

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama melalui penggunaan *smartphone* dan akses internet, telah membuka berbagai peluang di berbagai sektor, termasuk bidang transportasi. Dengan semakin meluasnya penggunaan *smartphone*, masyarakat kini dapat dengan mudah mengakses layanan transportasi melalui aplikasi yang dirancang khusus. Fenomena munculnya transportasi online merupakan contoh nyata dari inovasi ini. Transportasi online merupakan bentuk layanan pelayanan jasa dalam bidang angkutan yang transaksinya memanfaatkan media internet, mulai dari order, monitoring jalur, pembayaran dan hingga penilaian. (Tuti, et.al, 2021).

Salah satu jenis transportasi online muncul dalam beberapa tahun terakhir adalah ojek online, di mana pengguna dapat memesan ojek dengan cepat dan efisien hanya dengan beberapa ketukan pada layar ponsel mereka. Selain memberikan kemudahan bagi pengguna, ojek online juga memberikan kesempatan bagi banyak orang untuk menjadi pengemudi, menciptakan lapangan kerja baru di tengah tantangan ekonomi. Dengan sistem yang transparan dan terintegrasi, ojek online mampu mengatasi masalah klasik dalam transportasi konvensional, seperti kurangnya informasi dan efisiensi, sehingga meningkatkan mobilitas masyarakat di kota-kota besar (Ismail, et.al., 2019).

Perkembangan ojek online di Indonesia telah mengalami lonjakan dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan munculnya berbagai platform layanan

seperti Gojek, Grab, Maxim, Indrive, dan yang lainnya. Masing-masing platform ini menawarkan fitur unik dan keunggulan tertentu, yang tidak hanya memudahkan pengguna dalam memesan layanan transportasi, tetapi juga memperkaya pilihan yang tersedia. (Liu, 2023). Berikut adalah data hasil survey layanan ojek online pilihan masyarakat Indonesia yang dikutip dari situs goodstats.id.



Sumber: <https://goodstats.id/>

**Gambar 1. 1 Layanan Ojek Online pilihan masyarakat Indonesia**

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa Gojek dan Grab merupakan layanan ojek online yang paling banyak disukai oleh masyarakat Indonesia. Gojek, yang didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim, adalah perusahaan teknologi asal Indonesia, sementara Grab bermarkas di Singapura sebagai salah satu platform layanan on-demand. Saat ini, keduanya menjadi layanan transportasi online terpopuler di Indonesia (Tuti et al., 2021). Dengan munculnya terobosan transportasi online ini, pengguna dapat menikmati berbagai kelebihan,

seperti kemudahan akses melalui GPS yang memungkinkan mereka untuk memesan layanan dari mana saja dan mendapatkan rute tercepat untuk menghindari kemacetan. Selain itu, keberadaan layanan ini juga memberikan dampak positif bagi masyarakat, khususnya bagi mereka yang kesulitan menemukan pekerjaan. Ojek online menjadi peluang kerja baik sebagai pekerjaan tetap maupun sampingan, yang membantu meningkatkan taraf hidup dan menciptakan lapangan kerja baru di tengah tantangan ekonomi yang ada (Sari & Yuedrika, 2019).

Banyak masyarakat terutama di kota besar beralih menjadi driver ojek online karena dipengaruhi oleh berbagai faktor yang terkait dengan teori informal dan kondisi sosial-ekonomi. Rendahnya tingkat pendidikan dan terbatasnya lapangan pekerjaan mendorong individu mencari alternatif yang dapat meningkatkan pendapatan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa menjadi pengemudi ojek online memberikan peluang untuk mendapatkan penghasilan yang menjanjikan, fleksibilitas waktu, dan kesempatan untuk memperluas jaringan sosial melalui interaksi dengan penumpang (Faridah, 2019). Mayoritas masyarakat termotivasi karena demi memenuhi kebutuhan dengan sistem kerja yang tidak terikat. Driver ojek online dapat menentukan waktu kerja sendiri dan menentukan tempat yang dirasa strategis untuk mendapatkan customer (Juwita, et.al, 2024).

