

# Proses Rekrutmen dan Motivasi dalam Mempengaruhi *Turn Over* Barista di Tengah Menurunnya Pandemic COVID-19

Ferrix Shandy dan Maman Suratman

Universitas Widyatama  
email: [ferrix.sandhy@widyatama.ac.id](mailto:ferrix.sandhy@widyatama.ac.id)

Naskah diterima tanggal 15/03/2024, direvisi akhir tanggal 20/06/2024, disetujui tanggal 06/08/2024

## Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar proses rekrutmen dan motivasi karyawan dalam mempengaruhi *turn over* karyawan, dimana karyawan yang dimaksud didalam penelitian ini adalah Barista-barista yang sudah keluar dari pekerjaannya dari Kedai-kedai Kopi di Kota Bandung. Kedai-kedai Kopi yang menjadi objek penelitian ini sudah ditetapkan, karena didasari dari tingkat *turn over* karyawannya yang tinggi khususnya para Barista yang pernah bekerja sebelumnya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif, dengan jumlah responden sebesar 37 Barista yang sudah diketahui melalui hasil observasi penelitian ini dan menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner. Metode analisis didalam penelitian ini menggunakan Uji Regresi Berganda dengan Program *SPSS 20.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pengaruh proses rekrutmen dan motivasi barista dalam mempengaruhi *turn over* barista yang bekerja di Kedai-kedai Kopi Kota Bandung secara bersama-sama memiliki tingkat pengaruh yang kuat.

**Kata kunci:** *proses rekrutmen barista, motivasi barista, turn over barista, barista, Kota Bandung.*

## Abstract

*This study aims to determine the extent to which the recruitment process and employee motivation influence employee turnover, focusing specifically on baristas who have left their jobs at coffee shops in Bandung City. The coffee shops selected for this research were chosen due to their high employee turnover rates, particularly among baristas who have previously worked there. This study employs descriptive and verificative methods, with a total of 37 barista respondents identified through the research observation results and utilizing a questionnaire as the research instrument. The analysis method used in this study is Multiple Regression Test with SPSS 20.0 software. The results indicate that the recruitment process and barista motivation collectively have a strong influence on the turnover rates of baristas working at coffee shops in Bandung City.*

**Keywords:** *barista recruitment process, barista motivation, barista turnover, barista, Bandung City.*

**How to cite (APA Style):** Shandy, F., & Suratman, M. (2024). Proses rekrutmen dan motivasi dalam mempengaruhi *turn over* barista di tengah menurunnya pandemi COVID-19. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 24(2), 171-179. doi: <https://doi.org/10.17509/jpp.v24i2.73304>

## 1. PENDAHULUAN

Kopi pada umumnya disajikan dalam kondisi panas maupun hangat untuk dikonsumsi oleh masyarakat pada umumnya. Sajian Kopi yang sudah dikenal dari jaman penjajahan Belanda atas Indonesia ini, kini sedang menjadi tren di Provinsi Jawa Barat pada khususnya. Gubernur saat ini yaitu Ridwan Kamil menerangkan bahwa investasi Kopi menjadi salah satu komoditi Investasi yang potensial bagi para investor yang ingin memulai bisnisnya di Provinsi Jawa Barat, dimana Kota Bandung pada khususnya menjadi salah satu pelopor tren minum kopi yang sedang digemari dan berkembang dari tahun 2016 hingga kini. Menyusutnya Pandemic Covid-19 membuat para pengusaha kopi dan penikmat kopi antusias dalam menyelenggarakan kegiatan kopi di Kota Bandung, seperti kegiatan Jelajah Coffee Events 2022 yang berlangsung dari 6-9 Oktober 2022. Kegiatan tersebut terbuka untuk semua orang,

para pengopi pemula, mereka yang mencitai kopi lebih dalam, mereka yang baru mengenal kopi, mereka yang merayakan apa saja lewat beragam cara (Yuliandri, 2022).

