

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pergerakan bisnis *food and beverage* di Indonesia semakin dinamis. Saat ini meminum kopi sangat diminati oleh masyarakat, hal ini ditandai dengan konsumsi kopi di Indonesia meningkat drastis. Berdasarkan data International Coffee Organization (ICO), tingkat konsumsi di Indonesia tumbuh 44% atau per kapita mencapai 1,13kg/tahun pada periode Oktober 2018 – September 2019 (**investor.id:2020**).

Untuk memenuhi kebutuhan pasar yang semakin banyak maka para pebisnis *food and beverage* banyak membuka kedai kopi. Menurut hasil riset PT TOFFIN mencatat jumlah kedai kopi di Indonesia pada Agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai belum termasuk kedai – kedai kopi independent yang modern maupun tradisional di berbagai daerah, angka tersebut meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan pada 2016 yang hanya sekitar 1.000 gerai (**finance.detik.com:2019**).

Selain itu Indonesia juga merupakan produsen kopi terbesar di dunia ,menurut Direktur Jenderal Industri Agro 2 Kementerian Perindustrian Abdul Rochim, Indonesia adalah negara produsen biji kopi terbesar keempat di dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia dengan produksi rata -rata 700 ribu ton per tahun atau sekitar 9% dari produksi kopi dunia (**kemenperin.go.id:2019**).

Coffee Shop saat ini di Indonesia sudah beralih fungsi, selain untuk kebutuhan meminum kopi, *coffee shop* sekarang juga berfungsi sebagai tempat untuk bersosialisasi, memperluas jaringan, bahkan bekerja. Karena hal itu pemilik *coffee shop* mempunyai strategi untuk membangun kedai nya sebegas mungkin. Hal ini menyebabkan pemangkasan biaya pada variabel lain termasuk kompensasi. Untuk memangkas kompensasi para pelaku usaha mempunyai strategi dengan menggunakan tenaga kerja kaula muda yang kebanyakan adalah seorang mahasiswa.

Salah satu nya ada di Jawa Timur, Jawa Timur merupakan provinsi terpadat ke-2 di Indonesia. Sehingga tidak bisa dipungkuri bahwa jumlah *coffee shop* di Jawa Timur juga banyak. Salah satu nya adalah OKUI Kopi. OKUI Kopi mempunyai 4 cabang di Jawa Timur yang berada di Kediri, Madiun, Surabaya, dan Blitar dengan total karyawan 44 orang.

Persaingan dalam dunia bisnis ini semakin ketat, sehingga *coffee shop* harus memiliki suatu keunggulan dan kemampuan daya saing yang tinggi agar dapat bertahan dan bersaing dengan *coffee shop* lainnya. Untuk dapat memiliki keunggulan dan daya saing yang tinggi tersebut, tentunya diperlukan sumber daya manusia yang baik. Cacio (2007) menegaskan bahwa manusia adalah sumber daya yang sangat penting dalam bidang industri dan organisasi, maka pengelolaan sumber daya mencakup penyediaan tenaga kerja yang bermutu, mempertahankan kualitas dan mengendalikan biaya ketenaga kerjaan. Oleh karena itu, SDM adalah aset yang tak ternilai keberadaannya bagi satu perusahaan sehingga harus dipertahankan dan dihindari terjadinya *turnover intention*.

Turnover intention adalah keinginan untuk berpindah atau keluar dari suatu perusahaan dan belum sampai pada tahap realisasi untuk benar-benar pindah kerja ke tempat kerja lain. (Malna dkk, 2012). *Turnover intention* merupakan keinginan individu untuk meninggalkan organisasi dan mencari alternative pekerjaan lain. Niat untuk keluar dari pekerjaan mengarah pada kenyataan akhir yang dihadapi organisasi yaitu berupa jumlah karyawan yang meninggalkan perusahaan atau organisasi.

Salah satu faktor yang menyebabkan *turnover intention* adalah kompensasi. Kompensasi adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan perusahaan (Hasibuan 2008:118). Pengelolaan kompensasi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam memberikan kepuasan bagi karyawan dalam pekerjaannya. Dengan kompensasi organisasi bisa memperoleh, menciptakan, memelihara dan mempertahankan produktivitas.

Kompensasi sendiri dibedakan menjadi dua yaitu kompensasi yang bersifat langsung (seperti gaji, upah, bonus, komisi) maupun yang bersifat tidak langsung (seperti asuransi, tunjangan kesehatan, fasilitas untuk karyawan seperti tersedianya seragam, tempat parkir). Kompensasi yang bersifat non-keuangan lebih mengarah pada penghargaan yang diberikan kepada karyawan atas kemampuan atau kecakapannya dalam bekerja (berkaitan dengan pekerjaan), serta adanya kerabat kerja yang menyenangkan, juga kebijakan-kebijakan yang tepat (seperti diberikannya wewenang kepada karyawan untuk mengambil keputusan dalam

memecahkan masalah) sehingga dapat memotivasi karyawan agar mencapai tingkat prestasi yang terbaik (Sulistiyowati, 2012, p. 4).

