ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Vol.5, No.11, Oktober 2026

Implementasi Sistem Rating dan Pemberian Insentif dalam Membangun Kompetisi Kerja Pengemudi pada Maxim Gunungsitoli

Asnidar Nazara[1], Suka'aro Waruwu[2], Fatolosa Hulu[3], Syah Abadi Mendrofa[4]
[1,2,3,4]Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nias, Indonesia
E-mail: asnidarnazara@gmail.com[1], sukawaruwu414@gmail.com[2], fatoshulu@gmail.com[3], syahabadi.mendrofa@gmail.com[4]

Article History:
Received: 11 September 2026
Revised: 20 September 2026
Accepted: 05 Oktober 2026

Keywords: *Sistem Rating, Insentif, Kompetisi Kerja, Manajemen Kinerja, Gig Economy.*

Abstrak: *Penelitian ini menganalisis implementasi sistem rating dan pemberian insentif dalam membangun kompetisi kerja pengemudi Maxim Gunungsitoli. Penelitian dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan metrik digital untuk menilai kinerja, mendistribusikan order, dan memberikan penghargaan kepada pengemudi pada platform transportasi daring. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan enam informan yang dipilih secara purposive, terdiri atas satu pihak manajemen, tiga pengemudi, dan dua pelanggan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan dengan triangulasi sumber dan teknik. Hasil menunjukkan bahwa rating berfungsi sebagai evaluasi kualitas pelayanan, pemantauan performa, dan reputasi digital yang dipersepsikan berkaitan dengan peluang memperoleh order. Insentif hadir melalui bonus, komisi, pendapatan berbasis order, serta penghargaan nonmaterial. Kedua mekanisme tersebut mendorong kompetisi dalam memperoleh order, mencapai target, mempertahankan rating, meningkatkan kualitas pelayanan, dan memperoleh pengakuan. Temuan menegaskan bahwa kompetisi cenderung konstruktif ketika aturan, target, dan kesempatan memperoleh penghargaan dipahami secara adil dan transparan.*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah hubungan kerja pada layanan transportasi daring. Pengemudi tidak lagi diawasi terutama melalui supervisi langsung, tetapi melalui aplikasi yang merekam penyelesaian order, penilaian pelanggan, tingkat penerimaan, pembatalan, komisi, dan pencapaian target. Perubahan ini membuat manajemen kinerja pada platform digital berjalan melalui kombinasi data, algoritma, dan respons pelanggan. De Stefano (2021), DeNisi dan Smith (2023), serta Norlander et al. (2021) menunjukkan bahwa teknologi dapat menjadi instrumen pengendalian dan evaluasi kinerja yang memengaruhi perilaku pekerja tanpa interaksi langsung

yang intensif dengan manajer.

Salah satu mekanisme yang paling terlihat adalah sistem rating. Setelah layanan selesai, pelanggan dapat memberikan penilaian yang kemudian membentuk reputasi digital pengemudi. Rating tidak hanya berfungsi sebagai ringkasan pengalaman pelanggan, tetapi juga dipersepsikan oleh pengemudi sebagai informasi yang berkaitan dengan evaluasi, reputasi, dan kesempatan memperoleh order. Chen et al. (2022) menempatkan rating dan ulasan sebagai sinyal kualitas pada platform digital, sedangkan Jha et al. (2025) memperlihatkan bahwa dari perspektif pengemudi, sistem penilaian ikut membentuk pengalaman kerja dan strategi mempertahankan performa.

Selain rating, insentif merupakan mekanisme yang langsung menyentuh aspek ekonomi pengemudi. Bonus, komisi, pendapatan berbasis order, serta penghargaan nonmaterial dapat menjadi dorongan untuk memenuhi target dan mempertahankan kualitas layanan. Dalam perspektif kompensasi, insentif merupakan penghargaan yang dikaitkan dengan pencapaian tertentu dan akan lebih efektif apabila kriterianya jelas serta dipersepsikan adil (Zunaidah et al., 2020). Pada kerja berbasis platform, mekanisme tersebut dapat sekaligus membentuk kompetisi karena setiap pengemudi berupaya memperoleh order, mencapai target, dan mempertahankan reputasi.

