitas pelayanan dan performa kerja yang diberikan oleh ojek online tersebut, maka tingkat *rating* yang akan diberikan juga akan semakin tinggi. Bagi setiap *driver* ojek online, mereka berharap bahwa setiap pelayanan yang mereka berikan kepada konsumen akan dibalas dengan pemberian *rating* yang tinggi oleh pelanggan. Bagi para mitra perusahaan aplikasi ojek online, tingkat *rating* yang didapatkan (go-jek.com).

Rating tersebut dijadikan patokan tingkat layanan yang diberikan oleh sang *driver* ojek online kepada pelanggan yang menggunakan jasanya. Apabila tingkat *rating* yang diberikan oleh pelanggan kepada *driver* tersebut kecil, maka perusahaan akan menganggap bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh mitranya tersebut buruk dan akan mengancam status kemitraan mereka. Para mitra bisa dikenakan suspensi atau kondisi paling buruk dihentikan kemitraannya oleh perusahaan. Apabila mitra GO-JEK terkena suspensi, maka akun driver GO-JEK tidak akan bisa menerima order hingga batas waktu tertentu hingga proses klarifikasi pelanggaran selesai. Oleh karena itu, setiap mitra yang terdaftar menjadi pengemudi online GO-JEK harus memberikan performa kerja yang memuaskan agar terhindar dari suspensi, dan mendapatkan bonus (gojek.com).

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi seorang mitra GO-JEK dalam memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen. Baik itu dari faktor ekonomi mitra tersebut, faktor iming-iming bonus pendapatan apabila melampaui target, dan lain-lain. Salah satunya yang penting adalah faktor keyakinan diri (*self-efficacy*) yang menentukan hasil dari kinerja yang akan dihasilkan oleh mitra GO-JEK tersebut. *Self-efficacy* sendiri menurut Engko (2008) adalah faktor personal yang memisahkan perubahan dari setiap individu. *Self-efficacy* dapat menyebabkan berubahnya perilaku seseorang terutama dalam hal penyelesaian tujuan dan tugas. Sedangkan menurut Handayani (2008) menyatakan bahwa *self-efficacy* merupakan sebuah tindakan bagaimana seseorang berpikir, merasakan, memotivasi diri sendiri dan berkelakuan. Apabila seorang *driver* GO-JEK memiliki *self-efficacy* yang baik dalam dirinya, maka hal tersebut akan menjadi

faktor yang cukup berpengaruh dalam meningkatkan kinerja yang akan dihasilkannya dalam melayani penumpang.

Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Sebayang & Sembiring (2017) dimana mereka melakukan penelitian mengenai pengaruh antara *self-esteem* dan *self-efficacy* terhadap kinerja karyawan yang terdapat di PT. Finnet Indonesia yang menghasilkan kesimpulan bahwa *self-efficacy* dan *self-esteem* berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal serupa pun diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Intan et al., (2017) dimana mereka meneliti adanya pengaruh di *self-efficacy* dan motivasi berprestasi terhadap kinerja agen pemasaran asuransi di Denpasar yang menghasilkan kesimpulan bahwa variabel *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja agen pemasaran.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, maka peneliti melakukan pengujian mengenai adanya pengaruh *self-efficacy* terhadap kinerja (*job performance*) yang terjadi di Industri 4.0 dengan sampel penelitian yaitu *driver* ojek online GO-JEK di Purwakarta. Hal ini selanjutnya mendorong penulis untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul: **“PENGARUH *SELF-EFFICACY* TERHADAP *JOB PERFORMANCE* DI INDUSTRI 4.0 (Studi Terhadap *Driver* Ojek Online (GO-JEK) di Purwakarta)”**.

## 1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang sudah disampaikan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini dinyatakan dalam bentuk pertanyaan, yaitu :

Apakah terdapat pengaruh antara *Self-efficacy* terhadap *Job Performance* pada *driver* ojek online (GO-JEK) di Purwakarta ?

### 1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini yaitu :

Untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara *Self-efficacy* terhadap *Job Performance* pada *driver* ojek online (GO-JEK) di Purwakarta.

### 1.4 Manfaat penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, penelitian ini memiliki manfaat bagi beberapa pihak yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam pengambilan kebijakan maupun keputusan oleh manajemen perusahaan untuk meningkatkan kualitas dan performa kerja dari setiap *driver* online yang bergabung menjadi mitra untuk lebih meningkatkan kembali performanya dalam melayani pelanggan.

2. Bagi Akademisi

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam menambah ilmu pengetahuan mengenai pentingnya *self-efficacy* atau keyakinan diri dalam melakukan suatu pekerjaan, sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian di bidang yang sama. Sebagai alat praktek atas teori-teori yang sudah didapat penulis, sehingga penulis dapat

menambah pengetahuan dan pengalaman secara langsung di lapangan.

### 3. Bagi Pembaca Informasi

Hasil penelitian ini dapat pula dijadikan sarana untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai pentingnya peran *self-efficacy* dalam mengerjakan suatu pekerjaan atau suatu hal baik itu dari kalangan akademisi maupun dari kalangan non-akademisi untuk membantu dalam peningkatan kualitas performa kinerja.

