

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Saat ini kita telah berada pada era perkembangan teknologi dan informasi yang semakin maju, dimana teknologi telah menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan manusia. Hingga sampai kepada hal yang sebelumnya tidak terpikirkan, yaitu pengemudi transportasi *online*. Hal ini kemudian berkembang menjadi lebih kreatif sehingga terciptalah *driver* yang berbasis *online*. Dengan adanya perkembangan tersebut menjadikan banyak berdirinya perusahaan berbasis transportasi *online* yang dapat saling bersaing dan menawarkan kelebihan masing-masing, diantaranya yang ada di Medan seperti *grabbike* dan *goride*. Selain kemudahan yang diberikan kepada masyarakat untuk menikmati layanan tersebut, ini juga menjadi peluang terbukanya lapangan kerja bagi masyarakat karena pengoperasian pelayanan juga membutuhkan tenaga kerja *driver*.

Mayoritas penduduk yang ada di kota Medan memiliki tingkat mobilitas yang tinggi dan untuk mengatasi masalah tersebut masyarakat membutuhkan transportasi yang cepat, aman dan nyaman. Jasa transportasi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, saat ini transportasi umum sudah dapat diakses melalui internet. Perkembangan ini memudahkan masyarakat dalam memanfaatkan pelayanan jasa transportasi umum. Kini masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan sudah mulai beralih menggunakan jasa transportasi umum, diantaranya yang ada di Medan seperti *Grabbike* dan *Goride*. *Grabbike* adalah berasal dari perusahaan *Grab* yang didirikan di Malaysia kemudian memindahkan

kantornya ke Singapura. Grab sendiri telah hadir di Indonesia pada bulan Juni 2012 sebagai aplikasi pemesanan taksi dan sejak itu telah memberikan beragam pilihan transportasi seperti mobil dan sepeda motor. Sedangkan Goride berasal dari perusahaan Gojek, yang merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa *driver online*.

Jasa transportasi *online* adalah industri yang populer sekarang ini. Keberadaan transportasi *online* membuat orang yang ingin memesan dan menggunakan jasa transportasi umum seperti sepeda motor dan taksi tidak perlu lagi pergi ke pangkalan terminal, cukup hanya melalui aplikasi di *smartphone*. Grabbike dan Goride adalah sebuah perusahaan penyedia layanan berbasis *online*. Jasa Grabbike dan Goride merupakan salah satu solusi mengatasi masalah transportasi di daerah perkotaan. Grabbike dapat digunakan dari aplikasi Grab dan Goride dapat digunakan dari aplikasi Gojek. Aplikasi Grab dan Gojek sangat mudah digunakan baik oleh para pelajar, pekerja dan masyarakat luas lainnya. Tentunya untuk menjalankan pelayanan yang dimiliki tersebut, Grabbike dan Goride tentunya membutuhkan SDM sebagai peran utama di lapangan dalam menjalankan jasa pelayanan ini. SDM merupakan bagian penting dari setiap organisasi, karyawan menjadi tangan pada sebuah organisasi yang memiliki peran luar biasa dalam penyusunan dan perkembangan urusan organisasi. Untuk itu perlu adanya perhatian lebih terhadap kinerja dari pemeran utama dari Grabbike dan Goride ini yaitu *driver online*.

Jasa yang ditawarkan oleh aplikasi Gojek tidak dapat dijalankan tanpa adanya peran dari para *driver*. *Driver* Gojek itu sendiri berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda-beda, mulai dari pelajar, mahasiswa bahkan orang-orang

yang telah memiliki pekerjaan yang kemudian menjadikan profesi *driver* Gojek sebagai pekerjaan sampingan. Adapun bentuk kerjasama antara *driver* dan Gojek adalah dalam bentuk kemitraan dimana berlaku sistem bagi hasil sebesar 80% untuk *driver* dan 20% untuk pihak Gojek. Menurut data yang dipaparkan oleh pihak *driver empowerment and event* dari perusahaan Gojek Indonesia, jumlah *driver* di Kota Medan tahun 2020 kurang lebih sebanyak 10.000 *driver*. Gojek Indonesia setiap bulannya memberikan apresiasi kepada tiga *driver* yang tercatat aktif mengacu pada jumlah *order* terbanyak setiap bulan berupa sembako dan T-shirt menarik. Setiap perusahaan memiliki sistem *reward* dan *punishment* yang berbeda-beda, adapun sistem *reward* dan *punishment* yang ditetapkan oleh Gojek Indonesia berupa penerapan *reward* dengan sistem pemberian bonus jika mencapai poin yang ditargetkan.