Fenomena tersebut relevan pada Maxim Gunungsitoli. Data penelitian menunjukkan sekitar 2.500 pengemudi tercatat dalam sistem, sedangkan sekitar 800 pengemudi dinyatakan aktif dan memenuhi persyaratan. Banyaknya mitra aktif menciptakan ruang persaingan yang berbeda dari organisasi formal. Pengemudi tidak bersaing untuk kenaikan jabatan, melainkan untuk hasil yang tampak melalui order, rating, bonus, penghargaan, dan reputasi pelayanan. Robbins dan Judge (2022) menjelaskan bahwa perbandingan sosial dapat mendorong individu untuk meningkatkan posisi relatif melalui kinerja, sementara Thiel et al. (2019) menunjukkan bahwa kompetisi kerja dapat berlangsung untuk memperoleh penghargaan material, pengakuan, status, maupun keunggulan relatif.

Penelitian terdahulu telah membahas pengalaman pengemudi transportasi daring, namun fokusnya cenderung terpisah. Pradana (2024) menyoroti pengalaman kerja pengemudi Maxim dan Grab serta arti rating bagi pendapatan. Akbar (2020) menunjukkan bahwa pengemudi ojek daring menggunakan rating, waktu kerja, dan strategi lokasi untuk menghadapi persaingan. Anwar (2026) memperlihatkan bahwa pelanggan menilai kinerja pengemudi melalui pengalaman layanan, sedangkan Roziqin et al. (2024) menegaskan bahwa gig economy menawarkan fleksibilitas sekaligus ketergantungan terhadap kebijakan platform. Masih terbatas penelitian yang mengintegrasikan rating pelanggan, insentif berbasis target, dan kompetisi kerja sebagai satu rangkaian praktik manajemen kinerja, khususnya pada Maxim di Gunungsitoli.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pembacaan terpadu terhadap tiga mekanisme tersebut dari perspektif manajemen, pengemudi, dan pelanggan. Rating diposisikan sebagai mekanisme evaluasi dan reputasi, insentif sebagai mekanisme penghargaan, sedangkan kompetisi kerja dipahami sebagai respons perilaku yang muncul ketika pengemudi berusaha mempertahankan performa dan memperoleh hasil kerja yang lebih baik. Penelitian bertujuan menganalisis implementasi sistem rating, menjelaskan bentuk dan mekanisme insentif, serta memahami bagaimana keduanya membangun kompetisi kerja pengemudi Maxim Gunungsitoli.

LANDASAN TEORI

Manajemen Kinerja dan Pengelolaan Berbasis Algoritma

Manajemen kinerja menghubungkan perencanaan, pemantauan, penilaian, umpan balik, dan penghargaan agar perilaku kerja bergerak menuju sasaran. Pada platform digital, sebagian fungsi tersebut dialihkan kepada sistem aplikasi. De Stefano (2021) menyebut pola ini sebagai algorithmic

management, yaitu penggunaan data dan algoritma untuk mengarahkan, memantau, serta mengevaluasi aktivitas pekerja. Bagi pengemudi ride-hailing, rating, jumlah order, tingkat penerimaan, pembatalan, dan skor performa menjadi representasi digital dari aktivitas kerja.

Rating pelanggan dapat dipahami sebagai bentuk penilaian kinerja yang didesentralisasikan. Pelanggan menjadi salah satu sumber evaluasi, sementara platform mengagregasi penilaian ke dalam skor yang dapat dipantau dan dibandingkan. DeNisi dan Smith (2023) menekankan bahwa sistem penilaian akan lebih bermakna ketika indikator dan umpan balik terhubung dengan konsekuensi yang dipahami pekerja. Namun, penilaian pelanggan tidak selalu bebas konteks. Mao et al. (2021) menunjukkan pentingnya memperhatikan aspek keselamatan dan perilaku berkendara, sehingga interpretasi skor sebaiknya tidak mengabaikan situasi kerja yang memengaruhi pelayanan.

Sistem Rating sebagai Umpan Balik dan Reputasi Digital

Dalam penelitian ini, sistem rating dibaca melalui penilaian pelanggan, kualitas pelayanan, evaluasi kinerja, pemantauan performa, perubahan perilaku kerja, konsekuensi rating, dan perbandingan kinerja. Rating membentuk reputasi digital karena skor yang terakumulasi menjadi ringkasan dari pengalaman pelanggan. Chen et al. (2022) menegaskan nilai informasional rating dan ulasan pada platform digital, sedangkan Jha et al. (2025) menunjukkan bahwa pekerja juga membaca rating sebagai bagian dari pengalaman, peluang, dan tekanan kerja.

Reputasi digital dapat menjadi sumber pembelajaran sekaligus tekanan. Ulasan positif memperkuat keyakinan terhadap pola pelayanan yang digunakan, sedangkan ulasan negatif dapat memicu koreksi perilaku. Norlander et al. (2021) memperlihatkan bahwa pengawasan berbasis teknologi dapat memengaruhi motivasi dan rasa kontrol pekerja gig. Karena itu, transparansi mengenai indikator penilaian dan ruang klarifikasi menjadi penting agar rating tidak dipahami sebagai angka yang berdiri sendiri.