Menyusutnya angka terjangkit wabah penyakit Covid-19 menjadi salah satu mendukung naiknya perkembangan tren minum kopi di Kota Bandung, fenomena tersebut kembali menggambarkan tren bisnis Kedai Kopi di Kota Bandung yang kembali berkembang. Letak Geografis Kota Bandung yang dikelilingi oleh pegunungan, dimana Kota Bandung berada diketinggian  $\pm 768\text{m}$  dan dengan titik tertinggi di daerah Bandung Utara ada pada ketinggian  $\pm 1.050\text{m}$  diatas permukaan laut yang menyebabkan keadaan udara yang cukup dingin setiap malam harinya. Kondisi udara yang cukup dingin tersebut, mendukung masyarakat Kota Bandung memiliki tren minum kopi yang kini berkembang pesat seiring bertumbuhnya Kedai-kedai Kopi di Kota Bandung. Pertumbuhan Kedai-kedai Kopi yang baru bermunculan di Kota Bandung dapat dilihat jumlah dan persentase pertumbuhannya pada tabel berikut ini ;

**Tabel 1.** Pertumbuhan Kedai Kopi di Kota Bandung

Tahun	Jumlah Kedai Kopi	Persentase Pertumbuhan
2019	151	
2020	227	33,50%
2021	93	(60,10%)
2022	203	64,20%

Sumber : Hasil Observasi Peneliti, November 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa perkembangan Kedai-kedai Kopi yang bertambah sangat signifikan dari tahun 2019 hingga 2021. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan pasar akan kebutuhan kopi yang meningkat setiap tahunnya, seperti yang dilansir oleh Pemerintah Kota Bandung yang mengemukakan pada kegiatan Konferensi Kopi Jawa Barat 18 November 2019 bahwa tingkat konsumsi Kopi di Kota Bandung mencapai rata-rata peningkatan hingga  $\pm 90.000\text{ Ton / Tahun}$ . Informasi tersebut menguatkan para pengusaha untuk memilih membuka Kedai-kedai Kopi dengan berbagai macam skala usaha, dimulai dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) hingga pada skala Kedai Kopi yang besar ([bandung.go.id/2019](http://bandung.go.id/2019)). Namun tren tersebut sempat sangat menurun karena masuknya wabah penyakit yang menjadi Pandemi, yaitu Pandemic Covid-19 yang terhitung pada Maret 2020 dan mulai melandai pada pertengahan tahun 2022 hingga kini.

Kembali menjamurnya Kedai-kedai Kopi baru di Kota Bandung yang melonjak cukup pesat berdasarkan data pada Tabel 1. yang telah diungkap diatas, mendesak penggiat usaha Kedai Kopi ini merekrut Barista-barista dadakan untuk menjadi peracik di Kedai-kedai Kopinya. Kegiatan tersebut seperti yang disebutkan oleh Hollenbeck *et.al.* (2013 : 266) proses rekrutmen adalah praktik atau aktifitas apapun yang dijalankan oleh organisasi untuk mengidentifikasi dan menarik para karyawan potensial. Namun yang terjadi di lapangan, banyak sekali Barista-barista dadakan yang kurang memiliki keahlian yang potensial direkrut oleh para pengusaha-pengusaha Kedai-kedai Kopi di Kota Bandung ini. Hal tersebut secara tidak langsung memiliki dampak kepada Kedai-kedai Kopi di Kota Bandung yang sudah membuka usaha Kedai Kopi cukup lama mengalami *turn over* Karyawan yang tinggi.

Karyawan-karyawan dari Kedai-kedai Kopi yang sudah menjalankan usaha yang cukup lama tersebut, mencoba peruntungan baru dengan salah satunya membuka Kedai Kopi sendiri maupun berpindah kepada Kedai-kedai Kopi baru lainnya. Karyawan-karyawan lama tersebut memiliki pengalaman yang potensial dalam meracik kopi, namun kini harus digantikan dengan karyawan-karyawan kopi yang baru yang kurang memiliki potensial meracik kopi. Karyawan-karyawan baru tersebut seharusnya memiliki motivasi kerja yang tinggi, karena lingkungan dan

pekerjaan baru yang sedang dilaksanakan. Seperti yang diungkapkan oleh Mathis dan Jackson (2014 : 89) mengungkapkan bahwa motivasi merupakan penggerak yang mengarahkan pada tujuan, dan itu jarang muncul dengan sia-sia.