Selain kompensasi, *work life balance* juga merupakan faktor yang menyebabkan *turnover intention*. Fayyazi and Aslani (2015) menyatakan *work life balance* dianggap sebagai faktor penting dalam *turnover intention*. Ketidakseimbangan *work life balance* memiliki peran lebih penting dalam *turnover intention* dibandingkan faktor-faktor seperti perilaku manajemen terhadap karyawan atau jumlah gaji. Menurut (Nurendra & Saraswati, 2016) *work life balance* merupakan keadaan yang memiliki keseimbangan dimana ada tuntutan pekerjaan dan kehidupan pribadi seseorang adalah sama.

Jika berbicara tentang *Work Life Balance*, hal ini merupakan sebuah permasalahan yang sering terjadi pada para karyawan, terutama pada angkatan kerja generasi milenial. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2016, kelompok usia yang mendominasi angkatan kerja di Indonesia adalah usia 15-34 tahun dengan jumlah sekitar 84,75 juta dari total penduduk Indonesia sejumlah 258 juta. Artinya, sekitar 32% penduduk Indonesia yang berada di usia produktif merupakan generasi milineal.

Coffee shop merupakan salah satu usaha yang banyak di isi tenaga kerja generasi milenial. Generasi milenial ini ingin memiliki kontrol yang kuat, keinginan untuk menyukai pekerjaannya, memiliki potensi di masa depan dan lingkungan kerja yang kekeluargaan (Bryne, 2005). Dalam hal pekerjaan, millenial juga menginginkan perusahaan yang mempunyai sistem yang dapat mengembangkan

diri mereka dan proses coaching yang jelas dari atasan (Jalal, 2013). Gilbert (Gilbert, 2011) mengatakan bahwa millennial juga menyukai tantangan dan keseimbangan kerja / work life balance dalam bekerja. Hasil Survei Delloitte Consulting LLP (LLP, 2009) menunjukkan bahwa 48,9 % karyawan millennial yang tidak puas dengan pekerjaannya berencana untuk keluar setelah enam bulan hingga dua tahun bekerja.

Untuk itu penulis melakukan sebuah penelitian di sebuah *coffee shop* yaitu OKUI Kopi. Dalam 2,5 tahun berjanlan OKUI Kopi berkembang pesat, hal ini ditandai dengan sudah ada nya 4 cabang yang mereka buka. Tetapi walaupun berkembang pesat, OKUI Kopi juga mengalami masalah *turnover intention*, terutama pada tahun 2020 dimana COVID-19 juga mempengaruhi roda operasional *coffee shop*. Hal ini dapat dilihat dari data *turnover* karyawan OKUI Kopi pada Januari 2020 – Desember 2020 :

TABEL 1.1 Data *Turnover* OKUI Kopi**JANUARI 2019 – DESEMBER 2019**

BULAN	JUMLAH	KELUAR	MASUK	PRESENTASE TURNOVER
JANUARI	28	1	0	3,4%
FEBRUARI	28	0	0	0
MARET	28	0	0	0
APRIL	27	2	1	7,4%
MEI	27	0	0	0
JUNI	27	0	0	0
JULI	27	0	0	0
AGUSTUS	36	0	9	0
SEPTEMBER	35	1	0	2,8%
OKTOBER	36	1	0	0
NOVEMBER	42	2	8	4,7%
DESEMBER	42	1	1	2,3%
TOTAL		7	19	

JANUARI-DESEMBER 2020

BULAN	JUMLAH	KELUAR	MASUK	PRESENTASE TURNOVER
JANUARI	42	1	1	2,4%
FEBRUARI	42	1	1	2,4%
MARET	42	0	0	0%
APRIL	38	4	0	9,5%
MEI	38	0	0	0%
JUNI	40	2	4	5,2%
JULI	42	0	2	0
AGUSTUS	44	1	3	2,4%
SEPTEMBER	44	0	0	0
OKTOBER	43	1	0	2,2%
NOVEMBER	44	0	1	0
DESEMBER	44	3	3	6,8%
TOTAL		13	15	

Sumber : OKUI KOPI

Tabel 1.2 Data Absensi OKUI Kopi

JANUARI 2019–DESEMBER 2019

BULAN	ABSEN	IZIN	SAKIT
JANUARI	1	1	2
FEBRUARI	0	0	0
MARET	0	0	1
APRIL	0	1	1
MEI	0	2	0
JUNI	2	0	0
JULI	0	0	0
AGUSTUS	0	2	4
SEPTEMBER	0	0	1
OKTOBER	1	5	0
NOVEMBER	0	0	2
DESEMBER	0	5	1
TOTAL			