Insentif dan Kompetisi Kerja

Insentif merupakan tambahan imbalan atau penghargaan yang dikaitkan dengan pencapaian kerja. Zunaidah et al. (2020) membedakan insentif material dan nonmaterial. Pada pengemudi platform, bentuk material dapat berupa bonus, komisi, dan pendapatan berbasis order, sedangkan bentuk nonmaterial mencakup penghargaan, pujian, dan apresiasi. Efektivitasnya tidak hanya ditentukan oleh nilai penghargaan, tetapi juga oleh kejelasan target, kemudahan memahami aturan, serta persepsi kesetaraan kesempatan.

Kompetisi kerja pada platform dapat muncul karena sumber daya dan penghargaan tidak diperoleh secara otomatis oleh semua pengemudi. Thiel et al. (2019) membedakan kompetisi untuk penghargaan material, penghargaan nonmaterial, pengakuan, status, dan pengaruh rekan kerja. Pada kerja gig, elemen target, skor, dan penghargaan juga dapat menyerupai gamification. Vasudevan dan Chan (2022) menunjukkan bahwa mekanisme semacam ini dapat meningkatkan keterlibatan, namun sekaligus memunculkan resistensi apabila pekerja merasa sistem terlalu menekan atau tidak transparan.

Sintesis teoritis penelitian menempatkan rating sebagai mekanisme evaluasi, insentif sebagai mekanisme penghargaan, dan kompetisi sebagai dinamika perilaku yang muncul ketika pengemudi merespons kedua mekanisme tersebut. Kerangka ini bersifat kontekstual dan non-kausal karena penelitian tidak menguji besaran pengaruh, melainkan menafsirkan pengalaman dan pola keterkaitan yang ditemukan di lapangan.

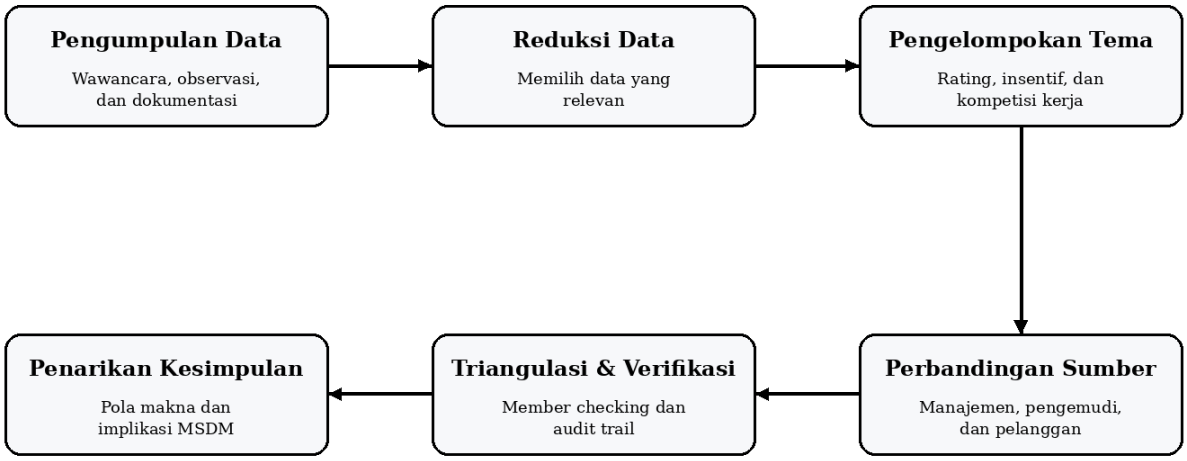
METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami pengalaman, persepsi, dan pemaknaan informan terhadap implementasi sistem rating, pemberian insentif, serta kompetisi kerja pengemudi Maxim Gunungsitoli. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian bukan menguji hubungan kausal secara statistik, melainkan menjelaskan bagaimana kebijakan platform diterapkan, dipahami, dan direspons dalam konteks kerja sehari-hari (Sugiyono, 2020).