Pada kenyataannya, tingkat *turn over* di beberapa Kedai-kedai Kopi meningkat dan berkelanjutan, dimana Kedai Kopi di Jl. Kelenteng Nomor 26 Bandung yaitu Kopi Kelenteng, lalu Kedai Kopi ICB Bandung di Jl. Jend Sudirman Nomor 546 A6 Bandung, Kedai Kopi Kozi Lab di Jl. Gudang selatan Nomor 22 Bandung, Kedai Pallets Coffee di Jl. Taman Cihapit Nomor 7 Bandung, Lacamera Coffee di Jl. Naripan Nomor 79 Bandung, Kedai Kopi Bara di Jl. Cibadak Nomor 237 Bandung dan Kedai Sunny Side Coffee yang terletak di Jl. Purwakarta Nomor 66 Bandung menunjukkan Barista-barista dengan *turn over* yang cukup tinggi. Kedai-kedai Kopi tersebut menjadikan objek penelitian oleh peneliti, hal tersebut dikarenakan Kedai-kedai Kopi tersebut mengalami tingkat *turn over* karyawan yang cukup tinggi khususnya di kalangan Barista. Adapun jumlah kebutuhan Barista pada Kedai-kedai Kopi tersebut tidaklah banyak, namun mengalami tingkat *turn over* karyawan yang tinggi. Berikut adalah kebutuhan setiap Kedai-kedai Kopi yang menjadi objek penelitian oleh peneliti menurut observasi yang sudah dilakukan sebelumnya oleh peneliti dalam kunjungan dan wawancara singkat pada Kedai-kedai Kopi tersebut.

**Tabel 2.** Hasil Observasi Kedai-kedai Kopi

No.	Nama-nama Kedai Kopi	Alamat Kedai Kopi	Jumlah	
			Pemilik	Barista
1.	Kopi Kelenteng	Jl. Kelenteng Nomor 26 Bandung	1	5
2.	ICB Bandung	Jl. Jend Sudirman Nomor 546 A6 Bandung	1	5
3.	Pallets Coffee	Jl. Taman Cihapit Nomor 7 Bandung	1	6
4.	Lacamera Coffee	Jl. Naripan Nomor 79 Bandung	1	5
5.	Kozi Lab	Jl. Gudang selatan Nomor 22 Bandung	1	5
6.	Kedai Kopi Bara	Jl. Cibadak Nomor 237 Bandung	1	5
7.	Sunny Side Coffee	Jl. Purwakarta Nomor 66 Bandung	1	6
<b>Total Kebutuhan Barista</b>				<b>37</b>

Sumber : Hasil Observasi Peneliti, November 2022

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa rata-rata kebutuhan setiap Kedai-kedai Kopi adalah 5 orang Barista, dimana setiap Kedai-kedai Kopi tersebut seringkali mengalami pergantian karyawan khususnya Barista dalam kurun waktu dari awal Tahun 2020 yaitu bulan Maret hingga kini (November 2020). Menurut Polii (2015 : 176) mengungkapkan bahwa *turnover intention* yang terjadi pada individu didalam organisasi menggambarkan perasaan individu untuk keluar, mencari pekerjaan di tempat lain dan keinginan individu untuk meninggalkan pekerjaannya. Akan tetapi dalam kasus ini individu-individu tersebut secara tidak langsung menunjukkan bahwa mereka hanya berpindah tempat saja, dan tidak meninggalkan pekerjaannya sebagai seorang Barista.

Kuat dugaan bahwasannya meningkatnya *turn over* para Barista-barista tersebut didasari dari kurangnya kunjungan konsumen terhadap kedai-kedai Kopi yang disebabkan dampak dari efek Program Pemerintah PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) atas Pandemic Covid-19. Namun pada sudut pandang lain, meningkatnya permintaan atas kopi-kopi yang dibuat oleh Kedai-kedai Kopi. Salah satu peningkatan yang ditunjukkan atas tren permintaan Kopi pada saat Pandemic Covid-19 adalah Kopi yang berukuran 1 liter. Kedai Kopi Besar maupun Kedai Kopi kecil, menawarkan produk Kopi Instan dengan ukuran 1 liter, dimana Kedai-kedai Kopi sedikit kebingungan untuk menawarkan produk tersebut dikarenakan Barista-baristanya memilih untuk keluar dari pekerjaannya pada Kedai-kedai Kopi tertentu. Oleh karena itu Kedai-kedai

Kopi mencari Barista-barista untuk dapat kembali di rekrut sebagai karyawan untuk dapat memenuhi permintaan konsumen pada saat Pandemic Covid-19 saat ini.

Data dan informasi diatas menunjukkan adanya kesenjangan antara proses rekrutmen karyawan dan motivasi kerja karyawan dalam menentukan tingkat *turn over* karyawan pada Kedai-kedai Kopi yang berada di Kota Bandung. Kesenjangan tersebut bertolak belakang antara kenyataan dan kondisi proses rekrutmen maupun motivasi kerja karyawan-karyawan di Kedai-kedai Kopi dengan teori-teori yang sudah diungkapkan oleh para pakar sebelumnya.

