

TRAIT ANGER DALAM MEMEDIASI CUSTOMER PRESSURE DENGAN AGGRESSIVE DRIVING PADA OJEK ONLINE MOTOR

Ainun Najwa Ilyas¹, Eko April Ariyanto², Rr Amanda Pasca Rini³

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya^{1,2,3}

e-mail: ainunwawa12@gmail.com¹, eko_ariyanto@untag-sby.ac.id²,
amanda.skripsisitesis@gmail.com³

ABSTRAK

Aggressive driving merupakan perilaku berkendara yang membahayakan keselamatan, seperti mengebut, membuntuti kendaraan lain, hingga melakukan gestur kasar kepada pengguna jalan lainnya. Dalam konteks pengemudi ojek online, perilaku ini dipengaruhi oleh tekanan kerja serta ekspektasi pelanggan yang tinggi, yang dapat memicu stres dan emosi negatif. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah *trait anger* berperan sebagai mediator dalam hubungan antara *customer pressure* dan *aggressive driving*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan jumlah partisipan sebanyak 217 pengemudi ojek online motor di wilayah Surabaya. Instrumen penelitian berupa tiga skala Likert yang digunakan untuk mengukur *customer pressure*, *trait anger*, dan *aggressive driving*. Hasil analisis menunjukkan bahwa *trait anger* tidak memediasi hubungan antara *customer pressure* dan *aggressive driving* karena arah hubungan negatif (-0.332), meskipun secara statistik signifikan ($p = 0.000$). *Customer pressure* justru memiliki pengaruh negatif terhadap *aggressive driving* (-0.465), menunjukkan bahwa semakin tinggi tekanan pelanggan, semakin rendah kecenderungan pengemudi bertindak agresif. *Trait anger* terbukti memiliki pengaruh positif terhadap *aggressive driving* (0.435), artinya individu dengan kecenderungan marah yang tinggi lebih rentan berperilaku agresif. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor internal seperti *trait anger* lebih memengaruhi agresivitas berkendara dibandingkan faktor eksternal. Oleh karena itu, pengelolaan emosi menjadi aspek penting dalam upaya pencegahan perilaku agresif di jalan raya.

Kata Kunci: *aggressive driving, customer pressure, ojek online, trait anger*

ABSTRACT

Aggressive driving is a form of driving behavior that endangers safety, such as speeding, tailgating, or making rude gestures toward other road users. In the context of online motorcycle taxi drivers, this behavior is influenced by high work pressure and customer expectations, which can trigger stress and negative emotions. This study aims to examine whether trait anger serves as a mediator in the relationship between customer pressure and aggressive driving. The study used a quantitative correlational approach with a total of 217 online motorcycle taxi drivers in the Surabaya area. The research instruments included three Likert-type scales measuring customer pressure, trait anger, and aggressive driving. The analysis results showed that trait anger does not mediate the relationship between customer pressure and aggressive driving due to a negative path coefficient (-0.332), although it was statistically significant ($p = 0.000$). Customer pressure had a negative effect on aggressive driving (-0.465), indicating that higher customer pressure was associated with lower aggressive driving tendencies. Trait anger had a positive effect on aggressive driving (0.435), suggesting that individuals with higher levels of anger are more prone to aggressive behavior. These findings highlight that internal factors such as trait anger have a stronger influence on aggressive driving than external factors. Therefore, emotional regulation is a critical aspect in preventing aggressive behavior on the road

Keywords: *aggressive driving, customer pressure, ojek online, trait anger*

PENDAHULUAN

Keselamatan lalu lintas merupakan sebuah isu krusial yang terus menjadi permasalahan serius di tingkat global maupun nasional, dengan dampak yang sangat besar tidak hanya pada hilangnya nyawa manusia tetapi juga pada kerugian ekonomi yang signifikan. Data dari Organisasi Kesehatan Dunia (WHO, 2023) melukiskan gambaran yang suram, dengan melaporkan bahwa sekitar 1,19 juta kematian terjadi di seluruh dunia setiap tahunnya akibat kecelakaan lalu lintas, di mana 92% di antaranya terjadi di negara-negara berpenghasilan rendah hingga menengah, termasuk Indonesia. Di dalam negeri, data yang dirilis oleh Korlantas Polri untuk tahun 2023 menunjukkan adanya lebih dari 116.000 kasus kecelakaan, dengan kendaraan roda dua secara konsisten menjadi penyumbang terbesar dalam angka kecelakaan fatal. Angka-angka ini menegaskan bahwa jalan raya di Indonesia masih menjadi salah satu ruang publik yang paling berisiko. Di balik setiap angka statistik ini, terdapat faktor-faktor kompleks yang saling terkait, mulai dari kondisi infrastruktur hingga kelayakan kendaraan, namun salah satu faktor yang paling dominan dan perlu mendapat perhatian mendalam adalah faktor perilaku manusia (Rosmadewi et al., 2024; Rovanda et al., 2024).

