



PENGARUH SELF EFFICACY DAN KNOWLEDGE SHARING TERHADAP KINERJA BARISTA DENGAN PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Raden Roro Ayunda Kusuma Sanggar Wati, Purbudi Wahyuni, Tri Mardiana

Universitas Pembangunan Nusantara “Veteran” Yogyakarta, Indonesia

Email: ayundaakusuma@gmail.com, purbudi.wahyuni@upnyk.ac.id,

triana_upn@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini meneliti tentang Pengaruh Self Efficacy dan Knowledge Sharing terhadap Kinerja dengan Perceived Organizational Support (POS) sebagai Variabel Moderasi pada Barista 28 Coffee di Yogyakarta. Rancangan penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Populasinya sejumlah 45 responden dengan Teknik sampling yaitu non-probability sampling atau sampling jenuh. Data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder yang diperoleh dari hasil wawancara dan penyebaran kuesioner. Berdasarkan hasil olah data menggunakan IBM SPSS versi 23, diketahui bahwa nilai pengaruh self efficacy terhadap kinerja sebesar 0,834 atau 83,4%, nilai pengaruh knowledge sharing terhadap kinerja sebesar 0,669 atau 66,9%, nilai moderasi POS terhadap pengaruh self efficacy sebesar 0,002 atau 0,2%, dan nilai POS terhadap pengaruh knowledge sharing sebesar 0,007 atau 0,7%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa self efficacy memiliki pengaruh sangat kuat terhadap kinerja Barista, knowledge sharing memiliki pengaruh kuat terhadap kinerja Barista, dan POS sangat lemah dalam memoderasi pengaruh self efficacy dan knowledge sharing.

Kata kunci: *Self Efficacy, Knowledge Sharing, POS, Kinerja Barista*

Abstract

This study examines the Effect of Self Efficacy and Knowledge Sharing on Performance with Perceived Organizational Support (POS) as a Moderation Variable in 28 Coffee Baristas in Yogyakarta. This research design uses a type of survey research with a quantitative approach. The population is 45 respondents with sampling techniques, namely non-probability sampling or saturated sampling. The data used are in the form of primary data and secondary data obtained from the results of interviews and questionnaire distribution. Based on the results of data processing using IBM SPSS version 23, it is known that the value of the influence of self-efficacy on performance is 0.834 or 83.4%, the value of the influence of knowledge sharing on performance is 0.669 or 66.9%, the value of POS moderation on the effect of self-efficacy is 0.002 or 0.2%, and the value of POS on the influence of knowledge sharing is 0.007 or 0.7%. Thus, it can be concluded that self-efficacy has a very strong influence on Barista performance, knowledge sharing has a strong influence on Barista performance, and POS is very weak in moderating the influence of self-efficacy and knowledge sharing.

Keywords: *Self-efficacy, Knowledge Sharing, POS, Barista Performance*

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditi hasil perkebunan yang memiliki peran cukup besar dalam kegiatan perekonomian di Indonesia (Martauli, 2018). Dalam industri perkebunan, kopi merupakan penyumbang devisa negara dengan presentase terhadap PDB sebesar 16,15%. Dengan demikian kopi menduduki peringkat ketiga setelah kelapa sawit dan karet alam. Selain itu, dalam 10 (sepuluh) tahun terakhir industri kopi di Indonesia tercatat mengalami pertumbuhan secara signifikan sampai sebesar 250% (Hasibuan, 2020). Hal ini dikarenakan Indonesia yang dikenal sebagai produsen kopi terbesar keempat di dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Pesatnya pertumbuhan industri kopi dalam

satu dekade terakhir dapat dilihat dari semakin suburnya industri coffee shop di kota-kota besar (Tantowi & Pratomo, 2020). Hal ini membuat produk olahan kopi semakin bervariasi. Tidak hanya berupa kopi bubuk (roast and ground), namun juga telah banyak diversifikasikan ke berbagai produk kopi olahan seperti kopi instant, kopi three in one, serta dengan berbagai campuran varian syrup yang secara khusus diproduksi untuk menambah cita rasa kopi (Nurhayati, 2017). Berbagai macam produk kopi tersebut masih belum termasuk jenis kopi olahan seperti espresso, coffee latte, cappuccino, mochaccino, dan lain sebagainya (Hanum, 2015) (Derry, 2018).