Penelitian dilaksanakan pada Maxim Gunungsitoli yang beroperasi di Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara. Informan ditentukan secara purposive berdasarkan pengetahuan dan pengalaman langsung terhadap sistem rating dan insentif. Enam informan terdiri atas satu Head of Division sebagai informan kunci, tiga pengemudi sepeda motor sebagai informan utama, dan dua pelanggan sebagai informan pendukung. Komposisi ini memungkinkan perbandingan perspektif kebijakan, pengalaman kerja, dan pengalaman pengguna layanan.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mengeksplorasi penilaian pelanggan, kualitas pelayanan, pemantauan performa, konsekuensi rating, target, bonus, komisi, penghargaan, persaingan memperoleh order, dan hubungan antarpengemudi. Observasi digunakan untuk memahami konteks aktivitas pengemudi, sedangkan dokumentasi melengkapi informasi mengenai rating, insentif, serta ketentuan operasional yang relevan.

Analisis dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Data dikelompokkan ke dalam tiga tema utama: sistem rating, pemberian insentif, dan kompetisi kerja. Temuan dibandingkan antarinforman untuk mengenali kesesuaian maupun perbedaan pengalaman. Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber dan teknik, member checking, audit trail, serta dokumentasi bukti data. Alur analisis ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Analisis Data Penelitian

Sumber: Diolah oleh peneliti (2026).

Tabel 1. Komposisi Informan Penelitian

Kode	Kategori	Peran/Status	Fokus Informasi
I-1	Informan kunci	Head of Division	Kebijakan rating, insentif, dan operasional pengemudi

Kode	Kategori	Peran/Status	Fokus Informasi
I-2	Informan utama	Driver sepeda motor	Pengalaman rating, target, bonus, dan kompetisi
I-3	Informan utama	Driver sepeda motor	Pengalaman rating, order, insentif, dan relasi antardriver
I-4	Informan utama	Driver sepeda motor	Ulasan pelanggan, SOP, rating, dan pengalaman insentif
I-5	Informan pendukung	Pelanggan	Penilaian kualitas layanan dan pengalaman pemberian rating
I-6	Informan pendukung	Pelanggan	Persepsi layanan, rating, dan apresiasi terhadap pengemudi

Tabel 1 memperlihatkan bahwa temuan diperoleh dari tiga kelompok aktor yang saling melengkapi. Informasi pihak manajemen digunakan untuk menjelaskan mekanisme dan ketentuan operasional; pengalaman pengemudi digunakan untuk memahami dampak praktis sistem, sedangkan pelanggan memberikan perspektif mengenai dasar pemberian rating dan kualitas layanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Sistem Rating pada Pengemudi Maxim Gunungsitoli

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem rating dipahami sebagai mekanisme penilaian kualitas pelayanan dan kinerja pengemudi. Setelah order selesai, pelanggan dapat memberikan penilaian berdasarkan pengalaman layanan. Aspek yang berulang dalam keterangan informan meliputi keramahan, keamanan, kenyamanan, ketepatan waktu, cara berkendara, penggunaan atribut, kepatuhan terhadap prosedur operasional, dan kemampuan menyelesaikan order. Dengan demikian, rating tidak hanya merekam selesainya perjalanan, tetapi juga merepresentasikan kualitas interaksi layanan.

Dari sisi pengemudi, rating berfungsi sebagai umpan balik yang mendorong penyesuaian perilaku. Salah satu pengemudi (I-4) mengungkapkan pernah memperoleh tiga ulasan negatif yang berkaitan dengan berkendara terlalu cepat, tidak menggunakan atribut, dan belum memahami penggunaan aplikasi dengan baik. Pengalaman tersebut mendorong perbaikan cara berkendara, kepatuhan terhadap prosedur, dan penggunaan aplikasi yang lebih cermat. Temuan ini memperlihatkan bahwa penilaian pelanggan dapat menjadi mekanisme pembelajaran apabila pengemudi mampu menghubungkan skor dengan pengalaman pelayanan yang konkret.

Informan juga mengaitkan rating dengan peluang memperoleh order. Rating yang lebih baik dipersepsikan memperbesar kesempatan menerima order, sedangkan penurunan rating dikhawatirkan mengurangi peluang dan pada akhirnya memengaruhi pendapatan. Penelitian ini tidak memiliki akses untuk menguji algoritma distribusi order secara teknis, sehingga hubungan tersebut harus dibaca sebagai persepsi dan pengalaman informan, bukan bukti kausal. Meski demikian, persepsi yang relatif konsisten membuat rating memiliki makna ekonomi dan reputasional bagi pengemudi.

