

## Hubungan antara Event “Grab Super Juara” Grab Jawa Barat dengan Kinerja Mitra Grab Bike

The Relation between The West Java Grab Event “Grab Super Juara” with The Grab Partner Performance

<sup>1</sup>Vanny Dwi Novitasari, <sup>2</sup>Zulfebriges

<sup>1,2</sup>Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: <sup>1</sup>vannydwinov@gmail.com, <sup>2</sup>zulfebriges@gmail.com

**Abstract.** Technology is evolving so rapidly so that many bring changes in the process of human life. The development of this technology are felt, one of them on the field of business and transportation. In the field of transport technology are helping the lives of everyday people more readily with the presence of online-based transportation services. Grab present as an online-based transportation services that have a market share of 65% in Indonesia. The purpose of this study was to determine whether there is a relationship between event "Grab Super Juara" with the performance of Bandung Bike Grab partners. The method used in this research is correlation method. The population in this study is the Bike Bandung Grab partners participating in the event "Grab Super Juara" held by Grab, West Java. *probability sampling*, Simple random sampling. And after researchers conducted the analysis of the results of the study of the relationship between event "Grab Super Juara" by the performance, the relationship between the uniqueness of the event "Grab Super Juara" by the performance, the relationship between the intangibility event "Grab Super Juara" by the performance, the relationship between the atmosphere and service event "Grab Super Juara" by the performance, the relationship between the personal interaction event "Grab Super Juara" with the performance of the five following hypothesis after analyzing the results of all of them is to have a significant relationship.

**Keywords:** Event, Online Transportation, Performance, Grab.

**Abstrak.** Teknologi berkembang begitu pesat sehingga banyak sekali membawa perubahan dalam proses kehidupan manusia. Perkembangan teknologi ini sangat terasa, salah satunya pada bidang bisnis dan bidang transportasi. Di bidang transportasi teknologi sangat membantu kehidupan manusia sehari-hari dengan lebih mudah yaitu dengan hadirnya jasa transportasi yang berbasis *online*. Grab hadir sebagai jasa transportasi berbasis *online* yang memiliki *market share* sebesar 65% di Indonesia. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *event* “Grab Super Juara” dengan kinerja mitra Grab Bike Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah mitra Grab Bike Bandung yang ikut serta dalam *event* “Grab Super Juara” yang diadakan oleh Grab Jawa Barat. Dan penarikan sampelnya menggunakan *probability sampling*, *simple random sampling*. Dan setelah peneliti melakukan analisis maka hasil penelitian dari hubungan antara *event* “Grab Super Juara” dengan kinerja, hubungan antara keunikan *event* “Grab Super Juara” dengan kinerja, hubungan antara *intangibility event* “Grab Super Juara” dengan kinerja, hubungan antara suasana dan pelayanan *event* “Grab Super Juara” dengan kinerja, hubungan antara interaksi personal *event* “Grab Super Juara” dengan kinerja, kelima hipotesis berikut setelah dilakukan analisis hasil semuanya adalah memiliki hubungan yang cukup berarti.

**Kata Kunci:** Event, Transportasi Online, Kinerja, Grab

### A. Pendahuluan

Teknologi berkembang begitu pesat sehingga banyak sekali membawa perubahan dalam proses kehidupan manusia. Dengan adanya teknologi yang berkembang begitu pesat, kebutuhan manusia pun tentunya semakin meningkat. Perkembangan teknologi ini sangat terasa, salah

satunya pada bidang transportasi, yaitu dengan hadirnya jasa transportasi yang berbasis *online*. Grab hadir sebagai jasa transportasi berbasis *online* yang memiliki *market share* sebesar 65% di Indonesia. Dan menurut data yang diberikan oleh perusahaan per Mei 2019, sudah ada 152 Juta orang yang *men-download* aplikasi Grab di

*smartphone*, sudah terdapat 9 Juta pengusaha mikro yang telah bergabung di jaringan Grab, dan Grab sudah tersebar di 366 kota dan 8 negara di dunia.