Fenomena banyaknya masyarakat yang menjadi driver ojek online dapat dihubungkan lima jenjang hierarki kebutuhan Maslow. Menurut Abraham Maslow (Edison, 2015) terdapat lima tingkat kebutuhan dalam hierarki, dimulai dengan kebutuhan fisiologis yang merupakan kebutuhan paling dasar, seperti kebutuhan akan makanan, air, udara, tidur, dan hubungan seksual. Tingkat kedua dalam

hierarki ini adalah kebutuhan akan rasa aman, yang meliputi kebutuhan untuk memiliki lingkungan yang aman dan terlindungi, baik secara fisik maupun emosional, serta bebas dari ancaman, termasuk dalam lingkungan yang tertib dan bebas dari tindak kekerasan. Hierarki yang ketiga adalah kebutuhan sosial yang merupakan kebutuhan yang berada di atas kebutuhan rasa aman. Selanjutnya pada hierarki ketiga adalah kebutuhan akan harga diri, yang merupakan kebutuhan berprestasi, memperoleh pengakuan serta penghargaan. Kemudian hierarki kebutuhan yang kelima adalah kebutuhan akan pengembangan diri atau aktualisasi. Kebutuhan ini dapat dikatakan sebagai kebutuhan untuk memaksimalkan potensi yang ada pada diri untuk berkembang menjadi pribadi yang lebih baik.

Dari teori hierarki tersebut, kebutuhan dasar yaitu kebutuhan fisiologis serta rasa aman dapat menjadi faktor penyebab timbulnya motivasi kerja dalam diri seorang karyawan (Sispriyandini, 2020). Hal ini dikarenakan motivasi kerja merupakan unsur terpenting yang harus dimiliki oleh karyawan dalam dunia kerja, karena motivasi kerja selain sebagai penggerak tetapi juga memperkuat tingkah laku dan kinerja seorang karyawan. Motivasi kerja karyawan dalam suatu perusahaan akan berdampak positif bagi karyawan tersebut maupun bagi perusahaan itu sendiri (Anshar & Bahri, 2022).

Hubungan antara profesi driver ojek online dan teori kebutuhan Maslow dapat dilihat dari lima jenjang kebutuhan yang saling terkait. Pertama, kebutuhan fisiologis terpenuhi melalui pendapatan yang diperoleh untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti makanan dan tempat tinggal. Kedua, kebutuhan rasa aman tercapai melalui fleksibilitas kerja yang memungkinkan mereka mengatur waktu dan

pendapatan. Ketiga, interaksi dengan penumpang dan sesama driver memenuhi kebutuhan sosial, membangun jaringan yang mendukung kesejahteraan emosional. Selanjutnya, keberhasilan dalam memberikan layanan yang baik meningkatkan rasa percaya diri dan harga diri, memberikan pengakuan dari pengguna jasa. Akhirnya, kebutuhan aktualisasi diri muncul saat driver mulai melihat profesi ini sebagai peluang untuk mengembangkan keterampilan dan mengeksplorasi potensi diri, menjadikannya bukan hanya sekadar pekerjaan, tetapi juga jalan menuju pengembangan pribadi yang lebih baik.

Berbagai kebijakan dari platform penyedia ojek online mulai dari fitur, tarif, hingga insentif yang diterima sangat mempengaruhi motivasi driver dalam memilih aplikasi mana yang cocok untuk mereka. Fitur yang memudahkan operasional, tarif yang kompetitif, dan insentif yang menarik membantu memenuhi kebutuhan fisiologis dan rasa aman mereka. Dengan semakin banyaknya platform pesaing, driver memiliki keleluasaan untuk memilih dan membandingkan layanan yang paling menguntungkan, yang tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga meningkatkan harga diri melalui pengakuan atas kinerja mereka. Selain itu, interaksi positif dan dukungan komunitas yang disediakan oleh platform dapat memenuhi kebutuhan sosial, sedangkan program pengembangan keterampilan memberi peluang untuk aktualisasi diri. Dalam hal ini, kebijakan yang baik dari platform menjadi kunci dalam meningkatkan motivasi driver. Pada tabel berikut ditampilkan perbandingan terkait kebijakan dari perusahaan layanan online Gojek dan Grab yang dikutip dari situs [www.idntimes.com](http://www.idntimes.com).