Tabel 2. Síntesis Temuan Sistem Rating

Dimensi	Temuan Utama	Makna
Penilaian pelanggan	Rating diberikan setelah layanan berdasarkan pengalaman pelanggan.	Membentuk umpan balik dan reputasi digital.
Kualitas pelayanan	Keramahan, keselamatan, ketepatan waktu, cara berkendara, SOP, dan atribut memengaruhi penilaian.	Mendorong fokus pada pengalaman pelanggan.
Evaluasi dan pemantauan	Rating dihitung dan ditampilkan melalui sistem.	Performa menjadi lebih terlihat dan mudah dipantau.

Dimensi	Temuan Utama	Makna
Perubahan perilaku	Pengemudi memperbaiki pelayanan setelah menerima ulasan.	Rating berfungsi sebagai mekanisme pembelajaran kerja.
Konsekuensi rating	Rating yang dipersepsikan berkaitan dengan peluang memperoleh order.	Reputasi akun memiliki makna ekonomi.
Perbandingan kinerja	Sebagian pengemudi membandingkan rating dan jumlah order.	Mendorong perbandingan sosial dan kompetisi performa.

Tabel 2 menunjukkan bahwa rating memiliki fungsi yang lebih luas daripada sekadar skor pelanggan. Ia bekerja sebagai layanan informasi, instrumen monitoring, bahan evaluasi, dan simbol reputasi. Pola ini konsisten dengan Chen et al. (2022) mengenai nilai informasional rating serta dengan DeNisi dan Smith (2023) mengenai fungsi umpan balik dalam penilaian kinerja. Temuan juga mendukung temuan Norlander et al. (2021) bahwa teknologi dapat menginternalisasi kontrol kerja: pengemudi menyesuaikan perilaku karena memahami bahwa performa digital terus terlihat.

Pada saat yang sama, temuan perlu dibaca secara hati-hati. Penilaian pelanggan dapat dipengaruhi oleh situasi yang tidak sepenuhnya berada dalam kendali pengemudi. Karena itu, sistem rating sebaiknya disertai informasi mengenai faktor yang memengaruhi skor dan mekanisme klarifikasi. Aspek keselamatan juga perlu ditempatkan di atas dorongan untuk mengejar skor; hal ini sejalan dengan Mao et al. (2021) yang menekankan pentingnya evaluasi perilaku berkendara dalam konteks ride-hailing.

Implementasi Pemberian Insentif

Pemberian insentif ditemukan dalam bentuk material dan nonmaterial. Insentif material terutama berupa bonus berbasis pencapaian target, komisi yang dihitung melalui sistem, serta pendapatan dari penyelesaian order. Pihak manajemen menjelaskan bahwa kriteria pencapaian dapat diketahui melalui informasi yang tersedia pada sistem, sedangkan pengemudi menilai bahwa kesempatan memperoleh bonus pada dasarnya terbuka bagi pengemudi baru maupun lama selama memenuhi target.

Pengalaman memperoleh insentif tidak sepenuhnya seragam. Sebagian pengemudi mengenali bonus sebagai tambahan penghasilan yang dapat dikejar melalui jumlah order dan target, sedangkan pengemudi lain menyatakan belum pernah memperoleh insentif khusus yang dikaitkan langsung dengan rating dan lebih berfokus pada pendapatan order. Perbedaan pengalaman ini menunjukkan bahwa keberadaan kebijakan insentif tidak otomatis menghasilkan efek motivasional yang sama bagi setiap pengemudi. (Telaumbanua et al., 2025)

Insentif nonmaterial muncul melalui penghargaan seperti Best Driver, pujian, apresiasi, dan ucapan terima kasih. Penghargaan tersebut tidak mengubah jabatan, namun memberikan pengakuan sosial atas pencapaian. Dalam kerangka kompensasi, kombinasi material dan nonmaterial memperlihatkan bahwa penghargaan pada kerja platform bukan hanya persoalan tambahan pendapatan, tetapi juga mengenai pengakuan dan rasa dihargai (Zunaidah et al., 2020).

Tabel 3. Bentuk Insentif dan Maknanya bagi Pengemudi

Kategori	Bentuk	Makna bagi Pengemudi
Material	Bonus berbasis target	Tambahan pendapatan dan dorongan untuk menyelesaikan order.
Material	Commission per order	Bagian dari mekanisme perhitungan pendapatan digital.
Material	Penghasilan dari order	Imbalan utama yang langsung dirasakan pengemudi.
Nonmaterial	Best Driver/penghargaan	Pengakuan atas pencapaian dan kualitas pelayanan.

Kategori	Bentuk	Makna bagi Pengemudi
Nonmaterial	Pujian dan apresiasi	Meningkatkan rasa dihargai dan motivasi untuk mempertahankan kinerja.
Nonmaterial	Ucapan terima kasih	Pengakuan sederhana atas kontribusi dan pelayanan.