Dengan jumlah pengemudi yang begitu banyak, tentu tidak mudah bagi Grab dalam mengontrol dan mempertahankan jumlah pengemudi agar tidak berkurang. Untuk tetap menjaga jumlah pengemudi atau mitra Grab, maka perlu dilakukan usaha dalam bentuk pendekatan dari perusahaan terhadap mitra agar mereka tetap setia kepada Grab. Salah satu cara yang bisa dilakukan oleh Grab dalam menjalin hubungan yang semakin dekat dengan mitra, yaitu dengan membuat sebuah *event* yang bertujuan untuk membuat hubungan Grab dengan mitra terjalin semakin dekat. Karena, kini *event* sering diadakan oleh perusahaan sebagai ajang promosi kepada khalayak umum.

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui hubungan keunikan *event* dengan kinerja Mitra Grab Bike Bandung.
2. Untuk mengetahui hubungan *intangibility event* dengan kinerja Mitra Grab Bike Bandung.
3. Untuk mengetahui hubungan suasana dan pelayanan *event* dengan kinerja Mitra Grab Bike Bandung.
4. Untuk mengetahui hubungan interaksi personal *event* dengan kinerja Mitra Grab Bike Bandung.

## B. Landasan Teori

### Event

*Event* didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara

individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan pada waktu tertentu (Noor, 2013: 8).

Getz (dalam Noor, 2013: 8) mengemukakan pendapatnya berdasarkan pengalaman peserta pada kegiatan yang berlangsung : *'to the customer, a special events is an opportunity for leisure, social or cultural experience outside the normal range of choice beyond everyday experience'*. Definisi ini memiliki beberapa keunggulan, karena adanya beberapa unsur/ organisasi dari luar yang ikut serta dalam berbagai kegiatan.

Menurut Noor (2013: 14), *event-event* yang diselenggarakan tentu memiliki beberapa karakteristik, seperti :

#### 1. Keunikan

Kunci utama suksesnya sebuah *event* adalah pengembangan ide. Karena inti dari penyelenggaraan *event* adalah harus unik dan berbeda dengan *event* lain. Sebagai penyelenggara hal yang harus diingat adalah tidak pernah menyelenggarakan satu kegiatan yang sama berulang kali.

#### 2. *Intangibility*

Bagi penyelenggara merupakan tantangan untuk mengubah bentuk pelayanan *intangible* menjadi sesuatu yang berwujud, sehingga sekecil apapun wujud yang digunakan dalam *event* mampu mengubah persepsi pengunjung. Misalnya desain dan warna pada kartu undangan, cenderamata yang menawan, penggunaan alat makan dan minum yang baik, penggunaan dekorasi ruangan yang menarik, kesesuaian warna yang digunakan, pengaturan tata

ruangan yang diterapkan, penggunaan audio visual yang baik dan lainnya yang digunakan dalam *event*.

### 3. Suasana dan Pelayanan

Suasana merupakan salah satu karakteristik yang penting pada saat berlangsungnya *event*. *Event* yang diselenggarakan dengan suasana yang tepat akan menghasilkan sukses besar, tetapi sebaliknya kegagalan *event* dihasilkan karena suasana yang tidak tepat. Meskipun suasana yang dibangun telah sesuai dengan tema yang diharapkan, acara telah disusun dan diselenggarakan sempurna, tetapi akan menjadi pengalaman yang tidak menarik karena undangan memiliki suasana hati yang tidak baik saat itu.

### 4. Interaksi Personal

Interaksi personal dari pengunjung merupakan kunci sukses penyelenggaraan *event*. Seperti adanya interaksi antar pengunjung, pengunjung terlibat secara aktif yang akan menciptakan suasana menjadi lebih hidup.

Menurut Noor (2012:19), beberapa dampak positif yang timbul karena penyelenggaraan *event* adalah:

1. Setelah berlangsungnya suatu *event* keolahragaan atau musik, banyak pengunjung akan termotivasi untuk menumbuhkan kebanggaan atas apa yang dilihatnya dari *event*.
2. Pertukaran pengalaman sering terjadi pada masyarakat sekitar tempat *event* diselenggarakan.
3. Prinsip pada penyelenggaraan *event* adalah bahwa setiap *event* harus memiliki ide-ide baru. Tentunya ini menuntut penyelenggaraan untuk terus menggali ide-ide yang mungkin

ditampilkan dalam penyelenggaraan *event*. Menciptakan ide-ide kreatif yang harus selalu ditampilkan dalam *event*.

4. *Event* memiliki kekuatan untuk mencoba ketidakmungkinan dan menghasilkan suatu *event* yang sukses.