Sekitar tahun 2017 Grab hadir di Medan dan memegang pasar di Medan hingga kini, dari sekitar 800 *driver* Grabbike hingga sekarang hampir 2200 *driver* Grabbike. Pertumbuhan pesat yang dialami Grabbike tersebut kemungkinan terjadi karena Grabbike masuk di waktu yang tepat di saat masyarakat mulai *aware* dengan aplikasi pemesanan transportasi dan perusahaan teknologi. Aplikasi Grabbike juga telah lama hadir di Medan, sehingga pengguna yang sudah mengunduh aplikasi Grab secara otomatis bisa menggunakan Grabbike. Misalnya saja, pengunjung yang sedang berlibur ke Medan secara otomatis langsung bisa menggunakan aplikasi Grab. Grabbike dengan berani menawarkan promo, dimana pelanggan cukup membayar sesuai yang tertera di aplikasi untuk penggunaan layanan Grabbike dan berupaya menyediakan layanan yang lebih baik.

Kinerja merupakan tingkat pencapaian hasil atas terlaksananya tugas tertentu. Sedangkan kinerja perusahaan merupakan tingkat pencapaian hasil dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan. Kinerja individu, kinerja kelompok dan kinerja perusahaan dipengaruhi oleh banyak faktor internal dan eksternal organisasi (Simanjuntak, 2011).

Kinerja *driver* Gojek dan Grab merupakan aspek utama untuk keberlanjutan usaha transportasi *online* keberadaan *driver* yang berkualitas akan menjadi pengaruh kepuasan akhir konsumen. Konsumen yang puas dapat menjadi sumber pemasaran yang efektif bagi perusahaan, salah satunya dengan rekomendasi layanan driver kepada pihak lain bahkan bisa sampai perusahaan mendapatkan pencapaian sebagai pemegang pasar. Maka dari itu, konsumen yang merasa puas dapat meningkatkan jumlah konsumen transportasi online. Dalam keberlangsungan kinerja perusahaan transportasi online di Indonesia, kreativitas driver terhadap organisasi merupakan hal yang sangat penting untuk kondisi kerja yang kondusif bagi driver.

Perlu disadari bahwa persaingan antar perusahaan sejenis merupakan hal yang tidak dapat dihindari, sehingga satu-satunya hal yang dapat dilakukan perusahaan adalah bagaimana cara memenangkan persaingan agar pelanggan lebih tertarik dengan produk atau pelayanan perusahaan, serta tetap puas untuk menggunakan produk ataupun jasa perusahaan dibanding produk dari perusahaan pesaing. Kepuasan pelanggan tersebut menjadi sangat penting karena pelanggan yang puas akan memberikan manfaat ganda bagi perusahaan, yaitu memperoleh penjualan dan menjadi referensi bagi pihak lain. Dengan demikian dibutuhkan kreativitas dari para *driver* Grabbike dan Goride.

Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Jadi kreativitas merupakan kemampuan untuk mengekspresikan dan mewujudkan potensi daya berpikir untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan unik atau kemampuan untuk mengkombinasikan sesuatu yang sudah ada menjadi sesuatu yang lain agar lebih menarik (Ali, 2010:41). Artinya bahwa sesuatu yang baru di sini bukan berarti harus sama sekali baru, tetapi dapat juga sebagai kombinasi dari unsur-unsur yang telah ada sebelumnya. Dengan demikian kreativitas merupakan potensi yang dimiliki setiap manusia dan bukan yang diterima dari luar diri individu. Kreativitas adalah fungsi dari karakteristik pribadi dan kontekstual individu ditempat dimana karyawan berkinerja (Zhou dan Shalley, 2003; Shalley et.al. 2004 dalam Malau, A.R.,dkk, 2019). Sejalan dengan itu, kreativitas dengan ide-ide baru dan berguna sangat penting untuk kelangsungan hidup dan daya saing organisasi (Gong et al., 2009 dalam Malau, A.R., dkk, 2019).

Berdasarkan survei pendahuluan bahwa pada saat terjadi masalah saat berkendara maka *driver* cukup kreatif untuk mengatasi masalah seperti ide *driver* membuat sebuah mic didalam helm agar komunikasi antara *driver* dengan *customer* berjalan dengan baik dan selalu berhati-hati dalam berkendara. Ketika konsumen ingin membeli makanan *driver* mau berhenti dan menunggu. Ketika hujan turun dalam perjalanan, *driver* memberikan mantel hujan. Dengan demikian pelanggan merasa cukup diperhatikan oleh *driver*. Kreativitas *driver* sangat dibutuhkan pelanggan agar diperoleh kenyamanan dalam perjalanannya. Keterampilan membawa kendaraan dan tingkat kepatuhan terhadap peraturan yang tinggi akan memberikan nilai positif bagi *driver*.

Berdasarkan uraian di atas, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul, “**Pengaruh Kreativitas *Driver* terhadap Kinerja *Driver Online* di Kota Medan (Studi Kasus Grabbike dan Goride)**”.