Di antara berbagai jenis perilaku berisiko di jalan raya, *aggressive driving* atau perilaku berkendara agresif telah diidentifikasi sebagai salah satu faktor penyebab kecelakaan yang paling signifikan. Perilaku ini dapat didefinisikan sebagai serangkaian tindakan yang dilakukan secara sengaja saat mengemudi, yang dapat meningkatkan risiko kecelakaan dan seringkali didasari oleh emosi negatif seperti ketidaksabaran, kemarahan, atau permusuhan. Manifestasi dari *aggressive driving* sangat beragam, mulai dari tindakan yang tampak umum seperti mengejar secara berlebihan dan tidak mematuhi batas kecepatan, hingga perilaku yang lebih konfrontatif seperti membuntuti kendaraan lain dengan jarak yang sangat dekat (*tailgating*), berpindah jalur secara tiba-tiba tanpa memberikan isyarat, menerobos lampu merah, atau bahkan melakukan gestur kasar dan intimidatif kepada pengguna jalan lainnya (Santana et al., 2025; Situmorang, 2024). Perilaku ini secara fundamental mengubah fungsi jalan raya dari sebuah ruang bersama yang diatur oleh hukum menjadi sebuah arena kompetisi yang berbahaya, di mana keselamatan bersama dikesampingkan demi kepentingan atau emosi sesaat individu.

Dalam beberapa tahun terakhir, lanskap transportasi urban di Indonesia telah mengalami transformasi dramatis dengan munculnya fenomena *ojek online*. Profesi sebagai pengemudi *ojek online* telah menjadi salah satu sumber mata pencaharian utama bagi jutaan orang, namun profesi ini juga diwarnai oleh serangkaian tekanan kerja yang unik dan intens. Salah satu sumber tekanan yang paling dominan adalah *customer pressure* atau tekanan dari pelanggan. Tekanan ini tidak hanya datang dalam bentuk tuntutan eksplisit untuk mendapatkan layanan yang cepat dan efisien, tetapi juga dalam bentuk tekanan implisit yang berasal dari sistem penilaian berbasis rating dan ulasan. Setiap perjalanan menjadi sebuah ajang evaluasi performa, di mana sebuah rating rendah atau ulasan negatif dapat secara langsung berdampak pada pendapatan dan bahkan kelangsungan pekerjaan seorang pengemudi (Kusumaningsih et al., 2025). Tekanan konstan untuk menjaga kepuasan pelanggan inilah yang berpotensi mendorong pengemudi untuk mengambil risiko di jalan raya demi memenuhi ekspektasi tersebut (KNKT, 2022; RSAI, 2022).

Kondisi kerja yang penuh tekanan ini menciptakan sebuah kesenjangan yang signifikan antara profil ideal seorang pengemudi profesional dengan realitas yang mereka hadapi. Secara ideal, seorang pengemudi *ojek online* diharapkan untuk selalu bersikap tenang, sopan, dan yang terpenting, memprioritaskan keselamatan di atas segalanya dengan mematuhi seluruh peraturan lalu lintas (Nibras & Widiyanto, 2025; Rifai et al., 2020). Namun, realitas dari *customer pressure* yang tinggi seringkali menempatkan mereka dalam posisi yang dilematis. Tuntutan untuk

menyelesaikan perjalanan secepat mungkin agar bisa mendapatkan order berikutnya dan menjaga rating tetap tinggi dapat mendorong mereka untuk mengadopsi perilaku berkendara yang lebih agresif, seperti mempercepat laju kendaraan atau menyalip secara berbahaya (Widjanarto & Devi, 2024). Kesenjangan antara tuntutan akan keselamatan dengan tuntutan akan kecepatan dan kepuasan pelanggan ini menjadi sebuah konflik internal yang dialami oleh banyak pengemudi, di mana keputusan yang mereka ambil di jalan raya seringkali merupakan hasil dari kalkulasi yang rumit antara keamanan dan kelangsungan ekonomi mereka.

Penting untuk dipahami bahwa respons setiap individu terhadap tekanan eksternal seperti *customer pressure* tidaklah seragam. Reaksi yang muncul seringkali dimoderasi atau difilter melalui karakteristik kepribadian internal masing-masing individu. Dalam konteks perilaku agresif, salah satu faktor kepribadian yang paling relevan adalah *trait anger*. *Trait anger* didefinisikan sebagai sebuah kecenderungan atau sifat kepribadian yang stabil untuk merasakan dan mengalami emosi kemarahan secara lebih sering dan lebih intens dalam berbagai situasi (Spielberger et al., 2019; Wilkowski & Robinson, 2019). Individu dengan tingkat *trait anger* yang tinggi cenderung memiliki "sumbu" yang lebih pendek; mereka lebih sensitif terhadap provokasi, lebih mudah merasa frustrasi, dan lebih cenderung untuk melampiaskan kemarahan mereka melalui tindakan-tindakan impulsif. Dalam konteks berkendara, individu seperti ini terbukti lebih rentan untuk terlibat dalam perilaku berisiko di jalan sebagai respons terhadap pemicu stres yang mereka hadapi (Zhang et al., 2019).

