

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini era globalisasi ditandai dengan perubahan-perubahan pesat pada kondisi perekonomian secara keseluruhan, hal ini telah menimbulkan suatu tuntutan yang harus dipenuhi oleh para pelaku ekonomi maupun industri. Salah satunya ialah, bagaimana organisasi secara responsif menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi. Perubahan tidak hanya pada eksternal namun juga internal perusahaan. Perubahan eksternal juga harus diikuti oleh perubahan internal perusahaan, salah satunya adalah tenaga kerja.

Dalam pencapaian tujuan organisasi, sumber daya manusia mempunyai peran yang sangat penting di samping sumber-sumber daya lain yang dimiliki organisasi. Studi perilaku keorganisasian, mengemukakan ada tiga faktor penentu perilaku dalam organisasi yaitu individu, kelompok, dan struktur. Ketiga hal tersebut dipelajari pengaruhnya pada organisasi dengan tujuan untuk menerapkan ilmu pengetahuan guna meningkatkan efektivitas suatu organisasi. Di dalam suatu perusahaan, salah satu faktor penentu dalam loyalitas dan kepuasan kerja karyawan adalah turnover, hal ini besar pengaruhnya bagi kelangsungan dan kemajuan perusahaan.

Sebuah perusahaan dengan tingkat *turnover* yang tinggi memiliki tantangan khusus bagi pengembangan sumber daya manusia karena kejadian-kejadian tersebut tidak dapat diperkirakan. Kegiatan-kegiatan pengembangan harus mempersiapkan setiap saat pengganti karyawan yang keluar. Ada kalanya pergantian karyawan memiliki dampak positif. Namun sebagian besar pergantian karyawan membawa pengaruh yang kurang baik terhadap organisasi, baik dari segi biaya maupun dari segi hilangnya waktu untuk melatih karyawan pengganti dan kesempatan untuk memanfaatkan peluang. (Nanggoy dan Harianti, 2005).

Dalam menjalankan usaha, perusahaan akan menjalin komunikasi yang baik agar kepuasan kerja karyawan meningkat dan karyawan akan loyal terhadap perusahaan. Komunikasi akan berjalan efektif jika masing-masing orang yang terlibat komunikasi mengetahui informasi secara lengkap Sopiah (2008:147). Tujuan utama dalam mempelajari komunikasi adalah memperbaiki organisasi. Usaha dalam bidang jasa transportasi umum saat inipun menjadi prospek usaha yang menguntungkan terutama di daerah Ibukota dan sekitarnya, masyarakat membutuhkan jasa

transportasi yang praktis dan juga cepat, karena tidak dapat dipungkiri titik-titik rawan kemacetan terparah terdapat di daerah-daerah Ibukota Jakarta dan sekitarnya.

PT GO-JEK Indonesia adalah sebuah perusahaan penyedia jasa layanan transportasi yang menggunakan armada Ojek Motor yang tersebar di hampir seluruh wilayah cakupan Indonesia. PT GO-JEK Indonesia didirikan oleh Nadiem Makarim. Kantor pusat yang terletak di Jl. Kemang Timur No.15, Mampang Prapatan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12730. Seiring berkembangnya permintaan masyarakat terhadap layanan GO-JEK, kini GO-JEK mempunyai kantor cabang di setiap daerah. Mitra driver sudah mencapai 650.000 orang dengan pertumbuhan pengojek mencapai 10.000 orang yang bergabung. Tidak hanya wilayah Jabodetabek, GO-JEK sudah melebarkan sayapnya hingga ke Bali, Bandung, Surabaya dan daerah lainnya yang ada di Indonesia.

Tabel 1.1.

Tabel Jumlah Armada Driver Go-Jek dan Grabbike 2015

Ojek Online	July	Agustus	September
Go-Jek	10.000	15.000	30.000
GrabBike	1.000	2.000	15.000

Sumber: bertolomeus saksono, <http://bisnisfun.com>, (diakses pada oktober 2015)

Jumlah armada ojek online yang terus meningkat membuktikan bahwa para pengusaha sadar akan kebutuhan dan minat pasar yang tinggi akan ojek online. Dari tabel diatas secara signifikan terlihat bahwa dalam jumlah armada Gojek memimpin, jumlah armada Gojek saat ini jauh lebih banyak dibanding kompetitornya dan terus meningkat. Untuk Tahun 2018, sudah ada lebih dari 300.000 *driver* (<https://www.go-jek.com/blog/go-fast-data-di-balik-ramadan/>). Namun saat ini seorang *driver* ojol atau mitra perusahaan banyak yang memiliki dua akun. Akun driver Go-jek dan pesaingnya yaitu Grab.