## Kinerja

Simamora (dalam Uno dan Lamatenggo, 2012: 62) menyatakan, kinerja adalah keadaan atau tingkat perilaku seseorang yang harus dicapai dengan persyaratan tertentu. Suprihanto menyatakan, kinerja dengan istilah prestasi kerja, yaitu hasil kerja seseorang karyawan selama periode tertentu dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, misalnya standar, atau kriteria yang telah ditentukan lebih dahulu dan telah disepakati bersama (dalam Uno dan Lamatenggo, 2012: 62).

Kinerja berasal dari pengertian *performance* yang merupakan hasil kerja atau prestasi kerja. Namun sebenarnya kinerja memiliki makna yang lebih luas yaitu mencakup bagaimana proses pekerjaan berlangsung (Sidabutar, 2015:4). Menurut Sastrohadiwiryo (2005:235), umumnya unsur-unsur yang perlu diadakan dalam proses penilaian kinerja adalah :

### 1. Kesetiaan

Kesetiaan yang dimaksudkan adalah tekad dan kesanggupan menaati, melaksanakan, dan mengamalkan sesuatu yang ditaati dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab. Tekad dan kesanggupan tersebut harus dibuktikan dengan sikap dan perilaku tenaga kerja yang bersangkutan dalam kegiatan sehari-hari serta dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan yang diberikan

kepadanya. Kesetiaan tenaga kerja terhadap perusahaan sangat berhubungan dengan pengabdian. Pengabdian yang dimaksud adalah sumbangan pikiran dan tenaga yang ikhlas dengan mengutamakan kepentingan publik di atas kepentingan pribadi.

## 2. Prestasi Kerja

Yang dimaksud dengan prestasi kerja adalah kinerja yang dicapai oleh seorang tenaga kerja dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan yang diberikan kepadanya. Pada umumnya kerja seorang tenaga kerja antara lain dipengaruhi oleh kecakapan, keterampilan, pengalaman, dan kesungguhan tenaga kerja yang bersangkutan.

## 3. Ketaatan

Yang dimaksud dengan ketaatan adalah kesanggupan seorang tenaga kerja untuk menaati segala ketentuan, peraturan perundang-undangan dan peraturan kedisiplinan yang berlaku, menaati perintah kedisiplinan yang diberikan atasan yang berwenang, serta kesanggupan untuk tidak melanggar larangan yang telah ditetapkan perusahaan maupun pemerintah, baik secara tertulis maupun tak tertulis.

## 4. Kerjasama

Kerjasama adalah kemampuan seorang tenaga kerja untuk berkerja bersama-sama dengan orang lain dalam menyelesaikan suatu tugas dan pekerjaan yang telah ditetapkan, sehingga mencapai daya guna yang sebesar-besarnya.

Menurut Haynes, untuk memperoleh gambaran tentang kinerja atau hasil kerja seseorang atas tugas

pekerjaan yang dibebankan kepadanya, bahwa ada enam langkah yang harus diikuti yaitu (dalam Uno dan Lamatenggo, 2016:134):

1. *Developing performance expectation* atau menetapkan tingkat kinerja yang diharapkan. Dalam hal ini ditetapkan analisa pekerjaan, kualitas, dan kuantitas pekerjaan yang harus dilaksanakan, metode dan prosedur yang harus dilakukan, dan perilaku yang diterapkan dalam pekerjaan.
2. *Monitoring performance progress* atau memantau kemajuan dengan memfokuskan pada hasil yang dicapai.
3. *Evaluating performance* atau melakukan evaluasi atas tingkatan kinerja (prestasi kerja) dibanding dengan kinerja yang diharapkan sebelumnya.
4. *Providing feedback on performance* atau memberikan umpan balik atas kinerja.
5. *Making administrative decision* atau membuat keputusan administratif atas kinerja yang dicapai.
6. *Developing performance improvement plans* atau mengembangkan rencana-rencana peningkatan kinerja.