**Tabel 1. 1 Perbandingan Kebijakan Gojek dan Grab**

No	Keterangan	Gojek	Grab
1	Tarif	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jam biasa: 1-10 KM Rp12.000 (1-10KM), Rp15.000 (11-15KM), +Rp2.000 (&gt;15KM)</li> <li>Rush hour (jam sibuk): 1-10 KM Rp17.000+Rp5.000 (1-10KM), Rp20.000+Rp5.000 (11-15KM), +Rp2.000 dan +Rp5.000 (&gt;15KM)</li> </ul>	<p>Jam biasa: Rp1.500 (per 1KM), Rp10.000 (minimum tarif)</p> <p>Jam sibuk: Rp5.000</p>
2	Insentif	memiliki empat level insentif: Level Basic dengan 700 poin memberikan insentif Rp50.000; Level Silver dengan 1.100 poin memberikan insentif Rp20.000; Level Gold dengan 1.400 poin memberikan insentif Rp140.000; dan Level Platinum dengan 1.700 poin memberikan insentif Rp180.000	Rp1.000 - Rp1.500 per kilometer, Rp3.000 - Rp5.000 per pesanan, dan Rp30.000 - Rp50.000 per hari untuk target yang dicapai.
3	Fitur	Home: Menampilkan saldo Go-Pay dan Go-Points serta pilihan layanan. History: Melihat status pemesanan, dengan dua kategori: In-Progress (belum selesai) dan Completed (selesai). Help: Informasi mengenai layanan Gojek. My Account: Detail akun pengguna Gojek.	Pembayaran: Bisa menggunakan Grab-Pay atau Cash. History: Melihat layanan yang sudah dipesan. Booking: Memungkinkan memesan GrabBike atau GrabCar untuk digunakan di waktu lain. Points: Digunakan untuk voucher atau diskon.

Sumber: [www.idntimes.com](http://www.idntimes.com).(data diolah)

Data di atas terkait kebijakan yang diterapkan oleh Gojek dan Grab dapat mempengaruhi motivasi kerja driver ojek online. Tarif yang ditetapkan, misalnya, berpengaruh langsung pada pendapatan harian driver, Gojek menawarkan tarif yang bervariasi tergantung pada jarak dan waktu, sementara Grab menerapkan tarif per kilometer dengan minimum yang lebih rendah. Hal ini dapat mempengaruhi pilihan driver dalam memilih platform, tergantung pada potensi pendapatan yang lebih

menguntungkan.

Fitur-fitur yang ditawarkan, seperti kemudahan dalam memantau pemesanan dan penggunaan sistem pembayaran, dapat meningkatkan kenyamanan dan efisiensi kerja, yang pada gilirannya dapat meningkatkan motivasi. Di samping itu, perbedaan insentif yang diterima, seperti bonus untuk mencapai target tertentu atau insentif untuk bekerja pada jam sibuk, juga sangat berpengaruh. Insentif yang lebih menarik dapat meningkatkan semangat kerja driver, mendorong mereka untuk berusaha lebih keras dan lebih sering menggunakan platform tersebut.

Terkait insentif, Pada tahun 2023-2024, Grab secara bertahap menaikkan insentif untuk menarik pengemudi baru dan mempertahankan mitra lama, meskipun industri transportasi online masih menghadapi tantangan seperti persaingan ketat dan fluktuasi harga bahan bakar. Penyesuaian skema insentif menjadi salah satu strategi utama, dengan sistem yang lebih kompleks dan dinamis dibandingkan sebelumnya. Driver kini mendapatkan poin untuk setiap kilometer yang ditempuh, pesanan yang diselesaikan, dan performa mereka, yang dapat ditukarkan dengan berbagai reward seperti uang tunai, pulsa, atau voucher. Target harian, mingguan, atau bulanan juga diterapkan, di mana driver yang mencapai target akan menerima bonus tambahan. Algoritma digunakan untuk menentukan besaran insentif berdasarkan permintaan, lokasi, waktu, dan performa driver. Rincian bonus mencakup Rp1.000 - Rp1.500 per kilometer, Rp3.000 - Rp5.000 per pesanan, dan Rp30.000 - Rp50.000 per hari untuk target yang tercapai (Syahreza, et.al, 2024).