Nilai kebaruan dan inovasi utama dari penelitian ini terletak pada perumusan sebuah model teoretis yang lebih kompleks dan bernuansa untuk menjelaskan munculnya perilaku *aggressive driving* pada pengemudi *ojek online*. Jika penelitian sebelumnya mungkin hanya melihat hubungan langsung antara tekanan dengan perilaku, maka penelitian ini secara inovatif mengusulkan bahwa *trait anger* berperan sebagai sebuah variabel mediator. Kerangka kerja ini berhipotesis bahwa *customer pressure* tidak secara otomatis dan langsung menyebabkan *aggressive driving*. Sebaliknya, model ini mendalilkan bahwa ketika seorang pengemudi dihadapkan pada *customer pressure* yang tinggi, tekanan tersebut akan secara signifikan memicu respons kemarahan internal, dan tingkat intensitas kemarahan yang muncul ini sangat bergantung pada level *trait anger* yang dimiliki individu tersebut. Kemudian, kemarahan yang telah terpicu inilah yang pada akhirnya akan menjadi bahan bakar bagi munculnya perilaku berkendara yang agresif. Model mediasi ini menawarkan sebuah penjelasan psikologis yang lebih mendalam (Deffenbacher et al., 2003; Santana et al., 2025; Wan et al., 2021).

Meskipun telah ada sejumlah penelitian terdahulu yang mengkaji fenomena *aggressive driving* serta pengaruh dari faktor kepribadian seperti *trait anger*, masih terdapat sebuah celah penelitian (*research gap*) yang signifikan dalam literatur. Sebagian besar kajian yang ada cenderung berfokus pada populasi pengemudi umum dan belum banyak yang secara spesifik menginvestigasi dinamika psikologis yang terjadi pada populasi pengemudi *ojek online*, yang notabene menghadapi serangkaian stresor yang sangat unik dari ekosistem ekonomi gig. Lebih penting lagi, kajian yang secara terstruktur mengintegrasikan variabel tekanan eksternal (*customer pressure*) dengan variabel kepribadian internal (*trait anger*) dalam sebuah model mediasi untuk memprediksi *aggressive driving* masih sangat terbatas, khususnya dalam konteks masyarakat Indonesia. Kekosongan dalam literatur inilah yang menjadi justifikasi utama bagi urgensi dilakukannya penelitian ini di kota Surabaya.

Berdasarkan serangkaian latar belakang masalah, identifikasi kesenjangan, serta perumusan kerangka berpikir yang inovatif, maka penelitian ini dirancang dengan tujuan yang jelas dan terfokus. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris peran mediasi dari *trait anger* dalam hubungan antara *customer pressure* dengan *aggressive driving* pada populasi pengemudi *ojek online* motor di Surabaya. Diharapkan, hasil dari penelitian ini

dapat memberikan kontribusi ganda yang signifikan. Secara teoretis, penelitian ini akan memperkaya literatur dalam bidang psikologi kepribadian dan psikologi lalu lintas dengan menguji sebuah model mediasi yang kompleks pada konteks yang baru dan relevan. Secara praktis, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan intervensi yang lebih efektif, seperti program pelatihan manajemen emosi bagi para pengemudi, guna mendukung upaya pencegahan perilaku agresif dan peningkatan keselamatan di jalan raya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang menerapkan desain korelasional untuk menguji dan menganalisis hubungan antarvariabel. Fokus utama penelitian ini adalah untuk menginvestigasi hubungan antara tekanan dari pelanggan (*customer pressure*), sifat kemarahan (*trait anger*), dan perilaku berkendara agresif (*aggressive driving*) pada pengemudi ojek online di Surabaya. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 217 orang, yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Metode ini digunakan untuk memastikan bahwa seluruh responden memenuhi kriteria spesifik yang telah ditentukan, yaitu sebagai pengemudi ojek online motor yang aktif beroperasi. Penentuan jumlah sampel minimal dilakukan secara cermat menggunakan perangkat lunak G*Power 3.1.9.7. Berdasarkan perhitungan dengan parameter statistik yang meliputi *effect size* sebesar 0,3, tingkat signifikansi (α) 0,05, dan *power* 0,95, diperoleh jumlah sampel minimum yang dibutuhkan sebanyak 217 responden untuk memastikan kekuatan statistik yang memadai dalam pengujian hipotesis. Dari total partisipan yang terkumpul, mayoritas berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 159 orang atau 73,5% dari total sampel.