### **1.2. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah di penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh kreativitas *driver* terhadap kinerja *driver* Grabbike dan Goride di Kota Medan ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kreativitas *driver* terhadap kinerja *driver* Grabbike dan Goride di Kota Medan.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, penulis juga ingin menuliskan manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh kreativitas terhadap kinerja *Driver* Grabbike dan Goride di Kota Medan.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam peningkatan kinerja *driver*.
3. Pihak lain, sebagai informasi yang dapat digunakan untuk bahan penelitian dan menambah pengetahuan bagi yang berminat dalam bidang yang serupa.
4. Bagi Universitas

Menambah khasanah penelitian bagi Program Studi Manajemen  
Universitas HKBP Nommensen Medan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU DAN HIPOTESIS**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. Kreativitas**

###### **2.1.1.1. Pengertian Kreativitas**

Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan komposisi, produk atau gagasan apa saja yang pada dasarnya baru dan sebelumnya tidak dikenal pelaksanaannya, dapat berupa kegiatan imajinatif atau sintesis pemikiran serta mempunyai maksud dan tujuan yang ditentukan. Menurut Sternberg (dalam Munandar, 2012:3) pengertian kreativitas yaitu “merupakan titik pertemuan yang khas antara 3 atribut psikologi antara lain: intelegensi, gaya kognitif dan kepribadian / motivasi”. Masing-masing dijelaskan sebagai berikut:

- a. Intelegensi yang meliputi kemampuan verbal, pemikiran lancar, pengetahuan perencanaan, perumusan masalah, penyusunan strategi, representasi mental, ketrampilan pengambilan keputusan dan keseimbangan dan integrasi intelektual secara umum.
- b. Gaya kognitif, yaitu : menciptakan aturan sendiri, melakukan hal – hal dengan cara sendiri, senang menulis sendiri, merancang dan ketertarikan terhadap pekerjaan dan pembelajaran yang menuntut kreativitas.
- c. Kepribadian / motivasi yaitu : meliputi kelenturan, toleransi, dorongan untuk berprestasi dan mendapat pengakuan keuletan dalam menghadapi rintangan dan pengambilan resiko yang sudah diperkirakan.

Munandar (2012:5) menyebutkan bahwa “kreativitas tidak hanya bergantung pada ketrampilan terhadap suatu bidang, tatapi juga pada motivasi

interinsik (dorongan internal) untuk bekerja dan lingkungan sosial yang mendukung (dorongan eksternal)”. Kreativitas dimulai dengan kemampuan individu untuk menciptakan sesuatu yang baru. Biasanya seorang individu yang kreatif memiliki sifat yang mandiri. Ia tidak merasa terikat pada nilai – nilai dan norma – norma umum yang berlaku dalam bidang keahliannya. Ia memiliki sistem nilai dan sistem apresiasi hidup sendiri yang mungkin tidak sama yang dianut oleh masyarakat ramai. Menurut Lumsdaine (2011:36) “kreativitas sebagai suatu aktivitas dinamis yang melibatkan proses-proses mental secara sadar maupun bawah sadar dan melibatkan bagian sel dan bagian otak. Kreativitas melibatkan penciptaan (*generating*) suatu ide dan mewujudkannya (memanifestasikan)”.

Kreativitas merupakan sifat pribadi seorang individu (dan bukan merupakan sifat sosial yang dihayati oleh masyarakat) yang tercermin dari kemampuannya untuk menciptakan sesuatu yang baru. Untuk menguatkan kemampuan kreatif diperlukan sebuah ide dalam bentuk pengalaman-pengalaman pribadi dan reaksi sendiri atau lainnya sebagai memperkuat ketrampilan tersebut.

Kreativitas sebagai proses mental individu. Menurut Solso (2010:33) mengatakan “kreativitas sebagai aktivitas kognitif yang menghasilkan cara atau sesuatu yang baru dalam memandang suatu masalah atau situasi”. Artinya suatu pandangan yang baru mengenai suatu bentuk permasalahan dan tidak dibatasi pada hasil yang pragmatis (selalu dipandang menurut penggunaannya).

Timbul dan tumbuhnya kreativitas dan selanjutnya berkembangnya suatu kreasi yang diciptakan oleh seseorang individu tidak dapat luput dari pengaruh kebudayaan serta pengaruh masyarakat tempat individu itu hidup dan sekolah. Masyarakat dapat menyediakan berbagai kemudahan, sarana dan prasarana untuk

menumbuhkan daya cipta anggotanya, tetapi akhirnya semua kembali pada bagaimana individu itu sendiri, sejauh mana ia merasakan kebutuhan dan dorongan untuk bersibuk diri secara kreatif, suatu pengikat untuk melibatkan dalam suatu kegiatan kreatif, yang mungkin memerlukan waktu lama.

Kreativitas merupakan kemampuan yang mencerminkan kelancaran, keluwesan (fleksibilitas), dan originalitas dalam berfikir serta kemampuan untuk mengkolaborasi (mengembangkan, memperkaya, memperinci suatu gagasan). Dalam proses berfikir Guilford (1986) dalam Lumsdaine (2011:36) menekankan perbedaan berfikir ke dalam 2 bentuk yaitu berfikir *divergen* (disebut juga berfikir kreatif) dan berfikir *Konvergen*. Berfikir *divergen*: bentuk pemikiran terbuka, yang menjajaki macam-macam kemungkinan jawaban terhadap suatu persoalan/ masalah. Berfikir *konvergen*: sebaliknya berfokus pada tercapainya satu jawaban yang paling tepat terhadap suatu persoalan atau masalah.