## Teori Motivasi “Tiga Kebutuhan”

John Atkinson dan David McClelland (Dessler dalam Liana, 2013:29) mengemukakan bahwa semua orang memiliki kebutuhan berprestasi (*need of achievement* atau N-Ach), kebutuhan berkuasa (*need of power* atau N-Pow) dan kebutuhan berafiliasi (*need of affiliation* atau N-Aff). McClelland (1987) mengemukakan ada tiga jenis motif terkait dengan kebutuhan seseorang, yaitu :

1. Achievement Motive (N-Ach)  
Achievement motive atau motif berprestasi adalah motif yang

mendorong seseorang untuk mencapai keberhasilan dalam bersaing dengan suatu ukuran keunggulan, baik berasal dari standar prestasinya sendiri di waktu lalu ataupun prestasi orang lain. Hal terpenting yang ingin dicapai orang dengan motif berprestasi adalah bagaimana caranya agar dapat mencapai suatu prestasi tertentu. Ciri-ciri perilaku orang dengan motif berprestasi tinggi antara lain adalah :

- a. Menyukai tugas yang memiliki taraf kesulitan sedang atau menengah
  - b. Suka menerima umpan balik (suka membandingkan kinerja dengan orang lain)
  - c. Tekun dan gigih terhadap tugas yang berkaitan dengan kemajuannya
  - d. Mengontrol hasil kerjanya
  - e. Melakukan peningkatan performa
2. Affiliation Motive (N-Aff)
- Affiliation motive atau motif berafiliasi atau motif untuk berhubungan adalah motif yang mengarahkan tingkah laku seseorang dalam berhubungan dengan orang lain. Yang menjadi tujuan seseorang di sini adalah suasana yang penuh dengan keakraban dan keharmonisan. Ciri-ciri perilaku orang dengan motif afiliasi yang tinggi antara lain adalah :
- a. Performa yang lebih baik ketika ada insentif dari organisasi dia berada
  - b. Memelihara hubungan interpersonal
  - c. Kerja sama, konformitas,

dan konflik

- d. Perilaku memimpin
- e. Takut ditolak

### 3. Power Motive (N-Pow)

Power motive (N-Pow) atau motif berkuasa adalah motif yang menyebabkan seseorang ingin menguasai atau mendominasi orang lain dalam berhubungan dengan lingkungannya. Orang yang memiliki motif ini cenderung bertingkah laku otoriter. Berbeda dengan orang yang memiliki motif afiliasi yang kuat, orang dengan motif berkuasa tidak mengacuhkan perasaan orang lain. Dalam memberikan bantuannya kepada orang lain pun mereka tidak memberikannya secara tulus, keinginan dasarnya adalah agar orang lain menghormatinya. Pemberian bantuannya digunakan untuk menunjukkan kelebihan diri mereka. Ciri-ciri perilaku orang dengan motif berkuasa yang tinggi, antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Aggresiveness
- b. Mencari prestise
- c. Bekerja agar diakui pada suatu kelompok
- d. Mengambil resiko

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Hubungan Antara Event “Grab Super Juara” (X) dengan Kinerja Mitra (Y)

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara *event* “Grab Super Juara” dengan kinerja mitr, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi *Product Moment*. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

**Tabel 1.** Hubungan antara *event* "Grab Super Juara" (X) dengan kinerja mitra (Y)

Variabel	Rs	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Kesimpulan	Tingkat Keeratan
X - Y	0,465	5,511	1,981	Ho ditolak	Hubungan yang cukup berarti.

Melalui tabel diatas dapat diketahui koefisien korelasi Rank Spearman (Rs) adalah sebesar 0,465. Sementara itu uji signifikansi dalam penelitian ini diperoleh nilai t hitung sebesar 5,511 dan nilai t tabel dengan  $df = 110$  dan  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 1,981. Maka diperoleh t hitung (5,511)  $>$  t tabel (1,981) sehingga  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara event "Grab Super Juara" dengan kinerja mitra Grab Bike Bandung. Berdasarkan kriteria Guilford yang digunakan pada pengujian ini, koefisien korelasi pada hipotesis ini yakni sebesar 0,540 berada pada interval koefisien  $> 0.40 - 0.70$ . Melalui kriteria tersebut dapat diketahui bahwa hubungan antara event "Grab Super Juara" dengan kinerja mitra Grab Bike Bandung memiliki hubungan yang cukup berarti.