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan instrumen berupa satu set kuesioner yang terdiri dari tiga skala psikologi terpisah, di mana seluruhnya menggunakan format skala Likert dengan lima pilihan respons. Skala pertama adalah *Aggressive Driving Scale* (Houtson & Harris, 2003) yang mengukur dua aspek, yaitu perilaku konflik dan kecepatan berlebih. Skala kedua adalah *Customer Pressure Scale* (Dorman & Zapf, 2004), yang dirancang untuk mengukur empat dimensi tekanan dari pelanggan: agresi verbal, ekspektasi yang tidak proporsional, beban emosional, dan ekspektasi yang ambigu. Skala ketiga adalah *Trait Anger Scale* (Spielberger seperti dikutip dalam Deffenbacher et al., 2020), yang mengukur dua komponen utama sifat kemarahan, yaitu temperamen pmarah dan reaksi kemarahan. Setiap skala disusun dengan item yang bersifat *favorable* dan *unfavorable* untuk meminimalkan bias respons. Sebelum digunakan, seluruh instrumen telah melalui uji psikometri untuk memastikan kualitasnya, yaitu uji validitas menggunakan korelasi item-total dan uji reliabilitas dengan koefisien *Cronbach's Alpha*.

Prosedur pengumpulan data dilaksanakan secara daring dengan memanfaatkan platform Google Forms untuk menjangkau responden secara efisien. Sebelum mengisi kuesioner, setiap calon partisipan diberikan penjelasan yang komprehensif mengenai tujuan penelitian, jaminan kerahasiaan data pribadi mereka, serta diminta untuk memberikan persetujuan partisipasi secara sukarela melalui formulir *informed consent*. Setelah data terkumpul, proses analisis dilakukan dengan menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) melalui bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Analisis data dilakukan dalam beberapa tahapan sistematis. Tahap pertama adalah pengujian model pengukuran yang mencakup uji validitas dan reliabilitas konstruk untuk memastikan kualitas data. Tahap selanjutnya adalah pengujian model struktural, yang meliputi analisis *path coefficient* untuk mengukur signifikansi pengaruh langsung antarvariabel. Tahap terakhir adalah uji mediasi,

yang secara spesifik bertujuan untuk mengetahui peran mediasional dari variabel *trait anger* dalam hubungan antara *customer pressure* dan *aggressive driving*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan olah data yang telah dilakukan, penelitian ini menggunakan menggunakan model *structural equation modelling* (SEM) dengan menggunakan program SmartPLS 4. Dalam full model *structural equation modelling* selain mengkonfirmasi teori, juga harus menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten. Hipotesis akan diterima apabila nilai *T statistic* lebih besar dari *T* tabel dan untuk menolak ataupun menerima hipotesis menggunakan nilai probabilitas, jika *P-value* < 0,05 maka *H_a* akan diterima yang apabila:

- Jika nilai *t*-statistik lebih kecil dari nilai *t*-tabel (*t*-statistik < 1,64) maka *H₀* diterima dan *H_a* ditolak
- Jika nilai *t*-statistik lebih besar atau sama dengan *t*-tabel (*t*-statistik > 1,64) maka *H₀* ditolak dan *H_a* diterima

Hasil

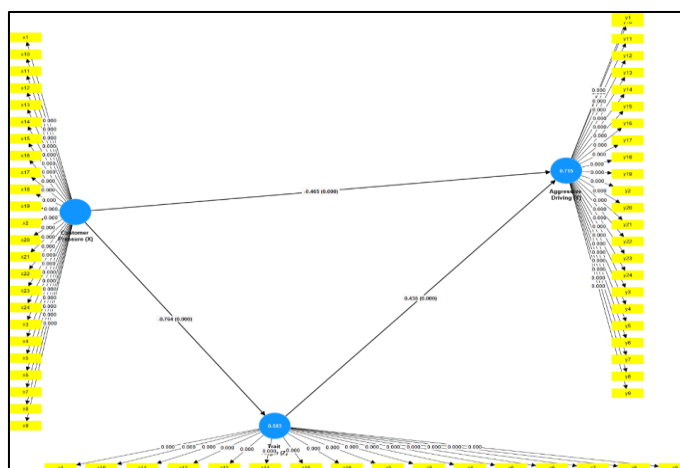
Berdasarkan dari hasil perhitungan dengan menggunakan *calculate* SmartPLS versi 4 *Bootstrapping* sebagaimana ditunjukkan pada gambar diatas, maka didapatkan hasil koefisien jalur (*path coefficient*) yang menggambarkan kekuatan hubungan antar variabel seperti ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Hasil *T*-Statistics (*Bootstrapping*) Pengaruh Langsung

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
<i>Customer pressure -> Aggressive driving</i>	-0.465	-0.481	0.100	4.629	0.000
<i>Customer pressure -> Trait Anger</i>	-0.764	-0.772	0.044	17.243	0.000
<i>Trait anger -> Aggressive driving</i>	0.435	0.423	0.105	4.132	0.000
<i>Customer pressure -> Trait anger -> Aggressive driving</i>	-0.332	-0.324	0.072	4.595	0.000