Efektivitas insentif sangat bergantung pada persepsi keadilan dan keterjangkauan target. Pengemudi menilai skema lebih adil ketika kesempatan memperoleh bonus berlaku bagi semua mitra berdasarkan pencapaian, bukan lama bergabung. Karena itu, informasi mengenai target, periode pencapaian, perhitungan komisi, dan hubungan antara performa dan penghargaan perlu disampaikan secara sederhana dan konsisten. Ketidakjelasan aturan berpotensi mengubah fungsi insentif dari stimulus kinerja menjadi sumber ketidakpastian.

Kompetisi Kerja Antarpengemudi

Kompetisi kerja terutama muncul dalam upaya memperoleh order, mencapai target, mempertahankan rating, dan mendapatkan bonus atau penghargaan. Karena pengemudi tidak memiliki jenjang kenaikan jabatan, status formal bukan arena utama. Posisi relatif lebih banyak dibangun melalui reputasi, produktivitas, pendapatan, dan pengakuan. Dengan demikian, kompetisi yang ditemukan bersifat performatif daripada struktural.

Pengaruh rekan kerja terlihat melalui perbandingan capaian. Beberapa pengemudi mengakui bahwa melihat rating atau jumlah order pengemudi lain menjadi motivasi untuk memperbaiki kinerja. Hal ini sejalan dengan gagasan social comparison dalam perilaku organisasi (Robbins & Judge, 2022). Temuan juga berkaitan dengan Thiel et al. (2019), terutama dimensi persaingan atas penghargaan, pengakuan, dan pengaruh rekan kerja. Dimensi status mengalami modifikasi kontekstual karena status pada pengemudi bukan jabatan formal, melainkan reputasi berbasis capaian.

Dari perspektif pelanggan, kompetisi tidak selalu terlihat secara langsung, tetapi dampaknya dapat dirasakan melalui upaya pengemudi untuk menjaga keamanan, ketepatan waktu, sikap, dan kualitas pelayanan. Kompetisi dapat memberikan nilai bagi pelanggan apabila orientasinya tetap pada kualitas layanan. Sebaliknya, dorongan untuk mengejar order yang berlebihan dapat meningkatkan tekanan dan berpotensi menggeser perhatian dari keselamatan.

Tabel 4. Pola Kompetisi Kerja Pengemudi Maxim Gunungsitoli

Arena Kompetisi	Bentuk yang Ditemukan	Karakter
Order	Berusaha memperoleh dan menyelesaikan lebih banyak order.	Kompetisi hasil kerja.
Target	Mengejar ambang pencapaian untuk peluang bonus.	Kompetisi berbasis sasaran.
Rating	Mempertahankan skor dan ulasan positif.	Kompetisi reputasi digital.
Penghargaan	Berusaha memperoleh apresiasi atau Best Driver.	Kompetisi pengakuan.
Status formal	Tidak ditemukan kenaikan jabatan bagi pengemudi.	Bukan arena kompetisi utama.
Relasi antardriver	Perbandingan capaian menjadi motivasi dengan penekanan pada persaingan sehat.	Kompetisi sosial yang perlu dikelola.

Temuan ini juga dapat dibaca melalui konsep gamification. Target, skor, pencapaian, dan penghargaan menciptakan struktur kerja yang menyerupai mekanisme permainan: ada sasaran, indikator capaian, konsekuensi, dan reward. Vasudevan dan Chan (2022) menunjukkan bahwa

gamification dapat meningkatkan keterlibatan sekaligus memunculkan resistensi. Pada Maxim Gunungsitoli, kompetisi cenderung dipersepsikan sehat ketika pengemudi mengikuti aturan, tidak merugikan rekan, dan tetap menjaga kualitas pelayanan.

Temuan lokal juga memperluas studi Akbar (2020) dan Pradana (2024). Jika penelitian sebelumnya menunjukkan rating dan strategi kerja sebagai bagian dari upaya menghadapi persaingan serta mempertahankan pendapatan, penelitian ini memperlihatkan bagaimana rating dan insentif bertemu dalam satu sistem manajemen kinerja dan kemudian membentuk kompetisi. Konteks Gunungsitoli memperlihatkan bahwa mekanisme digital yang sama dapat beroperasi di kota nonmetropolitan, namun tetap dipengaruhi oleh skala pasar, jumlah mitra aktif, kemampuan penggunaan aplikasi, dan pengalaman layanan pelanggan.