Kepuasan kerja dan loyalitas kerja akan mendorong karyawan untuk berprestasi lebih baik. Prestasi yang lebih baik akan menimbulkan imbalan ekonomi dan psikologis yang lebih tinggi. Menurut Robbins (2001:179) menyatakan bahwa “Kepuasan kerja sebagai suatu sikap umum seorang individu terhadap pekerjaannya”. Menurut Handoko (2000:193) menyatakan bahwa kepuasan kerja (*job satisfaction*) adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dengan

mana karyawan memandang pekerjaan mereka. Pendapat tersebut dapat dipahami bahwa karyawan harus ditempatkan pada pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan dan latar belakang ketrampilannya.

Tentu hal ini sangat berimplikasi terhadap stabilitas dan produktivitas perusahaan itu sendiri. Jika dikaji secara seksama, maka implikasi dari tingginya pergantian karyawan sangatlah besar bagi perusahaan. Untuk itulah di dalam suatu perusahaan diperlukan praktisi komunikasi seperti *Public Relations* yang senantiasa mengingatkan manajemen perusahaan untuk terus sensitif terhadap keinginan dan kebutuhan karyawannya. Jadi kaitannya kepuasan kerja dan loyalitas kerja dengan PR adalah untuk mengetahui kepuasan karyawan dan loyalitas karyawan dalam bekerja, jika kepuasan kerja karyawan dan loyalitas kerja karyawan buruk maka dampaknya produktivitas perusahaan turun dan mengalami kerugian.

Karena itu, pembangunan hubungan yang baik antara perusahaan dengan karyawan seharusnya menjadi agenda utama yang dapat diwujudkan. Salah satunya melalui penerapan kegiatan *employee relations*. Menurut Bonar, *employee relations* adalah usaha yang mengatur secara khusus hubungan antara pihak manajemen perusahaan dengan karyawan agar selalau dalam keadaan baik serta sebagai bagian dari kesatuan sistem organisasi (Bonar, 1973: 55). Pembinaan hubungan baik antara karyawan dengan pimpinan perusahaan maupun antar karyawan agar selalu dalam keadaan baik melalui penerapan kegiatan *employee relations* selain bertujuan untuk memberikan suatu pengabdian dan mengatur kerja sama di antara anggota, terutama untuk menciptakan komunikasi internal yang efektif di dalam perusahaan (Bonar, 1973:56).

Dengan adanya masalah-masalah dalam kasus ini, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul ” **Hubungan Kepuasan Kerja dengan Loyalitas Kerja Mitra Driver Go-Jek di Komunitas Shelter Go-Root Cengkareng**”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana hubungan antara kepuasan kerja dengan loyalitas kerja mitra driver Go-jek di Komunitas Shelter Go-Root Cengkareng?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengukur kepuasan kerja mitra driver Go-jek di Komunitas Shelter Go-Root Cengkareng
2. Mengukur loyalitas kerja mitra driver Go-jek di Komunitas Shelter Go-Root Cengkareng

3. Menganalisis bagaimana hubungan kepuasan kerja dengan loyalitas kerja mitra driver Go-jek di Komunitas *Shelter* Go-Root Cengkareng

1.4. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini akan memberikan manfaat dan kontribusi sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini memberika kebaruan terhadap teori kepuasan kerja, karena objek penelitian mengkaji kepuasan kerja dan loyalitas kerja driver. Penelitian ini juga menambah penelitian dalam bidang komunikasi. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu menjadi tambahan referensi dan acuan bagi para peneliti selanjutnya yang tertarik dengan kepuasan kerja dan loyalitas kerja mitra driver.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini adalah

1. Dapat memberikan kontribusi terhadap para mitra driver yang berada di Komunitas *Shelter* Go-Root Cengkareng untuk mengetahui kepuasan kerja dan loyalitas kerjanya.
2. Dapat mengetahui lebih banyak mengenai varian penelitian seputar kepuasan kerja dan loyalitas kerja yang subjek penelitiannya yaitu mitra driver. Mahasiswa atau *public* akan dengan mudah mengembangkan lagi penelitian lain seputar kepuasan kerja dan loyalitas kerja mitra driver.