Berdasarkan tabel 1 hasil analisis pada hipotesis di ketahui bahwa hubungan variabel *customer pressure* terhadap *aggressive driving* yang dimediasi oleh *trait anger* telah dipaparkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai p- value sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikan 0,05 dengan nilai t- hitung 4,595 lebih besar dari t-tabel nilai 1,64, dengan nilai *path coefficient* - 0,332. Namun demikian, *customer pressure* terhadap *aggressive driving* yang dimediasi oleh *trait anger* tidak signifikan secara statistic, dapat disimpulkan bahwa variabel tidak ada hubungan *customer pressure* terhadap *aggressive driving* yang dimediasi oleh *trait anger*. Selanjutnya hasil pengujian hubungan positif antara *customer pressure* dengan *trait anger* yang telah dipaparkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai p-value sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikan 0,05 dengan nilai t-hitung 17,243 lebih besar dari t-tabel nilai 1,64, dengan nilai *path coefficient* -0,764. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif antara *customer pressure* dengan *trait anger*.

Berdasarkan tabel 1 hasil pengujian hubungan positif antara *trait anger* dengan *aggressive driving* yang telah dipaparkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai p-value sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikan 0,05 dengan nilai t-hitung 4,132 lebih besar dari t-tabel nilai 1,64, dengan nilai *path coefficient* 0,435. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara *trait anger* dengan *aggressive driving*. Hasil pengujian hubungan positif antara *customer pressure* dengan *aggressive driving* yang telah dipaparkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai p-value sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikan 0,05 dengan nilai t-hitung 4,629 lebih besar dari t-tabel nilai 1,64, dengan nilai *path coefficient* -0,465. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif antara *customer pressure* dengan *aggressive driving*.



Gambar 1. Hasil Pengujian *Bootstrapping*

Gambar 1 hasil uji *bootstrapping* ini menampilkan sebuah model jalur struktural yang menguji signifikansi statistik dari hubungan antar variabel. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua jalur hipotesis terbukti signifikan, yang ditandai dengan nilai p-value sebesar 0.000 pada setiap panah hubungan antar variabel laten (lingkaran biru). Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel eksogen (kiri) terhadap variabel mediator (bawah) dengan koefisien jalur sebesar 0.704. Selanjutnya, baik variabel eksogen (dengan koefisien 0.465) maupun variabel mediator (dengan koefisien 0.435) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel endogen utama (kanan atas). Model ini memiliki kemampuan prediksi yang sangat baik, yang ditunjukkan oleh nilai R-Square (R^2). Variabel mediator mampu menjelaskan 58,2% varians ($R^2=0.582$), dan variabel endogen utama mampu menjelaskan 71,5% varians ($R^2=0.715$) oleh variabel-variabel yang mempengaruhinya.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menyajikan temuan yang kompleks dan sebagian bersifat kontra-intuitif mengenai dinamika perilaku pengemudi ojek *online*. Analisis model persamaan struktural (*structural equation modelling*) menunjukkan bahwa *customer pressure* atau tekanan dari pelanggan secara signifikan berhubungan negatif dengan *aggressive driving*. Temuan ini menjadi menarik karena berlawanan dengan asumsi umum bahwa tekanan kerja akan meningkatkan perilaku agresif. Di sisi lain, penelitian ini mengonfirmasi bahwa *customer pressure* memiliki hubungan positif yang signifikan dengan *trait anger*, yang berarti semakin tinggi tekanan yang dirasakan, semakin besar pula kecenderungan kemarahan disposisional pengemudi. Selain itu, sejalan dengan berbagai literatur psikologi lalu lintas, *trait anger* terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap *aggressive driving*. Namun, aspek yang paling menonjol adalah temuan bahwa *trait anger* tidak secara signifikan memediasi hubungan antara *customer pressure* dan *aggressive driving*. Kegagalan mediasi ini mengindikasikan adanya mekanisme lain yang lebih dominan dalam mengatur ekspresi perilaku agresif di jalan, yang kemungkinan besar terkait dengan faktor-faktor kontekstual dalam ekosistem kerja berbasis aplikasi digital yang sangat diatur oleh sistem evaluasi (Li et al., 2015).

Penemuan utama mengenai hubungan negatif antara *customer pressure* dan *aggressive driving* menantang hasil penelitian sebelumnya yang secara konsisten mengaitkan tekanan kerja dengan peningkatan agresi di jalan (Useche et al., 2018; Zhang et al., 2019). Penjelasan yang paling plausibel untuk anomali ini terletak pada mekanisme kontrol eksternal yang melekat pada platform ojek *online*, yaitu sistem *rating* dan umpan balik pelanggan. Pengemudi sangat sadar bahwa setiap perilaku negatif, termasuk berkendara secara agresif, dapat berujung pada *rating* buruk, suspensi akun, atau bahkan pemutusan kemitraan. Konsekuensi ekonomi yang langsung ini bertindak sebagai faktor penekan yang kuat, mendorong pengemudi untuk menerapkan strategi *coping* yang berfokus pada pengendalian diri dan manajemen impresi. Tekanan dari pelanggan, dalam konteks ini, tidak diterjemahkan menjadi agresi, melainkan menjadi pendorong untuk menampilkan perilaku yang lebih hati-hati dan berorientasi pada layanan. Fenomena ini menggambarkan bagaimana struktur insentif dan sanksi dalam ekonomi gig dapat secara efektif menekan manifestasi perilaku disfungsi, meskipun sumber stres tetap ada dan dirasakan secara internal oleh para pekerja (Allon et al., 2023; Syahril et al., 2024).