## 2. METODE

Penelitian ini dilakukan pada beberapa Kedai-kedai Kopi di Kota Bandung dan menggunakan metode penelitian deskriptif-verifikatif, dimana metode tersebut dapat menjelaskan kajian dari hasil olah kuesioner setiap variabel dan mengukur seberapa besar dampak pengaruh antar variabel yang telah menjadi pembahasan didalam latar belakang masalah. Responden-responden didalam penelitian ini telah diketahui, yakni Barista-barista yang sudah keluar dari Kedai-kedai Kopi yang menjadi objek penelitian di Kota Bandung. Oleh karena itu menurut Sugiyono (2017) responden-responden didalam penelitian ini memiliki sampel sejumlah 37 responden, dengan menyebarkan instrument penelitian menggunakan kuesioner. Hasil uji hipotesis didalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi yang diterangkan oleh Sugiyono (2017) dan juga menerangkan apabila salah satu variabel ditemukan tidak memiliki pengaruh, maka dihitung kembali menggunakan metode regresi linear sederhana menggunakan *SPSS 20.0*.

Indikator interpretasi dari penelitian ini adalah sebagai berikut ;

**Tabel 3.** Interpretasi Koefisien Determinasi

Nilai Koefisien Determinasi	Tingkat Keeratan
82% – 100%	Pengaruh sangat kuat
49% – 81%	Pengaruh kuat
17% – 48%	Pengaruh kurang kuat
5% – 16%	Pengaruh rendah
0% – 4%	Pengaruh rendah sekali

Sumber: Sugiyono (2017)

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil olah instrument penelitian yang digunakan didalam penelitian ini berupa kuesioner, dapat di analisis untuk menyimpulkan kesenjangan antara variabel-variabel yang diteliti didalam penelitian ini. Tabel dibawah ini mewakili kuesioner yang dibagikan kepada responden-responden dan dapat ditunjukkan hasilnya melalui hasil skor maupun kategori yang sudah ditentukan pada metode penelitian, berikut adalah hasilnya:

### Proses Rekrutmen Karyawan

Hasil kuesioner dapat dijelaskan dengan analisis deskriptif bahwa kedai-kedai Kopi di Kota Bandung membutuhkan barista yang handal untuk dapat bekerja dibawah tekanan, yakni dibawah tekanan didalam situasi Pandemic Covid-19 yang sedang berlangsung kini. Kebutuhan tersebut disadari bahwa adanya peningkatan permintaan konsumen atas belanja secara daring atau melalui media sosial terhadap kopi-kopi buatan dari Kedai-kedai Kopi di Kota Bandung secara manual. Kesesuaian rekrutmen barista pada saat Pandemic Covid-19 saat

ini, sama dengan peraturan rekrutmen karyawan sebelum Pandemic Covid-19 melanda. Kesesuaian tersebut ditambah dengan pemeriksaan kesehatan bagi calon barista yang bekerja pada Kedai-kedai Kopi di Kota Bandung, hal tersebut untuk mencegah adanya penularan virus Covid-19 yang kini sedang melanda Kota Bandung.

Kurangnya ketelitian pada pemeriksaan dokumen hasil rekrutmen karyawan sebagai barista bagi Kedai-kedai Kopi di Kota Bandung disebabkan karena Pandemic Covid-19 sedang melanda, oleh karena itu pemeriksaan dokumen difokuskan hanya pada hasil test kesehatan bebas Covid-19 dan persyaratan lainnya tidak terlalu diperhatikan oleh pemilik Kedai-kedai Kopi di Kota Bandung. Waktu yang kurang tepat untuk merekrut karyawan khususnya Barista untuk bekerja di Kedai-kedai Kopi Kota Bandung dapat disimpulkan didalam penelitian ini, hal ini dikarenakan masih banyak kekhawatiran mengenai penyebaran virus Covid-19 yang sedang melanda. Proses tahapan rekrutmen karyawan khususnya barista untuk dapat bekerja di Kedai-kedai Kopi Kota Bandung telah sesuai, hal ini mengikuti anjuran Pemerintah Daerah untuk tetap meningkatkan kewaspadaan mengenai penyebaran virus Covid-19. Namun, pemilik Kedai-kedai Kopi tidak melewatkan mengenai keterampilan dan keahlian calon barista dapat meracik kopi.