Hal ini secara tidak langsung mengharuskan masing-masing coffee shop di Yogyakarta untuk memiliki keunggulan dan keunikan tertentu supaya memiliki daya tawar terhadap konsumen dan mampu menghadapi kondisi persaingan tersebut. Berdasarkan pengamatan penulis, keunggulan dan keunikan coffee shop dapat dilihat dari suasana interior dan lingkungan sekitar coffee shop, keramahan dan kemampuan Barista dalam membuat kopi, varian menu yang disajikan, variasi cara bertransaksi, serta akses fasilitas umum yang dapat dinikmati oleh konsumen (Susanti et al., 2021). Keberhasilan dalam menunaikan tanggung jawab sangat dinilai dalam industri coffee shop atau dengan kata lain kinerja Barista akan benar-benar dihitung karena berhubungan langsung dengan keberhasilan coffee shop itu sendiri (A Lutfiah, 2019). Di sisi lain juga terdapat banyak alasan yang dapat mempengaruhi kinerja Barista, dua diantaranya adalah self efficacy dan knowledge sharing. Self efficacy dibutuhkan karena dapat menumbuhkan rasa percaya diri, motivasi, mengontrol stres, dan membantu ketika menentukan suatu tindakan. Pada prinsipnya, self efficacy merupakan cabang dari keilmuan kognitif sosial yang berkaitan dengan rasa percaya diri terhadap kemampuan yang dimiliki (Wahyuni & Setiyani, 2017). Sedangkan knowledge sharing dibutuhkan karena dapat menumbuhkan pengetahuan baru maupun pengetahuan yang lebih kuat. Pada prinsipnya, knowledge sharing merupakan suatu proses pertukaran pengetahuan melalui interaksi antar-individu (Budiarto, 2022).

Terbentuknya self efficacy dan kebiasaan knowledge sharing dalam suatu coffee shop turut dipengaruhi oleh bagaimana dukungan perusahaan diberikan kepada Barista. Perasaan bahwa perusahaan mendukung Barista (*perceived organizational support*) akan kembali menentukan sikap dan perilaku Barista. Semakin baik dukungan perusahaan yang diberikan, maka akan membuat Barista merasa didukung dan diperhatikan karirnya oleh perusahaan, juga termasuk akan semakin baik kinerja seorang Barista. Begitu juga berlaku sebaliknya (Shanock et al., 2019).

METODE PENELITIAN

Berdasarkan sifat datanya, rancangan penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif (Morrisan, 2012). Penelitian survei merupakan jenis penelitian yang meneliti gejala sosial, perilaku, atau sikap individu dengan memanfaatkan kuesioner sebagai instrumen utama dalam pengambilan data. Pada dasarnya, penelitian survei merupakan bagian dari pendekatan kuantitatif yang dilandaskan pada filsafat positivisme, artinya digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu dengan menghormati prinsip objektivitas. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Barista 28 Coffee di Yogyakarta yang terdiri dari 5 (cabang) yang bertempat di Seturan, Taman Siswa, Godean, Platinum Adisucipto Hotel, dan Jakal. Selain itu, penelitian ini dilakukan mulai tanggal 1 Juni 2023 sampai dengan tanggal 24 Agustus 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Barista 28 Coffee di Yogyakarta yang tersebar di 5 (lima) cabang dengan jumlah 45 orang. Populasi merupakan objek atau subjek dalam satuan kuantitas dan/atau dengan karakteristik tertentu untuk diteliti dan ditarik kesimpulan, serta dapat digeneralisasi. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling atau sampling jenuh. Non-probability sampling merupakan teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan yang setara bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Retnawati, 2017).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder (Eki

Syahrudin, 2022). Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber primer (asli atau pertama) yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber bukan primer (bukan asli atau pertama), yang perolehannya dilakukan dengan memanfaatkan data yang sudah ada.

Prosedur pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara (interview) dan kuesioner. Interview adalah prosedur pengambilan data yang dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan secara lisan kepada responden untuk memperoleh informasi yang relevan dengan lebih mendalam. Sedangkan kuesioner adalah prosedur pengambilan data yang dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk memperoleh informasi yang relevan dan secukupnya (Sugiyono, 2017). Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri dari statistik deskriptif dan statistik kuantitatif. Statistik deskriptif berisi terdiri dari: 1) Statistik Deskriptif Barista dan 2) Statistik Deskriptif Variabel. Sedangkan statistik kuantitatif terdiri dari: 1) Analisis Regresi Linear Berganda; 2) Uji interaksi atau *Moderated Regression Analysis* (MRA); 3) Uji F; 4) Uji t; dan 5) Uji R².

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif Barista.

Tabel 1 Statistik Deskriptif Barista

Identitas responden	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	26	57,8%
	Perempuan	19	42,2%
	Total	45	100%
Usia	15-19 Tahun	3	6,7%
	20-24 Tahun	35	77,8%
	25-29 Tahun	7	15,6%
	Total	45	100%
Pendidikan	SMA/Sederajat	19	42,2%
	Diploma	11	24,4%
	Sarjana (S1)	12	26,7%
	Magister (S2)	2	4,4%
	Lainnya	1	2,2%
	SMA/Sederajat	19	42,2%
Masa kerja	0-1 Tahun	28	62,2%
	1-2 Tahun	9	20%
	2-4 Tahun	8	17,8%
	Total	45	100%

Berdasarkan Tabel 1, maka diketahui bahwa Barista yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 26 orang (57,8%) dan perempuan sebanyak 19 orang (42,2%). Barista yang berusia 15-19 tahun sebanyak 3 orang (6,7%), 20-24 tahun sebanyak 35 orang (77,8%), 25-29 tahun sebanyak 7 orang (15,6%). Barista yang berpendidikan SMA/Sederajat sebanyak 19 orang (42,2%), Diploma sebanyak 11 orang (24,4%), Sarjana (S1) sebanyak 12 orang (26,7%), Magister (S2) sebanyak 2 orang (4,4%) dan lainnya sebanyak 1 orang (2,2%). Barista yang memiliki masa kerja 0-1 tahun sebanyak 28 orang (62,2%), 1-2 tahun sebanyak 9 orang (20%), dan 2-4 tahun sebanyak 8 orang (17,8%).