Meskipun tekanan pelanggan tidak secara langsung menyebabkan perilaku berkendara agresif, temuan penelitian ini dengan jelas menunjukkan dampaknya terhadap kondisi emosional internal pengemudi. Hubungan positif yang signifikan antara *customer pressure* dan *trait anger* menggarisbawahi beban psikologis yang ditanggung oleh pengemudi. Temuan ini selaras dengan kerangka teoritis seperti *Customer-Related Social Stressors Model*, yang menyatakan bahwa interaksi negatif dengan pelanggan, tuntutan yang tidak masuk akal, atau perlakuan yang tidak sopan merupakan *stressor* sosial yang signifikan dan dapat meningkatkan ketegangan emosional. Dalam perspektif *General Aggression Model*, tekanan eksternal semacam ini berfungsi sebagai input situasional yang mengaktifkan afek negatif, termasuk kemarahan. Akumulasi dari pengalaman-pengalaman menekan ini dapat membentuk atau memperkuat kemarahan disposisional (*trait anger*), membuat pengemudi menjadi lebih mudah tersinggung atau marah secara umum, bahkan di luar konteks pekerjaan. Dengan demikian, meskipun perilaku di jalan tampak terkendali, kesehatan mental dan kesejahteraan emosional pengemudi berada dalam risiko akibat paparan stres kerja yang berkelanjutan (Amoadu et al., 2024; Montoro et al., 2018).

Selanjutnya, penelitian ini mengonfirmasi kembali hubungan yang telah mapan antara kemarahan disposisional dan perilaku berkendara yang agresif. Temuan bahwa *trait anger*

secara signifikan dan positif memengaruhi *aggressive driving* konsisten dengan banyak studi dalam bidang psikologi lalu lintas. Individu dengan tingkat *trait anger* yang tinggi cenderung memiliki ambang batas yang lebih rendah untuk frustrasi dan provokasi saat berada di jalan. Mereka lebih mungkin menginterpretasikan situasi lalu lintas yang ambigu, seperti disalip atau lajunya dipotong, sebagai tindakan permusuhan pribadi dan meresponsnya dengan agresi, baik secara verbal, menggunakan gestur, maupun melalui manuver berkendara yang berbahaya. Bagi pengemudi ojek *online*, disposisi ini dapat diperparah oleh kelelahan, tekanan waktu untuk menyelesaikan pesanan, dan kondisi lalu lintas yang padat. Oleh karena itu, *trait anger* merupakan faktor risiko internal yang penting, yang jika tidak dikelola dengan baik, dapat secara substansial meningkatkan kemungkinan terjadinya insiden lalu lintas yang dipicu oleh agresi, terlepas dari sumber stres eksternal yang mereka hadapi dari pelanggan maupun lingkungan sekitar (Herrero-Fernández et al., 2020; Useche et al., 2019).

Kegagalan *trait anger* dalam memediasi hubungan antara *customer pressure* dan *aggressive driving* merupakan temuan kunci yang memberikan wawasan mendalam. Hal ini mengindikasikan bahwa jalur dari tekanan pelanggan menuju perilaku agresif tidak berjalan melalui peningkatan kemarahan semata. Sebaliknya, tampaknya terdapat dua kekuatan yang berlawanan dan bekerja secara simultan. Di satu sisi, *customer pressure* memang meningkatkan kemarahan internal (*trait anger*). Namun, di sisi lain, *customer pressure* juga mengaktifkan proses penilaian kognitif (*cognitive appraisal*) mengenai konsekuensi dari tindakan agresif. Pengemudi menyadari bahwa melampiaskan kemarahan melalui cara berkendara yang ugal-ugalan akan berdampak langsung pada *rating* dan pendapatan mereka. Dalam kerangka model stres-transaksional, penilaian terhadap potensi ancaman (kehilangan pekerjaan) ini mengalahkan dorongan internal untuk bertindak agresif. Faktor pengendali eksternal, yaitu sistem sanksi platform, menjadi variabel dominan yang memutus rantai antara emosi negatif (kemarahan) dan ekspresi perilaku (agresi berkendara), memaksa pengemudi untuk menekan kemarahan mereka demi menjaga performa kerja (Ibrahim et al., 2024; Safikri et al., 2025).