BULAN	ABSEN	IZIN	SAKIT
JANUARI	2	0	2
FEBRUARI	0	1	0
MARET	0	0	1
APRIL	0	0	0
MEI	0	0	0
JUNI	0	0	0
JULI	0	0	0
AGUSTUS	0	0	2
SEPTEMBER	0	0	1
OKTOBER	0	2	0
NOVEMBER	0	0	1
DESEMBER	0	4	0
TOTAL			

Pada tabel 1.1 menunjukkan data karyawan keluar pada OKUI Kopi, terdata telah ada 13 orang karyawan yang keluar pada tahun 2020. Menurut manajer OKUI Kopi lonjakan keluar terjadi pada bulan April yaitu 4 orang karyawan, mungkin disebabkan oleh adanya pandemi COVID-19, dimana seluruh cabang OKUI Kopi mengikuti anjuran pemerintah untuk meniadakan pelayanan *dine-in* pada usaha-usaha makanan dan minuman, sehingga berkurangnya jumlah jam bekerja pada karyawan yang mana memberikan efek pada kompensasi yang berkurang. Sementara pada bulan Maret, Mei, Juli, September, November tidak ada karyawan yang keluar. Tetapi pada bulan Desember terjadi lonjakan karyawan keluar lagi, hal ini disebabkan 2 orang karyawan yang memang diberhentikan oleh manajemen OKUI Kopi dikarenakan kinerja yang tidak baik.

Terlepas dari *turnover* yang terjadi, OKUI Kopi juga merekrut karyawan baru untuk memenuhi kebutuhan operasional mereka. Pada bulan Juni, Juli, Agustus terjadi lonjakan karyawan masuk, OKUI Kopi merekrut total 9 karyawan baru. Hal ini terjadi dikarenakan sudah memasuki era *New Normal* sehingga OKUI Kopi sudah mulai membuka kedai mereka untuk pelayanan dine-in yang mana membutuhkan karyawan yang lebih daripada bulan-bulan sebelumnya yang hanya menyediakan pelayanan *take away*.

Penulis melakukan tanya jawab online dengan beberapa karyawan OKUI Kopi untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keinginan karyawan OKUI Kopi untuk keluar (*turnover intention*). Dari hasil tanya jawab online kepada beberapa karyawan OKUI Kopi untuk mencari tahu apa faktor yang mendorong keinginan untuk keluar (*Turnover intention*), menyatakan bahwa kompensasi adalah faktor yang mendorong keinginan untuk keluar. Dari hasil wawancara penulis dengan beberapa karyawan OKUI Kopi, mereka menyatakan bahwa kompensasi dari OKUI Kopi masih kurang. Hal ini dikarenakan kurangnya bonus, dan insentif yang mereka terima.

Sedangkan pada *Work life balance* mereka menyatakan bahwa *work life balance* adalah faktor yang mendorong keinginan untuk keluar. Hal ini dikarenakan masih banyaknya pegawai OKUI Kopi yang masih menyandang status mahasiswa. Menjadi seorang mahasiswa dan bekerja 6 hari dalam 1 minggu membuat mereka mengeluhkan tentang keseimbangan antara waktu bekerja dan waktu untuk kehidupan pribadi mereka. Dikarenakan hampir seluruh karyawan juga didominasi

generasi milenial maka keinginan untuk kontrol yang kuat dan fleksibilitas yang tinggi terhadap pekerjaan merupakan hal yang mereka cari.

Dari hasil keseluruhan hasil tanya jawab online, penulis menemukan sebuah fenomena bahwa kompensasi dan *work life balance* merupakan faktor yang menyebabkan keinginan untuk keluar (*turnover intention*) pada karyawan OKUI Kopi.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul :

“Pengaruh Kompensasi dan *Work life balance* terhadap *Turnover intention* di OKUI Kopi”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kompensasi berpengaruh terhadap *turnover intention* karyawan OKUI Kopi ?
2. Apakah *work life balance* berpengaruh terhadap *turnover intention* karyawan OKUI Kopi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kompensasi terhadap *turnover intention* pada karyawan OKUI Kopi.

2. Untuk mengetahui pengaruh *work life balance* terhadap *turnover intention* pada karyawan OKUI Kopi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Untuk menambah informasi, pengetahuan dan dapat menerapkan teori-teori yang penulis peroleh di perkuliahan khususnya yang berkaitan dengan faktor – faktor yang mempengaruhi *turnover intention*.

2. Bagi OKUI Kopi

Untuk mengetahui faktor – faktor yang menyebabkan *turnover intention* pada karyawan OKUI Kopi. Sehingga bisa di minimalisir.

3. Bagi Akademis

Menjadi referensi untuk bahan pertimbangan bagi penulis lainnya yang ingin melakukan penelitian sejenis di masa yang akan datang.