Dari hasil analisis inferensial yang menunjukkan cukup berarti ini dapat dilihat dari bagaimana sebuah *event* yang diselenggarakan oleh Grab dapat membuat kinerja para mitra Grab menjadi lebih baik. Hal tersebut didasari oleh faktor keunikan, *intangibility*, suasana dan pelayanan, dan interaksi personal. Hal tersebut tentu sesuai dengan landasan teori yang digunakan oleh peneliti yaitu Teori Motivasi "Tiga Kebutuhan" yang dikemukakan oleh John Atkinson dan David McClelland (Dessler dalam Liana, 2013:29). Dijelaskan bahwa semua orang memiliki kebutuhan berprestasi (*need of achievement* atau

N-Ach), kebutuhan berkuasa (*need of power* atau N-Pow) dan kebutuhan berafiliasi (*need of affiliation* atau N-Aff).

Dengan jumlah mitra Grab Bike Bandung yang terus meningkat, tentu menjadi sebuah tugas bagi perusahaan untuk menjaga jumlah mitra agar tidak berkurang dan juga menjaga komunikasi dengan para mitra agar tetap setia kepada perusahaan sehingga dapat terus meningkatkan kinerjanya yang semakin baik. Oleh karena itu dibuat lah *event* "Grab Super Juara" yang ditujukan untuk memberikan apresiasi kepada para mitra yang berprestasi.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui studi kepustakaan, penyebaran kuesioner dan berbagai tahap pengujian statistik yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian. Maka dapat diambil kesimpulan, yaitu:

1. Terdapat hubungan antara *event* "Grab Super Juara" (X) dengan kinerja mitra Grab Bike Bandung (Y). Dilihat dari analisis inferensial dapat diketahui bahwa dari dua variabel tersebut memiliki hubungan yang cukup berarti.
2. Terdapat hubungan antara keunikan *event* "Grab Super Juara" (X1) dengan kinerja mitra Grab Bike Bandung (Y).

Dilihat dari analisis inferensial dapat diketahui bahwa dari dua variabel tersebut memiliki hubungan yang cukup berarti.

3. Terdapat hubungan antara *intangibility event* “Grab Super Juara” (X2) dengan kinerja mitra Grab Bike Bandung (Y). Dilihat dari analisis inferensial dapat diketahui bahwa dari dua variabel tersebut memiliki hubungan yang cukup berarti.
4. Terdapat hubungan antara suasana dan pelayanan *event* “Grab Super Juara” (X3) dengan kinerja mitra Grab Bike Bandung (Y). Dilihat dari analisis inferensial dapat diketahui bahwa dari dua variabel tersebut memiliki hubungan yang cukup berarti.
5. Terdapat hubungan antara interaksi personal *event* “Grab Super Juara” (X4) dengan kinerja mitra Grab Bike Bandung (Y). Dilihat dari analisis inferensial dapat diketahui bahwa dari dua variabel tersebut memiliki hubungan yang cukup berarti.

## E. Saran

### Saran Teoritis

1. Peneliti berharap dari penelitian ini dapat menambah referensi yang berhubungan dengan materi *event*. Baik untuk keperluan akademis maupun untuk pengembangan konsep.
2. Peneliti berharap dengan penelitian ini bisa dijadikan gambaran untuk penelitian berikutnya yang sejenis.

### Saran Praktis

1. Saran peneliti kepada perusahaan Grab untuk terus rutin membuat sebuah *event-*

*event* yang menarik dan berbeda dengan *event* lainnya terutama salah satu *event* yang ditujukan untuk memberi apresiasi kepada mitra yang berprestasi.

2. Saran peneliti kepada perusahaan Grab untuk melakukan evaluasi setelah diselenggarakannya *event*, hal tersebut dilakukan agar perusahaan dapat mengetahui apa yang kurang dari *event* yang telah diselenggarakan tersebut.

## Daftar Pustaka

- Noor, A. (2013). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Sastrohadiwiryo, S. (2005). *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia: Pendekatan Administrasi dan Operasional*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Uno, H. B., & Lamatenggo, N. (2012). *Teori Kinerja dan Pengukurannya*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

## Sumber Lain

- Liana, Lie. 2013. “Pengukuran Korelasi Achievement Motive, Affiliation Motive, dan Power Motive dengan Kinerja Mahasiswa menggunakan SPSS”, dalam *Jurnal Ilmiah Dinamika Teknik*. Vol 7, No 1 (hal 26 – 45)
- Sidabutar, Felina Susianti. 2015. “Komunikasi Organisasi dan Kinerja Pegawai”, dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi FLOW*. Vol 2, No 11 (hal. 1 – 10)