Implikasi dari penelitian ini bersifat ganda, menyentuh ranah teoretis dan praktis. Secara teoretis, hasil ini menekankan pentingnya mempertimbangkan faktor kontekstual yang kuat, seperti mekanisme kontrol dalam ekonomi digital, saat memodelkan hubungan antara stres kerja, emosi, dan perilaku. Model-model agresi tradisional mungkin perlu disesuaikan untuk memasukkan variabel inhibitor eksternal yang dapat meniadakan pengaruh variabel internal seperti emosi. Secara praktis, temuan ini menyoroti dilema yang dihadapi pengemudi ojek *online*: mereka dipaksa untuk menekan emosi negatif demi kelangsungan ekonomi. Hal ini menegaskan urgensi intervensi yang berfokus pada kesehatan mental pengemudi, seperti pelatihan regulasi emosi dan manajemen stres, untuk membantu mereka mengelola beban emosional tanpa harus mengorbankan kesejahteraan psikologis. Bagi perusahaan aplikasi, penelitian ini menyarankan perlunya mengembangkan sistem umpan balik yang lebih seimbang dan suportif, yang tidak hanya menghukum tetapi juga memberikan dukungan kepada pengemudi yang menghadapi pelanggan yang sulit, sehingga dapat mengurangi sumber *stressor* utama.

Sebagai penutup, perlu diakui adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang membuka jalan bagi riset di masa depan. Pertama, penggunaan data kuesioner *self-report* untuk mengukur *aggressive driving* mungkin rentan terhadap bias keinginan sosial, di mana responden cenderung melaporkan perilaku yang lebih positif daripada kenyataannya. Kedua, desain penelitian yang bersifat *cross-sectional* hanya dapat mengidentifikasi hubungan antar variabel pada satu titik waktu dan tidak dapat menyimpulkan hubungan kausalitas. Untuk mengatasi ini, penelitian mendatang dapat memanfaatkan metode yang lebih objektif seperti penggunaan data GPS untuk menganalisis pola akselerasi dan pengereman mendadak, atau

studi berbasis simulator mengemudi. Selain itu, studi longitudinal akan sangat berharga untuk memahami bagaimana paparan *customer pressure* dalam jangka panjang memengaruhi perubahan *trait anger* dan perilaku berkendara dari waktu ke waktu. Menyelidiki variabel moderator lain, seperti dukungan sosial dari sesama pengemudi atau tingkat ketergantungan ekonomi pada platform, juga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *customer pressure* memiliki hubungan negatif yang signifikan dengan *aggressive driving* pada pengemudi ojek online motor di Surabaya. Hasil ini mengindikasikan bahwa tekanan dari pelanggan tidak selalu mendorong perilaku berkendara agresif, melainkan dapat menjadi pemicu pengendalian diri demi menjaga penilaian pelanggan. Namun, *customer pressure* terbukti berhubungan positif dengan *trait anger*, yang berarti tekanan tinggi tetap berpotensi meningkatkan kemarahan disposisional pengemudi. Selanjutnya, *trait anger* berpengaruh positif signifikan terhadap *aggressive driving*, sehingga faktor emosional internal memiliki kontribusi penting terhadap perilaku agresif di jalan. Temuan ini memperkaya pemahaman teoretis mengenai interaksi antara faktor eksternal dan internal dalam memengaruhi perilaku berkendara, serta menunjukkan bahwa *trait anger* tidak memediasi secara signifikan hubungan *customer pressure* dan *aggressive driving*. Kondisi ini dapat dijelaskan oleh adanya faktor pengendali eksternal, seperti sistem rating dan sanksi pada platform ojek online, yang membatasi ekspresi perilaku agresif meskipun kemarahan meningkat.

Prospek pengembangan penelitian ke depan dapat diarahkan pada kajian variabel psikologis lain seperti *emotional regulation*, stres kerja, atau dukungan sosial yang mungkin memoderasi hubungan antara tekanan pelanggan dan perilaku berkendara. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah dan menggunakan desain longitudinal untuk melihat dinamika hubungan variabel dari waktu ke waktu. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan rekomendasi bagi penyedia layanan transportasi daring untuk mengembangkan program pelatihan pengendalian emosi dan meninjau kebijakan penilaian pelanggan agar lebih adil, sehingga keselamatan berkendara dan kesejahteraan pengemudi dapat terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Allon, G., et al. (2023). The impact of behavioral and economic drivers on gig economy workers. *Manufacturing & Service Operations Management*, 25(4), 1376. <https://doi.org/10.1287/msom.2023.1191>
- Amoadu, M., et al. (2024). Working conditions of commercial drivers: A scoping review of psychosocial work factors, health outcomes, and interventions. *BMC Public Health*, 24(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-024-20465-1>
- Deffenbacher, J. L., et al. (2003). Anger, aggression, and risky behavior: A comparison of high and low anger drivers. *Behaviour Research and Therapy*, 41(6), 701. [https://doi.org/10.1016/s0005-7967\(02\)00046-3](https://doi.org/10.1016/s0005-7967(02)00046-3)
- Herrero-Fernández, D., et al. (2020). Distal predictors of trait driving anger. The influence of attachment styles through the mediation effect of general anger and self-esteem. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 73, 382. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2020.07.005>
- Ibrahim, I., et al. (2024). Pengaruh lingkungan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai pada Kantor Pengadilan Tata Usaha Negara Makassar. *CENDEKIA Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 4(4), 569. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v4i4.3741>