Implikasi Penguatan Manajemen Sumber Daya Manusia Platform

Secara teoretis, penelitian menunjukkan bahwa rating, insentif, dan kompetisi tidak berjalan sebagai mekanisme yang terpisah. Rating menghasilkan informasi dan reputasi; insentif memberikan nilai ekonomi maupun simbolik atas pencapaian, sedangkan kompetisi muncul ketika pengemudi merespons kedua mekanisme tersebut dalam lingkungan yang memiliki banyak mitra aktif. Pola ini memperluas pemahaman manajemen kinerja ke dalam konteks gig economy, tempat hubungan kerja berlangsung melalui kombinasi data, persepsi, dan interaksi sosial.

Secara praktis, manajemen perlu memperkuat transparansi sistem rating melalui penjelasan mengenai faktor yang memengaruhi skor, konsekuensi rating, dan prosedur klarifikasi ketika pengemudi menerima penilaian negatif. Pada sisi insentif, target, periode pencapaian, komisi, dan bentuk penghargaan perlu mudah diakses serta dijelaskan dengan bahasa sederhana. Penghargaan nonmaterial tetap relevan karena memberikan pengakuan tanpa semata-mata mengandalkan kompensasi finansial.

Pengelolaan kompetisi perlu menempatkan keselamatan dan kualitas pelayanan sebagai batas yang tidak boleh dikorbankan. Target yang realistis, aturan yang konsisten, literasi aplikasi, serta kanal bantuan dapat menjaga kompetisi sebagai stimulus kinerja dan mengurangi risiko perilaku berlebihan. Roziqin et al. (2024) menekankan bahwa fleksibilitas gig economy berjalan berdampingan dengan ketergantungan terhadap kebijakan platform; karena itu, kualitas komunikasi kebijakan menjadi bagian penting dari tata kelola pekerja platform.

Tabel 5. Temuan, Risiko, dan Arah Penguatan Platform

Temuan Kunci	Risiko jika tidak dikelola	Arah Penguatan MSDM
Rating menjadi evaluasi dan reputasi digital.	Penilaian dapat dianggap tidak adil atau dipengaruhi oleh faktor eksternal.	Transparansi indikator, ruang klarifikasi, dan edukasi tentang rating.
Insentif mendorong pencapaian target dan order.	Target yang tidak dipahami dapat menurunkan motivasi atau mendorong jam kerja berlebihan.	Kriteria sederhana, terukur, realistis, dan diinformasikan secara konsisten.
Penghargaan nonmaterial memberi pengakuan.	Apresiasi yang tidak konsisten dapat dianggap simbolik semata.	Standar penghargaan yang jelas dan pengakuan berbasis pencapaian.
Kompetisi berfokus pada order, rating, dan bonus.	Persaingan dapat bergeser menjadi tidak sehat.	Kode perilaku kompetisi, penekanan keselamatan, dan pemantauan praktik kerja.
Kemampuan menggunakan aplikasi tidak sama.	Sebagian pengemudi lebih rentan kehilangan peluang.	Pendampingan aplikasi dan literasi digital bagi mitra.

Tabel 5 menegaskan bahwa arah penguatan tidak dimaksudkan untuk menghilangkan kompetisi, melainkan untuk memastikan bahwa kompetisi menghasilkan nilai bagi pengemudi, pelanggan, dan platform secara bersamaan. Pengelolaan yang transparan juga penting untuk

mencegah kondisi ketika pengemudi menafsirkan perubahan sistem sebagai ketidakadilan atau kehilangan kendali atas pekerjaan.

KESIMPULAN

Sistem rating pada Maxim Gunungsitoli berfungsi sebagai mekanisme penilaian kualitas pelayanan, pemantauan performa, dan umpan balik yang mendorong pengemudi untuk menyesuaikan perilaku kerja. Rating dibentuk dari pengalaman pelanggan terhadap keramahan, keselamatan, ketepatan waktu, cara berkendara, kepatuhan terhadap prosedur, dan penyelesaian order. Bagi pengemudi, rating juga memiliki makna reputasional dan ekonomi karena dipersepsikan berkaitan dengan peluang memperoleh order.

Pemberian insentif berlangsung dalam bentuk material dan nonmaterial. Bonus, komisi, dan pendapatan dari order menjadi bentuk material yang paling relevan, sedangkan penghargaan, pujian, dan apresiasi memberikan pengakuan atas pencapaian. Kesempatan memperoleh insentif dipersepsikan lebih adil ketika didasarkan pada target yang sama bagi pengemudi lama maupun baru, tetapi pengalaman memperoleh insentif tidak seragam sehingga kejelasan kriteria tetap diperlukan.