Sementara itu, kebijakan insentif Gojek dirancang untuk meningkatkan motivasi kerja driver melalui sistem poin dan bonus berdasarkan jumlah

pengantaran yang diselesaikan. Driver mendapatkan komisi dari setiap pengantaran, dengan skema baru yang menarik komisi sebesar 20% ditambah Rp1.000 untuk GoFood. Selain itu, driver dapat mengumpulkan poin setiap kali menerima orderan, dengan poin yang dihitung dari pukul 00.00 hingga 23.59 WIB setiap hari. Gojek memiliki empat level insentif: Level Basic dengan 700 poin memberikan insentif Rp50.000; Level Silver dengan 1.100 poin memberikan insentif Rp20.000; Level Gold dengan 1.400 poin memberikan insentif Rp140.000; dan Level Platinum dengan 1.700 poin memberikan insentif Rp180.000. Dengan struktur insentif ini, Gojek bertujuan untuk mendorong driver meningkatkan performa mereka dan mendapatkan pendapatan lebih tinggi sesuai dengan level poin yang dicapai (Syahreza, et.al, 2024).

Dari uraian di atas, dapat diketahui bahwa kedua platform menggunakan insentif sebagai alat untuk meningkatkan motivasi kerja, meningkatkan kepuasan driver, dan mendorong mereka untuk mencapai target kinerja yang lebih tinggi. Hal ini berdampak positif pada produktivitas driver, yang pada gilirannya dapat meningkatkan layanan kepada pelanggan dan kepuasan pengguna. Ketika driver merasa dihargai dan memiliki peluang untuk mendapatkan imbalan lebih, mereka cenderung lebih berkomitmen dan loyal terhadap platform yang mereka pilih.

Secara empiris, penelitian terkait motivasi kerja driver ojek online telah dilakukan dalam beberapa penelitian sebelumnya. Penelitian Fadilah (2019) menemukan bahwa kebutuhan dasar merupakan satu-satunya sumber motivasi utama bagi para mitra ojek online, yang sangat bergantung pada kompensasi dari pelanggan, serta insentif seperti uang tips dan bonus. Mereka menyadari pentingnya

memberikan pelayanan yang ramah untuk mencapai hasil tersebut. Selain itu, motivasi sosial juga berperan penting, di mana memiliki teman seperjuangan yang saling mendukung dan berbagi pengalaman menjadi sumber semangat dalam bekerja. Namun, motivasi aktualisasi, keamanan, keselamatan, dan penghargaan tidak terlihat mencolok, karena peluang untuk mencapainya sangat kecil. Dalam konteks ini, para mitra lebih terfokus pada pemenuhan kebutuhan dasar dan sosial daripada aspek motivasi lainnya. Penelitian Kinanti (2019) terkait analisis faktor-faktor motivasi driver ojek online dalam perspektif teori hierarki kebutuhan menemukan bahwa Ada tiga faktor yang memengaruhi motivasi, yaitu kepuasan kerja, dukungan kerja, dan lingkungan kerja. Faktor yang paling dominan dalam membentuk motivasi adalah kepuasan kerja, yang mencakup kebutuhan fisiologis dan kebutuhan rasa aman.

Semakin banyak pengguna ojek online, telah memicu persaingan yang ketat di antara perusahaan penyedia layanan transportasi online, terutama di antara dua layanan dengan jumlah pengguna terbanyak yaitu Gojek dan Grab. Persaingan ketat antara Gojek dan Grab dalam layanan transportasi online terlihat dari hasil survei oleh Spire Research and Consulting, yang menunjukkan keunggulan dan kelemahan masing-masing. Mitra Grab lebih unggul dalam hal driver yang ramah, keamanan, dan kenyamanan bagi konsumen, sementara mitra Gojek menonjol dalam kecepatan saat menghadapi kemacetan dan memiliki jumlah armada yang lebih banyak. Di sisi lain, kelemahan Grab terletak pada waktu tunggu konfirmasi yang lebih lama, frekuensi pembatalan order yang tinggi, serta masalah saat cuaca hujan dan jarak jauh, yang dapat mengurangi kepuasan pengguna (Kurniawati, et,al,

2022).