Teori Rogers : Carl Rogers (1902-1987) tiga kondisi internal dari pribadi yang kreatif, yaitu: “Keterbukaan terhadap pengalaman, Kemampuan untuk menilai situasi patokan pribadi seseorang (*internal locus of evaluation*), Kemampuan untuk bereksperimen, untuk ” bermain ” dengan konsep-konsep”. Apabila seseorang memiliki ketiga ciri ini maka kesehatan psikologis sangat baik. Orang tersebut diatas akan berfungsi sepenuhnya menghasilkan karya-karya kreatif, dan hidup secara kreatif. Ketiga ciri atau kondisi tersebut juga merupakan dorongan dari dalam (*internal press*) untuk kreasi.

#### **2.1.1.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kreativitas**

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kreativitas menurut Munandar, (2012:6) adalah:

- a. Faktor Internal, yaitu faktor yang berasal dari dalam individu yang dapat mempengaruhi kreativitas.
- b. Faktor eksternal adalah peran kondisi lingkungan mencakup lingkungan dalam arti kata luas yaitu masyarakat dan kebudayaan.

Adapun penjelasan masing-masing faktor sebagai berikut:

- a. Faktor Internal, yaitu faktor yang berasal dari dalam individu yang dapat mempengaruhi kreativitas, diantaranya :
  1. Keterbukaan terhadap pengalaman dan rangsangan dari luar atau dalam individu adalah kemampuan menerima segala sumber informasi dari pengalaman hidupnya sendiri. Dengan demikian individu kreatif adalah individu yang mampu menerima perbedaan;
  2. Evaluasi internal, yaitu kemampuan individu dalam menilai produk yang dihasilkan ciptaan seseorang ditentukan oleh dirinya sendiri, bukan karena kritik dan pujian dari orang lain. Kemampuan untuk bermain dan mengadakan eksplorasi terhadap unsur-unsur, bentuk-bentuk, konsep atau membentuk kombinasi baru dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya.
- b. Faktor eksternal adalah peran kondisi lingkungan mencakup lingkungan dalam arti kata luas yaitu masyarakat dan kebudayaan. Kebudayaan dapat mengembangkan kreativitas jika kebudayaan itu memberi kesempatan adil bagi pengembangan kreativitas potensial yang dimiliki anggota masyarakat. Adanya kebudayaan *creativogenic*, yaitu kebudayaan yang memupuk dan mengembangkan kreativitas dalam masyarakat, antara lain :
  1. Tersedianya sarana kebudayaan, misal ada peralatan, bahan dan media;

2. Adanya keterbukaan terhadap rangsangan kebudayaan bagi semua lapisan masyarakat;
3. Menekankan pada *becoming* dan tidak hanya *being*, artinya tidak menekankan pada kepentingan untuk masa sekarang melainkan berorientasi pada masa mendatang;
4. Keterbukaan terhadap rangsangan kebudayaan yang berbeda;
5. Adanya toleransi terhadap pandangan yang berbeda;
6. Adanya interaksi antara individu yang berhasil, dan
7. Adanya insentif dan penghargaan bagi hasil karya kreatif.

Berdasarkan uraian faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas di atas maka jika dihubungkan dengan pentingnya sarana transportasi maka dibutuhkan terobosan terbaru, yakni inovasi transportasi berbasis aplikasi *online* yang didukung oleh teknologi komunikasi melalui *smartphone*. Transportasi berbasis aplikasi *online* ini merupakan penggabungan dari segi jasa transportasi dan teknologi komunikasi. Dari sekian banyaknya transportasi berbasis aplikasi *online* yang terdapat di Indonesia ada dua yang lagi populer dikalangan masyarakat Gojek dan Grab, Go-Jek dan Grab adalah yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Hal tersebut berdasarkan lembaga riset global *Growth for Knowledge* (Gfk) membuktikan bahwa pengguna aplikasi *online* Go-Jek mencapai 59,27% sedangkan Grab 40,73%.

Go-Jek dan Grab adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja diberbagai sektor informal di Indonesia. Selain jasa dan teknologi komunikasi, transportasi berbasis aplikasi *online* juga dilengkapi dengan fitur *Global Positioning System* atau yang lebih

dikenal dengan GPS untuk memberikan informasi keberadaan pengemudi dan pengguna dengan rute terdekat.