### **Motivasi Karyawan**

Pada variabel motivasi karyawan dapat dijelaskan bahwa gaji maupun kompensasi yang diterima oleh karyawan-karyawan khususnya para barista yang bekerja Kedai-kedai Kopi kurang sesuai, hal ini dikarenakan kondisi Pandemic Covid-19 yang memaksa untuk banyak pengusaha serupa memberikan gaji maupun kompensasi yang kurang maksimal. Kondisi yang kurang mendukung bagi karyawan-karyawan khususnya para barista untuk bekerja dilingkungan Kedai-kedai Kopi di Kota Bandung, hal ini dikarenakan suasana yang mengkhawatirkan mengenai Covid-19 dan aturan Pemerintah mengenai larangan rumah makan, kedai, dsb. Untuk membatasi waktu operasionalnya.

Dominasi para karyawan-karyawan khususnya Barista yang bekerja di Kedai-kedai Kopi merupakan barista yang menekuni profesinya dengan cara otodidak. Pada sudut pandang lain, selain daripada menjadi bagian dari pekerjaan, barista-barista tersebut sudah menjadi bagian jalan hidupnya. Barista-barista yang bekerja pada situasi Pandemic Covid-19 telah membuat para barista tersebut leluasa untuk menunjukkan kreativitasnya dengan cara meracik dan memberikan inovasi bagi barista-barista tersebut untuk menemukan produk terbaru dari hasil olahan kopinya. Produk yang dihasilkan oleh para barista-barista tersebut menjadikan ciri khas bagi setiap Kedai-kedai Kopi masing-masing, dengan kata lain hasil racikan barista telah diakui dan diberikan suatu penghargaan oleh Kedai Kopi tempat barista tersebut bekerja.

### **Turn Over Karyawan**

Pada variabel *turn over* karyawan khususnya para barista-barista tersebut menginginkan untuk membuka sendiri Kedai Kopi yang akan dikelola, namun hal tersebut hanya menjadi sebuah keinginan yang banyak yang belum tercapai. Hal ini diketahui ketika barista-barista tersebut keluar dari pekerjaannya sebagai barista di Kedai-kedai Kopi, memiliki banyak keterbatasan pada saat mengelola Kedai Kopi sendiri. Para barista-barista tersebut memiliki komunitas tersendiri dilingkungan barista di Kota Bandung, informasi mengenai kesempatan dan peluang pekerjaan yang lebih baik dengan mudah didapatkan oleh barista-barista tersebut. Oleh karena itu barista sering mencari tahu mengenai peluang pekerjaan sebagai barista yang lebih baik dibandingkan dengan Kedai Kopi yang sedang ditekuninya saat ini.

Para barista-barista tersebut bekerja dengan lokasi tempat bekerja yang strategis, dimana hal tersebut dapat menjadi pertimbangan barista-barista tersebut dalam mengurungkan niatnya untuk keluar dari pekerjaannya sebagai barista pada sebuah Kedai Kopi yang sedang ditekuninya. Kurangnya pesaing-pesaing Kedai Kopi disebabkan oleh tutupnya Kedai-kedai Kopi di Kota Bandung yang dikarenakan larangan beroperasi dan pembatasan jam buka pelayanan pada rumah makan, kedai, dll. Selama Pandemic Covid-19. Kurangnya kesempatan dalam perjalanan karir seorang barista pada sebuah Kedai Kopi merupakan stigma dari para barista-barista yang hanya menekuni bidang pekerjaan tersebut tanpa inovasi yang dilakukan. Para barista-barista tersebut dapat didorong dalam mencapai sebuah titik karir tertentu apabila menemukan suatu produk olahan kopi yang unik dan dapat memajukan Kedai Kopinya.