Sistem rating dan insentif secara bersama-sama membangun kompetisi kerja yang berorientasi pada order, target, rating, kualitas pelayanan, bonus, dan pengakuan. Kompetisi tidak berorientasi pada kenaikan jabatan karena pengemudi tidak memiliki jenjang posisi formal. Kompetisi dapat menjadi konstruktif ketika mendorong pelayanan yang lebih baik, namun perlu dikelola agar tidak menimbulkan tekanan berlebihan, persepsi ketidakadilan, atau perilaku yang mengorbankan keselamatan.

Kontribusi penelitian terletak pada integrasi rating, insentif, dan kompetisi sebagai satu rangkaian praktik manajemen kinerja berbasis platform dalam konteks Gunungsitoli. Rekomendasi praktis mencakup transparansi rating, kejelasan target insentif, konsistensi informasi, penghargaan nonmaterial, literasi aplikasi, dan kanal klarifikasi. Penelitian terbatas pada enam informan di satu wilayah dan tidak mengaudit algoritma distribusi order; karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk membandingkan beberapa wilayah atau platform serta mengombinasikan pendekatan kualitatif dengan data kuantitatif performa.

DAFTAR REFERENSI

Akbar, S. A. (2020). Strategi kompetisi pengemudi ojek online di Kelurahan Sempaja Selatan dalam menghadapi persaingan sesama pengemudi ojek online di Kota Samarinda. eJournal Sosiatri/Sosiologi, 8(1).

Anwar, R. (2026). Persepsi penumpang terhadap kinerja pengemudi ojek online: Studi kualitatif pada platform transportasi digital. Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business, 9(1), 384-394. https://doi.org/10.37481/sjr.v9i1.1391

Chen, M. K., Chevalier, J. A., Rossi, P. E., & Oehlsen, E. (2022). The value of customer ratings and reviews in digital platforms. Journal of Marketing Research, 59(4), 680-699.

DeNisi, A., & Smith, C. E. (2023). Performance appraisal, performance management, and firm-level performance. Academy of Management Annals, 17(1), 1-43.

De Stefano, V. (2021). The rise of algorithmic management: Challenges and opportunities for work regulation. Comparative Labor Law & Policy Journal, 43(3), 489-512.

Jha, D., Jha, S. K., & Guha, A. (2025). Rating systems: A driver's perspective. Economic & Political Weekly, 60(4), 40-46.

Mao, H., Deng, X., Jiang, H., Shi, L., Li, H., Tuo, L., Shi, D., & Guo, F. (2021). Driving safety

assessment for ride-hailing drivers. Accident Analysis & Prevention, 149, 105574. https://doi.org/10.1016/j.aap.2020.105574

Norlander, P., Jukic, N., Varma, A., & Nestorov, S. (2021). The effects of technological supervision on gig workers: Organizational control and motivation of Uber, taxi, and limousine drivers. The International Journal of Human Resource Management, 32(19), 4053-4077. https://doi.org/10.1080/09585192.2020.1867614

Pradana, I. P. Y. B. (2024). Pekerja ekonomi gig: Pengalaman kerja pengemudi ojek online Maxim dan Grab di wilayah timur Indonesia. Jurnal Ilmu Administrasi Negara AsIAN, 12(1), 11-26.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). Organizational behavior (19th ed.). Pearson.

Roziqin, A., Romadhan, A. A., & Suhermanto, D. F. (2024). Ekonomi gig: Peluang dan tantangan di era kerja fleksibel. Currency: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah.

Sugiyono. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Alfabeta.

Telaumbanua, E., Lase, A. P., Zebua, M., Harefa, I. M., Lase, F. H., & Zagoto, F. L. K. (2025). Pelatihan Profesionalisme dan Etika Pelayanan bagi Driver Transportasi Online di Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara. Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia, 5(4), 1489–1498. https://doi.org/10.54082/jamsi.2018

Thiel, M., Levashina, J., Giorgi, G., Williamson, A., Treadway, D. C., Wen, K., & Wang, Q. (2019). Editorial: Human and social competition: An interdisciplinary and transdisciplinary perspective. Frontiers in Psychology, 10, 2240. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02240

Vasudevan, K., & Chan, N. K. (2022). Gamification and work games: Examining consent and resistance among Uber drivers. New Media & Society. https://doi.org/10.1177/14614448221079028

Zunaidah, Susetyo, D., & Hadjri, M. I. (2020). Kompensasi. Penerbit dan Percetakan Universitas Sriwijaya.