### 2.1.1.3. Indikator Kreativitas

Selanjutnya untuk mengukur pengembangan kreativitas penulis berpedoman pada Desmita (2013:177) yang mengacu pada Guilford yang menjelaskan bahwa: “Kreativitas berarti *aptitude* dan *non aptitude*”. Selain itu juga mengadopsi atau mengacu pada model penilaian kreativitas yang dikembangkan oleh Munandar (2012:68) yang menjelaskan bahwa tes untuk mengukur kreativitas meliputi *aptitude traits* atau ciri kognitif dari kreativitas dan *non-aptitude traits* atau ciri afektif dari kreativitas. Menurut Munandar (2012:69), ciri-ciri *aptitude* dari kreativitas (berpikir kreatif) meliputi:

- a. Keterampilan berpikir lancar (kelancaran);
- b. Keterampilan berpikir luwes (fleksibel);
- c. Keterampilan berpikir orisinal (orisinalitas);
- d. Keterampilan memperinci (elaborasi);
- e. Keterampilan menilai (evaluasi);

Sedangkan ciri-ciri *non aptitude* yaitu:

- a. Rasa ingin tahu;
- b. Bersifat imajinatif;
- c. Merasa tertantang oleh kemajemukan;
- d. Sifat berani mengambil risiko;
- e. sifat menghargai.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah titik pertemuan yang khas antara 3 atribut psikologi antara lain: intelegensi, gaya

kognitif dan kepribadian/motivasi. Dengan demikian yang menjadi indikator kreativitas adalah diukur melalui *aptitude* yaitu kelancaran, fleksibel, orisinalitas, elaborasi, evaluasi dan *non aptitudenya* yaitu rasa ingin tahu, bersifat imajinatif, rerasa tertantang oleh kemajemukan, sifat berani mengambil resiko dan sifat menghargai.

## **2.1.2. Kinerja**

### **2.1.2.1. Pengertian Kinerja**

Kinerja *driver* merupakan hal yang menjadi tolak ukur penelitian untuk melihat sampai mana driver melakukan performa terbaik agar bisa dilihat dari kreativitas yang ada maka menurut para ahli yaitu:

Menurut Wibowo (2017:3) manajemen kinerja adalah proses komunikasi yang sedang berjalan, dilakukan dengan kemitraan antara pekerja dengan atasan langsung mereka yang menyangkut menciptakan harapan yang jelas dan saling pengertian tentang pekerjaan yang harus dilakukan. Prinsip dasar manajemen kinerja menjadi fondasi yang kuat bagi kinerja organisasi untuk mencapai tujuan.

Menurut Riani (2010:97) kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan secara legal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika. Sedangkan menurut Mathis dan Jackson (2012:82), kinerja merupakan seberapa baik karyawan mengerjakan pekerjaan mereka jika dibandingkan dengan satu set standar, dan kemudian mengkomunikasikan informasi tersebut. Jadi berdasarkan defenisi diatas dapat diambil kesimpulan, bahwa kinerja itu

merupakan hasil dari suatu pelaksanaan pekerjaan, pemecahan masalah pada suatu periode yang dapat menimbulkan perasaan senang atau tidak senang.

Pendapat lain dari Hasibuan (2016:160), kinerja diartikan sebagai hasil kerja yang telah dicapai oleh seseorang dalam menjalankan tugas-tugasnya berdasarkan kecerdasannya, usaha serta kesempatan yang dilakukannya.

Berdasarkan uraian definisi kinerja di atas maka dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika.

#### **2.1.2.2. Sistem Penilaian Kinerja *Driver* Grab dan Gojek**

Kualitas layanan dan kemudahan memiliki peranan dalam menciptakan niat beli ulang dengan kepuasan pelanggan. Untuk memberikan kualitas layanan terbaik dan kemudahan maka perusahaan dituntut untuk memberikan produk atau layanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Jadi, sudah menjadi kewajiban bagi para pemasar untuk tidak berhenti saja pada pemasaran, namun juga harus dapat membuat pelanggan terikat dengan pada produk/jasa agar pelanggan tidak beralih (Malia, 2019).

Pada perusahaan transportasi online sendiri terdapat sistem penilaian kinerja *driver* pada Grab dan Gojek sendiri mempunyai perbedaan penilaian yaitu seperti yang dijelaskan dibawah ini:

Gojek mempunyai sistem penilaian kinerja yang disebut dengan skema poin dan bonus. Pada prosesnya penilaian ini dilihat dari: Akun yang mendapat order dari konsumen di setiap harinya di bedakan menjadi dua yaitu hari biasa dan

akhir pekan. Gojek tidak mempunyai batas waktu kerja karena sistem skema poin ditentukan dengan maksimal 19 kali *driver* mendapat order. Serta dibagi hari aktif *driver* dalam dua minggu dalam pencapaian poin atau disebut periode perminggu yaitu *weekday* dan *weekend*. Jika *driver* melampaui batas maksimal driver akan dikatakan menerima order fiktif dan akan disuspend atau pemberhentian mitra dengan Gojek. Jika *driver* tidak mencapai batas maksimal otomatis insentif tidak akan didapatkan. Pendapatan *driver* dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti jumlah permintaan, jarak tempuh, harga ramai, dan lain sebagainya. Jumlah insentif yang diterima adalah Rp. 250.000 / maksimal 19 kali order. Skema poin dan bonus bisa saja turun karena adanya penilaian buruk dari pelanggan terhadap *driver*. Pada saat ini *driver* mempunyai skema poin dan bonus tambahan jika *driver* menawarkan produk Gojek yang lain seperti Gopay dan sebagainya kepada pelanggan secara langsung. Skema poin dan bonus sudah ada dalam aplikasi driver pada halaman 'Performa'.