- Kusumaningsih, I., et al. (2025). Pengaruh content marketing dan perceived value terhadap citra perusahaan (Studi kasus: Instagram di PT Redi). *CENDEKIA Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 5(3), 907. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v5i3.6179>
- Li, Y., et al. (2015). Evaluation method for aggressiveness of driving behavior using drive recorders. *IEEJ Journal of Industry Applications*, 4(1), 59. <https://doi.org/10.1541/ieejia.4.59>
- Montoro, L., et al. (2018). Work environment, stress, and driving anger: A structural equation model for predicting traffic sanctions of public transport drivers. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(3), 497. <https://doi.org/10.3390/ijerph15030497>
- Nibras, H. F., & Widiyanto, S. (2025). Pengaruh motivasi kerja dan persepsi dukungan organisasi terhadap perilaku proaktif penelitian (Studi kasus pada dosen di Politeknik LP3I Jakarta): Pendekatan teori determinasi diri. *CENDEKIA Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 5(1), 360. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v5i1.3051>
- Rifa'i, M., et al. (2020). Character education conducted by online transportation drivers for each customer. *Proceedings of the 5th Annual International Seminar on Transformative Education and Educational Leadership (AISTEEL 2020)*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201124.022>
- Rosmadewi, R., et al. (2024). Pengetahuan, sikap dan perilaku antikorupsipada mahasiswa. *CENDEKIA Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 4(4), 421. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v4i4.3364>
- Rovanda, I. G., et al. (2024). Hubungan tingkat pengetahuan dan dukungan tenaga kesehatan lingkungan terhadap perilaku pengelolaan sampah di Bank Sampah Ramli Graha Indah. *CENDEKIA Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 4(4), 378. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v4i4.3328>
- Safikri, H. N., et al. (2025). Pengaruh karakteristik individu, lingkungan kerja, work life balance, dan kompensasi terhadap kinerja karyawan PT. Universal Tempurejo. *CENDEKIA Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 5(2), 720. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v5i2.4931>
- Santana, S. A., et al. (2025). Interaksi resiprokal otak dan perilaku pada perkembangan anak. *CENDEKIA Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 5(2), 721. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v5i2.4851>
- Situmorang, M. T. N. (2024). Mitigasi satwa liar di koridor ekologi Taman Nasional Gunung Halimun Salak. *CENDEKIA Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 4(3), 271. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v4i3.3114>
- Spielberger, C. D., & Reheiser, E. C. (2019). Measuring anxiety, anger, depression, and curiosity as emotional states and personality traits with the STAI, STAXI, and STPI. In M. Hersen, D. L. Segal, & M. H. Rosenthal (Eds.), *Comprehensive handbook of psychological assessment: Vol. 2. Personality assessment* (pp. 70–86). John Wiley & Sons.
- Syahril, S. D., et al. (2024). Relationship between job satisfaction and sustained engagement among gig workers in the Malaysian ride-hailing industry. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 4081. <https://doi.org/10.47772/ijriss.2024.8080308>
- Useche, S. A., et al. (2018). Stress-related psychosocial factors at work, fatigue, and risky driving behavior in bus rapid transport drivers. *Accident Analysis & Prevention*, 115, 27–37. <https://doi.org/10.1016/j.aap.2018.02.021>

- Useche, S. A., et al. (2019). Trait driving anger and driving styles among Colombian professional drivers. *Heliyon*, 5(8). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02259>
- Wan, P., et al. (2021). Sensitivity analysis of incentive situations and personal attributes to driving anger based on MNL model: A naturalistic experimental study. *Tehnicki Vjesnik - Technical Gazette*, 28(5). <https://doi.org/10.17559/tv-20210601103911>
- Widjanarto, H., & Devi, A. I. I. (2024). Kuliah kerja nyata: Pengabdian kepada masyarakat dalam kesadaran hukum siswa SMAN 7 Bandung tentang kepemilikan Surat Izin Mengemudi (SIM). *COMMUNITY Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 97. <https://doi.org/10.51878/community.v3i2.2767>
- Wilkowski, B. M., & Robinson, M. D. (2019). The anatomy of anger: An integrative cognitive model of trait anger and reactive aggression. *Journal of Personality*, 87(3), 620–635. <https://doi.org/10.1111/jopy.12422>
- Zhang, T., et al. (2019). Dimensions of driving anger and their relationships with aberrant driving. *Accident Analysis & Prevention*, 125, 19–27. <https://doi.org/10.1016/j.aap.2019.01.015>