Persaingan ketat antara Gojek dan Grab dalam layanan transportasi online dapat dianalisis melalui teori kebutuhan Maslow, yang menunjukkan bagaimana hal ini memengaruhi motivasi dan kepuasan driver online. Mitra Grab yang lebih unggul dalam aspek keamanan dan kenyamanan memenuhi kebutuhan sosial dan rasa aman bagi pengguna, sementara keunggulan Gojek dalam hal kecepatan dan jumlah armada memenuhi kebutuhan fisiologis konsumen yang menginginkan layanan cepat. Namun, kelemahan Grab, seperti waktu tunggu yang lama dan frekuensi pembatalan, dapat memengaruhi pemenuhan kebutuhan dasar driver, berpotensi mengurangi pendapatan mereka. Bagi driver, kondisi persaingan ini berimplikasi langsung pada kebutuhan mereka dalam hierarki Maslow. Driver Grab mungkin merasa tertekan karena ketidakpastian pendapatan akibat pembatalan dan waktu tunggu yang lama, sehingga kebutuhan mereka akan rasa aman dan fisiologis terancam. Sementara itu, driver Gojek, meskipun menghadapi kompetisi yang lebih ketat, memiliki peluang untuk memenuhi kebutuhan sosial dengan membangun hubungan yang baik dengan penumpang melalui pelayanan yang cepat dan responsif. Dalam konteks ini, persaingan ini tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada pemenuhan kebutuhan yang lebih tinggi, seperti penghargaan dan aktualisasi diri, ketika driver berusaha meningkatkan kualitas layanan untuk mempertahankan pelanggan dalam pasar yang kompetitif.

Medan, sebagai salah satu kota besar di Indonesia, telah mengalami pertumbuhan pesat dalam sektor transportasi online, terutama dengan munculnya layanan ojek online seperti Gojek dan Grab. Kedua platform ini menawarkan

kemudahan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan transportasi sehari-hari, tetapi juga menghadirkan tantangan tersendiri bagi para driver. Dengan banyaknya driver yang bergabung di kedua platform, terdapat perbedaan motivasi kerja yang perlu dieksplorasi lebih lanjut. Dalam konteks ini, memahami motivasi kerja para driver sangat penting untuk meningkatkan kepuasan kerja dan efektivitas layanan yang mereka berikan.

Permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah perbandingan motivasi kerja antara driver ojek online Gojek dan Grab di Kota Medan. Meskipun keduanya bergerak dalam sektor yang sama, pendekatan mereka terhadap driver dan konsumen mungkin berbeda, yang dapat mempengaruhi tingkat motivasi kerja. Dengan menggunakan teori kebutuhan Maslow, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan harga diri, dan kebutuhan aktualisasi diri mempengaruhi motivasi kerja para driver di masing-masing platform. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mendorong mereka untuk memilih dan tetap beroperasi di salah satu platform. Selain itu, perlu dicatat bahwa faktor eksternal, seperti kondisi ekonomi lokal, tingkat persaingan, dan pengalaman kerja sebelumnya juga dapat mempengaruhi motivasi kerja driver. Di Kota Medan, yang memiliki karakteristik sosial dan ekonomi yang unik, hal ini menjadi relevan untuk dianalisis. Penelitian ini bertujuan untuk memahami perbedaan motivasi antara kedua platform dalam konteks tersebut, sehingga dapat memberikan wawasan berharga bagi pengelola layanan ojek online dalam meningkatkan kinerja dan kepuasan driver.

Dengan mengkaji permasalahan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi Gojek dan Grab untuk mengembangkan program yang lebih efektif dalam meningkatkan motivasi kerja para driver mereka. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat berkontribusi pada literatur mengenai motivasi kerja dalam konteks layanan transportasi online, serta memperluas pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja dan kepuasan kerja di industri ini.