Grab mempunyai sistem penilaian kinerja yang disebut dengan skema insentif. Pada prosesnya penilaian dilihat dari: Skema insentif dapat dilihat dari akun driver Grab pada halaman insentif. Waktu kerja yang ditentukan disesuaikan dengan yang driver inginkan dan mempunyai batas sampai jam 10 malam. Sistem mitra sendiri tergantung pada driver yang ingin bermitra dengan beberapa produk pada Grab contoh: GrabBike, GrabExpress, GrabFood dsb. Pada penilaiannya terdapat sistem penilaian yang dilihat dari jarak tempuh driver yang tarifnya dimulai dari Rp.10.000 sampai dengan Rp.20.000 dalam sekali order. Sistem insentif dan pendapatan akan didapatkan dalam satu hari driver bekerja sesuai dengan seberapa driver sanggup melaksanakan pekerjaannya.

### 2.1.2.3. Indikator Kinerja

Dari hasil yang dilihat dari sistem penilaian kinerja yang ada dalam perusahaan Gojek dan Grab peneliti membuat indikator yang bisa menjadi faktor penilaian yang akan menjadi sistem analisis kinerja, yaitu (Malia, 2019):

- a. Kecepatan: dimana seorang *driver* dapat memenuhi pelayanan dengan rentang waktu yang ditentukan.
- b. Loyalitas: *driver* dapat menentukan kesetiaan untuk melakukan pekerjaannya.
- c. Waktu kerja: rentang waktu *driver* dapat menyelesaikan pekerjaan dalam satu hari.
- d. Skema poin: tingkat pencapaian yang dilakukan *driver* dalam memenuhi pelayanan jasa.
- e. Insentif: biaya tambahan yang didapatkan dalam memenuhi pencapaian skema poin.

## 2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan acuan dalam suatu penelitian, sebagai pembandingan penelitian saat ini dengan sebelumnya. Peneliti menyadari tanpa adanya penelitian terdahulu akan mengalami kesulitan dalam melakukan penelitian. Variabel kreativitas telah banyak diteliti di berbagai penelitian seperti skripsi, tesis dan disertasi. Akan tetapi, peneliti belum sepenuhnya puas dengan penelitian terdahulu dan akan mencoba melakukan penelitian yang lebih baik lagi. Peneliti memakai beberapa jurnal penelitian terdahulu. Adapun penelitian terdahulu yang dapat dijadikan perbandingan dengan penelitian sebelumnya pada Tabel

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

| No | Nama Peneliti Terdahulu       | Judul   | Variabel   | Hasil   |
|----|-------------------------------|---|--|---|
| 1  | Ani Muttaqiyathun (2018)      | Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Driver Go-jek di Kota Yogyakarta                     | Variabel Bebas (X1), (X2), (X3), (X4) dan (X5)<br>Yaitu:<br>Kompensasi, Motivasi, Kepuasan Kerja, Beban Kerja, <i>Adversity</i><br><i>Quitient</i> .<br>Variabel Terikat: (Y) Yaitu: Kinerja Driver. | Kompensasi, motivasi dan kepuasan kerja tidak berdriver Go-jek Kota Yogyakarta. Sedangkan beban kerja dan <i>adversity</i> quotient berpengaruh terhadap kinerja driver Go-jek Kota Yogyakarta. |
| 2  | Muhammad Robby Fahlevi (2020) | Pengaruh Kompensasi dan Disiplin Terhadap Kinerja "Driver GoRide" PT.Gojek Indonesia Cabang Palembang | Variabel Bebas (X1) dan (X2)<br>Yaitu:<br>Kompensasi dan Disiplin.<br>Variabel Terikat: (Y) Yaitu: Kinerja Driver GoRide.  | Terdapat pengaruh kompensasi dan disiplin signifikan mempengaruhi kinerja Driver GoRide PT. Gojek Indonesia Cabang Palembang  |

### 2.3. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan sintesa dari teori-teori yang digunakan dalam penelitian sehingga mampu menjelaskan secara operasional variabel yang diteliti, menunjukkan hubungan antara variabel yang diteliti dan mampu membedakan nilai variabel pada berbagai populasi yang berbeda.