### Hasil Pengujian Statistik

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan dari seberapa besar pengaruh variabel Proses Rekrutmen dan Motivasi dalam menentukan Turn Over Barista di Kedai-kedai Kopi Kota Bandung, dimana analisis uji hipotesis dibawah ini menggunakan analisis regresi. Suatu koefisien korelasi haruslah mempunyai nilai yang berarti (*signifikan*), untuk memberikan keberartian korelasi yang ada maka perlu dilakukan uji hipotesis untuk menguji apakah terdapat hubungan maupun pengaruh antar variabel-variabel tersebut, maka dapat dilihat dari hasil pengujian sebagai berikut:

**Tabel 4.** Model ANOVA

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	198.229	2	99.115	16.411	.000 <sup>b</sup>
	Residual	205.338	34	6.039		
	Total	403.568	36			

a. Dependent Variable: Turn\_Over

b. Predictors: (Constant), Motivations, Recruitments

Sumber : Hasil Olah Kuesioner, 2022

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 16.411, sementara itu, kriteria penolakan  $H_0$ , jika :  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  atau  $F_0 > F_{\alpha,1,n-1}$ , dengan mengambil taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5%, maka dari tabel distribusi F didapat nilai  $F_{tabel} = 3.25$ . Karena 16.411 lebih besar dari 3,25 dan sig F sebesar 0,000 maka  $H_0$  ditolak. Artinya adalah hasil tabel diatas dapat menjelaskan bahwa proses rekrutmen dan motivasi dapat mempengaruhi turn over Barista yang bekerja di Kedai-kedai Kopi di Kota Bandung.

### Pengujian Koefisien Korelasi

Sementara itu, jika dilakukan uji hipotesis melalui uji t maka hasil uji  $t_{hitung}$  dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 5.** Coefficients

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.840	2.426		1.583	.123		
	Recruitments	.513	.149	.452	3.442	.002	.866	1.154
	Motivations	.290	.097	.395	3.004	.005	.866	1.154

a. Dependent Variable: Turn\_Over

Sumber : Hasil Olah Kuesioner, 2022

Tabel diatas dapat di uraikan sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = Py_{X_1} = 3.442 ; t_{\text{tabel}} = 1,687 ; t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} ; H_0 \text{ ditolak}$$

$$t_{\text{hitung}} = Py_{X_2} = 3.004 ; t_{\text{tabel}} = 1,687 ; t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} ; H_0 \text{ ditolak}$$

Kriteria penolakan  $H_0$  untuk uji t jika :  $t_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  atau  $t_0 > t_{\alpha/2}$  ,  $n-1$ . Dari tabel diatas diperoleh nilai  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 3.442. Dengan mengambil taraf signifikansi  $\alpha$  sebesar 5 persen, maka nilai  $t_{\text{tabel}} = 1,687$ . Karenanya  $t_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  maka menolak hipotesis  $H_0$  atau dengan kata lain proses rekrutmen dan motivasi dapat mempengaruhi turn over Barista yang bekerja di Kedai-kedai Kopi di Kota Bandung secara signifikan.

### Analisis Korelasi

Analisis korelasi ini digunakan untuk mengetahui proses rekrutmen dan motivasi dapat mempengaruhi turn over Barista yang bekerja di Kedai-kedai Kopi di Kota Bandung. Berikut hasil uji korelasi hasil olah kuesioner yang sudah diolah pada Program SPSS 20.0;

**Tabel 6. Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701 <sup>a</sup>	.491	.461	2.45751

a. Predictors: (Constant), Motivations, Recruitments

b. Dependent Variable: Turn\_Over

Sumber : Hasil Olah Kuesioner, 2020

Dari tabel diatas juga bisa diketahui besarnya koefisien regresi untuk masing-masing variabel. Besarnya koefisien regresi untuk masing-masing variabel ditampilkan dalam tabel di bawah ini :

**Tabel 10. Besaran Koefisien Berganda**

<b>Konstanta</b>	3,840
<b>Pengaruh Individual</b>	PYX <sub>1</sub> = 0,452
	PYX <sub>2</sub> = 0,395
<b>Pengaruh Secara Bersamaan</b>	R <sup>2</sup> Y (X <sub>1</sub> ,X <sub>2</sub> ) = 0,491
<b>Pengaruh Koefisien Residu</b>	PY <sub>e</sub> = 0,509

Tabel regresi diatas menunjukkan bahwa :

1. Konstanta sebesar 3,840
2. Pengaruh langsung variabel proses rekrutmen secara parsial/individual terhadap *turnover* karyawan adalah sebesar 0,452 atau dapat dijelaskan dengan persentase sebesar 45,2%
3. Pengaruh langsung variabel motivasi secara parsial/individual terhadap *turnover* karyawan adalah sebesar 0,395 atau dapat dijelaskan dengan persentase sebesar 39,5%
4. Pengaruh langsung kedua variabel secara simultan/bersamaan adalah sebesar 0,491 atau sebesar 49,1%. Hal ini menunjukkan kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang kuat terhadap *turnover* karyawan.
5. Pengaruh variabel residu (e) terhadap variabel *turnover* karyawan adalah sebesar 0,519. Hal ini menunjukkan bahwa *turnover* karyawan Barista yang bekerja pada Kedai-kedai Kopi di Kota Bandung dapat dipengaruhi oleh variabel lainnya sebesar 50,9%.