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, Penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian terkait perbedaan motivasi kerja antara driver ojek online Gojek dan driver ojek online Grab dengan judul penelitian **“Analisis Perbandingan Motivasi Kerja antara Driver Ojek Online Gojek dan Grab di Kota Medan Menurut Teori Kebutuhan Maslow ”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang dapat diketahui bahwa perbedaan kebijakan antara berbagai platform penyedia layanan ojek online, khususnya Gojek dan Grab, dapat berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja driver. Kebijakan tarif, fitur aplikasi, dan insentif yang ditawarkan oleh masing-masing platform dapat mempengaruhi bagaimana driver memenuhi kebutuhan dasar mereka.

Dengan munculnya pesaing baru dalam industri ojek online, driver semakin memiliki pilihan untuk memilih platform yang terbaik dan paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Berdasarkan teori kebutuhan Maslow, penelitian ini akan menganalisis bagaimana kebijakan tersebut memenuhi kebutuhan fisiologis,

rasa aman, sosial, harga diri, dan aktualisasi diri driver. Misalnya, tarif yang kompetitif dapat memenuhi kebutuhan fisiologis, sementara insentif dan pengakuan dari pengguna dapat meningkatkan harga diri. Dengan demikian, pemahaman terhadap perbedaan kebijakan ini penting untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong motivasi kerja driver dan dampaknya terhadap kinerja mereka di lapangan

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Atas dasar identifikasi masalah tersebut, pembatasan masalah pada penelitian ini adalah motivasi kerja antara driver ojek online Gojek dan driver ojek online Grab di kota Medan ditinjau dari teori kebutuhan Maslow.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah

1. Apakah terdapat perbedaan motivasi kerja antara driver ojek online Gojek dan Grab di kota Medan menurut teori kebutuhan Maslow ?
2. Apakah terdapat perbedaan kebutuhan fisiologis antara driver ojek online Gojek dan Grab di kota Medan ?
3. Apakah terdapat perbedaan kebutuhan rasa aman antara driver ojek online Gojek dan Grab di kota Medan ?
4. Apakah terdapat perbedaan kebutuhan sosial antara driver ojek online Gojek dan Grab di kota Medan ?

5. Apakah terdapat perbedaan kebutuhan penghargaan antara driver ojek online Gojek dan Grab di kota Medan ?
6. Apakah terdapat perbedaan kebutuhan aktualisasi diri antara driver ojek online Gojek dan Grab di kota Medan ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui perbedaan motivasi kerja antara driver ojek online Gojek dan Grab di kota Medan menurut teori kebutuhan Maslow.
2. Untuk mengetahui perbedaan kebutuhan fisiologis antara driver ojek online Gojek dan Grab di kota Medan.
3. Untuk mengetahui perbedaan kebutuhan rasa aman antara driver ojek online Gojek dan Grab di kota Medan.
4. Untuk mengetahui perbedaan kebutuhan sosial antara driver ojek online Gojek dan Grab di kota Medan.
5. Untuk mengetahui perbedaan kebutuhan penghargaan antara driver ojek online Gojek dan Grab di kota Medan.
6. Untuk mengetahui perbedaan kebutuhan aktualisasi diri antara driver ojek online Gojek dan Grab di kota Medan.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

#### **A. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi positif terhadap ilmu

Manajemen khususnya terkait motivasi kerja *driver* ojek *online* menurut teori kebutuhan Maslow pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

### **B. Manfaat Praktis**

Bagi penulis, penelitian ini menjadi sarana untuk memperdalam pemahaman tentang motivasi kerja driver ojek online, serta penerapan teori kebutuhan Maslow dalam konteks dunia nyata. Hal ini diharapkan dapat memperkaya wawasan akademis dan memberikan kontribusi bagi pengembangan penelitian selanjutnya.

Bagi peneliti lainnya, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi penting untuk kajian lebih lanjut mengenai motivasi kerja di sektor transportasi online, serta membuka peluang untuk penelitian yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi motivasi kerja.

Bagi perusahaan jasa layanan transportasi online seperti Gojek dan Grab, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai perbedaan motivasi kerja antara driver mereka, yang dapat digunakan untuk merancang program pelatihan, insentif, dan strategi manajemen yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan dan produktivitas pengemudi. Dengan memahami motivasi yang berbeda, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih mendukung dan meningkatkan loyalitas pengemudi, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan bisnis mereka.