Kinerja merupakan hasil dari suatu pelaksanaan pekerjaan, pemecahan masalah pada suatu periode yang dapat menimbulkan perasaan. Keberhasilan usaha dapat dijamin melalui peningkatan kinerja, para pimpinan instansi perlu memperlihatkan faktor kesempatan berprestasi. Penilaian prestasi kerja merupakan bagian dari sistem manajemen yang dilandasi oleh kepercayaan bahwa prestasi kerja setiap pekerja berbeda satu sama lain. Jadi, suatu sistem manajemen kinerja yang efektif umumnya menjalankan dua tujuan: (1) tujuan evaluasi yang membiasakan karyawan tahu dimana posisi dan (2) tujuan pengembangan yang memberikan informasi dan arahan tertentu kepada individu sehingga ia dapat memperbaiki kinerjanya.

Tingkat kreativitas sangat mempengaruhi produktivitas kerja yang dimiliki oleh setiap *driver* yang berpotensi untuk mencapai hasil yang optimal, sehingga diperlukan adanya kreativitas agar *driver* dapat mengerahkan seluruh potensinya. Pekerjaan dapat lebih cepat dan tepat diselesaikan tanpa mengurangi kedisiplinan yang ada jika didukung oleh peran serta seorang pimpinan.

Menurut Dharma dan Akib (2014:23), kreativitas merupakan esensi yang mencirikan eksistensi dan perkembangan organisasi, karena kreativitas dapat terlihat melalui produk, usaha, dan model baru yang dihasilkan oleh individu dan kelompok dalam organisasi. Dan kreativitas juga merupakan ramuan utama dalam layanan pelanggan, pengembangan produk dan strategi baru.

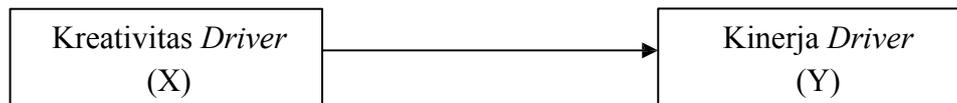
Menurut Rachmawati (2010:14), kreativitas merupakan suatu proses mental individu yang melahirkan gagasan, proses, metode ataupun produk baru yang efektif yang bersifat imajinatif, estetis, fleksibel, integrasi, suksesi,

diskontinuitas, dan diferensiasi yang berdaya guna dalam berbagai bidang untuk pemecahan suatu masalah.

Untuk lebih jelasnya kerangka berpikir penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.1.

**Gambar 2.1.**

**Kerangka Berpikir**



#### **2.4. Hipotesis**

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis pada penelitian ini adalah kreativitas *driver* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja *driver* Grabbike dan Goride di Kota Medan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan variabel-variabel dan data kuantitatif. Menurut Juliandi dkk (2014:88), kerangka acuan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yang akan menggunakan baik metode analisis deskriptif maupun metode analisis induktif (*inferensial*). Dengan mengacu pada hasil analisis statistik deskriptif, digunakan metode statistik induktif (*inferensial*), yaitu suatu metode analisis statistik yang diarahkan untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau kesimpulan tentang populasi. Metode yang digunakan adalah metode survei yaitu adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu.

#### **3.2. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Januari 2021 sampai dengan Juli 2021. Adapun lokasi penelitian ini seluruh wilayah Kota Medan.

#### **3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling Penelitian**

Populasi adalah jumlah keseluruhan obyek yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *driver* yang ada di Kota Medan yaitu pengemudi yang membawa kendaraan transportasi *online* Grabike dan Goride . Menurut Sugiyono (2012:81) bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Namun ukuran sampel yang

diterima akan sangat bergantung pada jenis penelitiannya, beberapa fenomena dalam menentukan besarnya jumlah sampel menurut Kuncoro (2013:126) adalah:

1. Untuk studi deskriptif dibutuhkan sebanyak 30 sampel untuk menguji jumlah amat minimal. Untuk populasi yang lebih kecil, setidaknya 20 sampel mungkin diperlukan
2. Untuk studi korelasional, dibutuhkan minimal 30 sampel untuk menguji ada/tidaknya hubungan.
3. Untuk studi kausal-komperatif, minimal 30 subjek per grup umumnya dianjurkan.
4. Untuk studi eksperimen, minimal 15 subjek per group umum untuk dianjurkan.

Berdasarkan poin kedua maka untuk jumlah sampel dalam penelitian ini penulis memilih 30 pelanggan Grabbike dan Goride, dengan menggunakan metode *purposive sampling*. 30 pelanggan tersebut diberikan angket untuk memberikan jawaban sehingga dalam hal ini pelanggan memberikan gambaran dari kinerja *driver*.

### **3.4. Jenis Data Penelitian**

Penelitian ini menggunakan satu jenis data, yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner.

### **3.5. Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi (*observation*), yaitu dengan melakukan pengamatan terhadap kegiatan yang dilakukan para *driver*.
2. Kuesioner (*questionnaire*) yang diberikan, yaitu pengumpulan data dengan mengajukan daftar pertanyaan yang telah disusun secara terstruktur diberikan kepada *driver* yang dijadikan sampel, dengan cara membagikan angket dan meminta nomor telepon *driver* tersebut untuk meminta kembali angket yang sudah diisinya.
3. Studi dokumentasi (*document study*), yaitu mengumpulkan dan mempelajari data yang diperoleh melalui data-data dari internet.