Dari tabel yang sudah dijelaskan diatas, maka persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 3,840 + 0,452 X_1 + 0,395 X_2$$

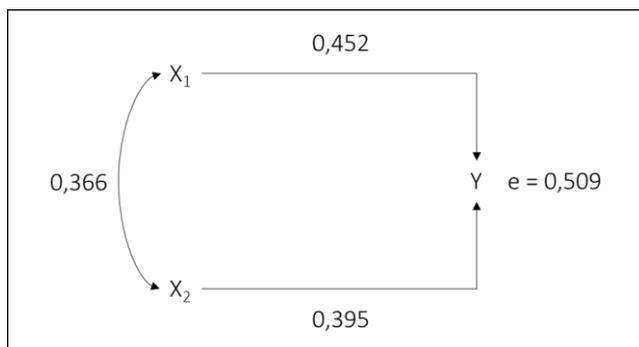
Keterangan :

$X_1$  = Proses Rekrutmen Karyawan

$X_2$  = Motivasi Karyawan

$Y$  = *Turnover* Karyawan

Untuk mencari hasil perhitungan pengaruh tiap variable baik secara langsung atau tidak langsung dapat dilihat dari gambar dan hasil hitung sebagai berikut:



**Gambar 2.** Hubungan Struktural Antara  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $Y$

#### 4. KESIMPULAN

Kebutuhan akan barista di kedai-kedai kopi di Kota Bandung semakin meningkat seiring dengan inovasi produk kopi yang memberikan dampak positif dan kepuasan kepada konsumen. Proses rekrutmen di kedai-kedai kopi tersebut umumnya sesuai dengan standar, namun saat ini, tes kesehatan menjadi dokumen utama yang mempengaruhi prioritas calon karyawan. Proses rekrutmen selama pandemi COVID-19 mengalami ketidaktepatan meskipun mengikuti protokol kesehatan yang ditetapkan pemerintah. Meskipun barista menghadapi kompensasi yang tidak sesuai dan kondisi lingkungan kerja yang tidak ideal selama pandemi, mereka tetap menunjukkan semangat dan inovasi dalam meracik kopi, menjaga kualitas produk mereka.

Namun, tingkat pengaruh proses rekrutmen dan motivasi barista terhadap turnover barista di kedai-kedai kopi Kota Bandung menunjukkan bahwa masing-masing faktor tersebut memiliki pengaruh yang kurang kuat secara individual. Sebaliknya, ketika proses rekrutmen dan motivasi barista digabungkan, pengaruhnya terhadap turnover barista menjadi lebih signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara proses rekrutmen yang baik dan motivasi yang tinggi dapat memiliki dampak yang kuat dalam mengurangi turnover karyawan di industri kopi, terutama di tengah tantangan pandemi COVID-19.

#### 5. REFERENSI

- Ali, Z. (2014). *Metode penelitian manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Freddy, R. (2012). *Studi kelayakan bisnis & investasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Griffin, E. M. (2012). *A first look at communication theory* (8th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Hasibuan, M. (2012). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hersey, P., Blanchard, K., & Johnson, D. (2012). *Management of organizational behavior* (10th ed.). New York: Prentice Hall.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Bandung: Alfabetha.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Malhotra, N. K. (2014). *Basic marketing research*. England: Pearson Education.
- Mar'at. (2012). *Sikap manusia, perubahan, serta pengukuran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2008). *Human resource management: Gaining a competitive advantage*. New York: McGraw-Hill.
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2013). *Human resource management: Gaining a competitive advantage*. New York: McGraw-Hill.
- Rivai, V., & Mulyadi, D. (2012). *Kepemimpinan dan perilaku organisasi* (3rd ed.). Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Rivai, V. (2006). *Manajemen sumber daya manusia untuk perusahaan: Dari teori ke praktik* (1st ed.). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2012). *Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen: Pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian* (1st ed.). Yogyakarta: Andi.
- Sihotang. (2013). *Manajemen sumber daya manusia* (2nd ed.). Jakarta: Prenhallindo.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (6th ed.). Boston: McGraw-Hill.