### 3.6. Definisi Operasional Variabel

Adapun yang menjadi variabel penelitian ini adalah komitmen, motivasi dan kinerja dengan skala pengukuran seperti tertera pada Tabel 3.1.

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional**

| Variabel        | Definisi Variabel  | Indikator  | Skala Ukuran |
|-----------------|--|--|--------------|
| Kreativitas (X) | Kreativitas merupakan titik pertemuan yang khas antara 3 atribut psikologi antara lain: intelegensi, gaya kognitif dan kepribadian / motivasi                                  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelancaran</li> <li>2. Fleksibel</li> <li>3. Orisinalitas</li> <li>4. Elaborasi</li> <li>5. Evaluasi</li> <li>6. Rasa ingin tahu</li> <li>7. Bersifat imajinatif</li> <li>8. Merasa tertantang oleh kemajemukan</li> <li>9. Sifat berani mengambil resiko</li> <li>10. Sifat menghargai</li> </ol> | Skala Likert |
| Kinerja (Y)     | Kinerja merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kecepatan</li> <li>2. Loyalitas</li> <li>3. Waktu kerja</li> <li>4. Skema poin</li> <li>5. Insentif</li> </ol>   | Skala Likert |

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | pencapaian tujuan perusahaan secara legal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika. |  |  |
|--|---|--|--|

### 3.7. Skala Pengukuran Variabel

Setiap jawaban diberi skor dengan berdasarkan pada skala *likert* dengan angka atau bobot yaitu 1 sampai dengan 5, seperti terlihat pada Tabel 3.2. dibawah ini.

**Tabel 3.2. Skor Skala Likert**

| Pernyataan                 | Jawaban | Bobot Nilai |
|----------------------------|---------|-------------|
| Sangat Setuju              | SS      | 5           |
| Setuju Ragu-<br>ragu Tidak | S<br>RR | 4<br>3      |
| Setuju                     | TS      | 2           |
| Sangat Tidak Setuju        | STS     | 1           |

Sumber: Sugiyono (2012:129)

### 3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dengan alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Metode yang akan digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Butir pernyataan dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > 0,3$ . Uji validitas hanya dilakukan pada *driver* gojek yaitu ojek *online* sejenis.

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Menurut Sugiyono

(2012:348) bahwa "Uji reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan fasilitas SPSS, yakni dengan uji statistic *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* > 0,60. Uji reliabilitas hanya dilakukan pada *driver* gojek yaitu ojek *online* sejenis.

### **3.9. Uji Asumsi Klasik**

Terdapat beberapa macam asumsi yang harus dipenuhi dalam analisis regresi, sehingga persamaan yang dihasilkan akan valid jika digunakan untuk memprediksi. Asumsi-asumsi tersebut antara lain:

#### **3.9.1. Uji Normalitas**

Uji ini dilakukan untuk menunjukkan simetris tidaknya distribusi data. Uji normalitas akan dideteksi melalui analisa grafis yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS. Dasar pengambilan keputusan yaitu :

- a. Jika data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### **3.9.2. Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah group mempunyai varians yang sama diantara group tersebut yang disebut homoskedastisitas atau tidak mempunyai varians yang sama yang disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedasitas atau dengan kata lain tidak terjadi heterokedastisitas. Alat analisisnya adalah diagram pancar *scatter plot*.

### 3.9.3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah asumsi yang menunjukkan adanya hubungan linear yang kuat diantara beberapa variabel predictor dalam suatu model regresi linear berganda. Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk mengukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan / pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisiensi korelasi. Multikolinearitas terjadi jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih besar dari 0,60.

### 3.10. Metode Analisis Data

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (Komitmen dan Motivasi) terhadap variabel terikat (Kinerja). Di dalam menganalisis data ini, penulis menggunakan bantuan aplikasi *Software SPSS 22.0 for Windows*.

$$Y = a + bX + e$$

Dimana: Y = Kinerja  
 a = Konstanta  
 X = Kreativitas  
 b = Koefisien regresi

#### 3.10.1. Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai  $t_{tabel}$  dengan nilai  $t_{hitung}$ . Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka variabel bebas secara parsial mempengaruhi variabel terikat, sebaliknya jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka variabel bebas secara parsial tidak mempengaruhi variabel terikat.

Rumusan hipotesis:

$H_0 : b_i = 0$  : Variabel bebas (kreativitas) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (kinerja).

$H_a : b_i \neq 0$  : Variabel bebas (kreativitas) berpengaruh terhadap variabel terikat (kinerja).

Kriteria pengambilan keputusan:

$H_0$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_a$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

### **3.10.2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi  $R^2$  pada intinya mengukur kadar pengaruh (dominasi) variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1 . Nilai koefisien determinasi  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel tidak bebas terbatas.