Statistik Deskriptif Variabel

Tabel 2 Kinerja (Y)

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid Rendah	2	4,4	4,4	4,4
Cukup	3	6,7	6,7	11,1
Tinggi	28	62,2	62,2	73,3
Sangat Tinggi	12	26,7	26,7	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Tabel 3 Self Efficacy (X1)

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid Renda	1	2,2	2,2	2,2
Cukup	2	4,4	4,4	6,7
Tinggi	28	62,2	62,2	68,9
Sangat Tinggi	14	31,1	31,1	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Tabel 4 Knowledge Sharing (X2)

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid Rendah	1	2,2	2,2	2,2
Cukup	2	4,4	4,4	6,7
Tinggi	28	62,2	62,2	68,9
Sangat Tinggi	14	31,1	31,1	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Sumber: Olah data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4, maka diketahui bahwa mayoritas Barista yang memiliki *knowledge sharing* dengan kategori tinggi sebanyak 28 orang (62,2%), sangat tinggi 14 orang (31,1%), cukup sebanyak 2 orang (4,4%), dan rendah sebanyak 1 orang (2,2%). Artinya responden menilai skala *knowledge sharing* mereka dalam bekerja adalah tinggi.

Tabel 5 Perceived Organizational Support (Z)

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Rendah	1	2,2	2,2	2,2
Cukup	5	11,1	11,1	13,3
Tinggi	27	60,0	60,0	73,3

Sangat Tinggi	12	26,7	26,7	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Sumber: Olah data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 5, maka diketahui bahwa mayoritas Barista yang memiliki perceived organizational support dengan kategori tinggi sebanyak 27 orang (60%), sangat tinggi sebanyak 12 orang (26,7%), cukup sebanyak 5 orang (11,1%), dan rendah sebanyak 1 orang (2,2%). Artinya responden menilai skala perceived organizational support mereka dalam bekerja adalah tinggi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6 Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,135	3,705		-,306	,761
Self Efficacy	,992	,146	,773	6,801	,000
Knowledge Sharing	,179	,123	,166	1,463	,151

Dependent Variable: Kinerja Sumber: Olah data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 6, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Artinya:

$$Y = -1,135 + 0,992 X_1 + 0,179 X_2$$

- 1) Apabila nilai self efficacy (X₁) berupa keyakinan menyelesaikan masalah, kemampuan menyelesaikan masalah, dan kemampuan menghadapi situasi sulit meningkat, maka nilai kinerja Barista (Y) juga akan meningkat dengan ditandai peningkatan kualitas, produktivitas, dan pengetahuan kerja (job knowledge).
- 2) Apabila nilai knowledge sharing (X₂) berupa teknologi informasi, struktur organisasi, dukungan pemimpin, kepercayaan, dan kemampuan belajar meningkat, maka nilai kinerja Barista (Y) juga akan meningkat dengan ditandai peningkatan kualitas, produktivitas, dan pengetahuan kerja (job knowledge).

Uji Interaksi atau Moderated Regression Analysis (MRA)

Tabel 7 Uji 1 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,918 ^a	,842	,835	2,440

a. Predictors: (Constant), Knowledge Sharing, Self Efficacy

Sumber: Olah data primer, 2023

Tabel 8 Uji 2 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,927 ^a	,859	,841	2,397

a. Predictors: (Constant), Knowledge Sharing*Perceived Organizational Support, Self Efficacy, Knowledge Sharing, Perceived Organizational Support, Self Efficacy*Perceived Organizational Support

Sumber: Olah data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 7 dan Tabel 8, maka diketahui bahwa terdapat peningkatan pengaruh *self efficacy* (X₁) dan *knowledge sharing* (X₂) terhadap kinerja (Y) sebesar 1,7% setelah dimoderasi oleh *perceived organizational support* (Z). Artinya *perceived organizational support* (Z) mampu memoderasi atau memperkuat pengaruh *self efficacy* (X₁) dan *knowledge sharing* (X₂).

Uji F

Tabel 9 ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	1335,549	2	667,775	112,143	,000b
Regression					
Residual	250,095	42	5,955		
Total	1585,644	44			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Knowledge Sharing, Self Efficacy

Sumber: Olah data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 9, maka diketahui nilai ANOVAa atau Fhitung sebesar 112,143 atau > 3,220 dengan nilai signifikansi 0,000 atau < 0,05. Dengan demikian, maka *self efficacy* (X₁) dan *knowledge sharing* (X₂) dinyatakan memiliki pengaruh secara simultan terhadap kinerja Barista (Y).

Uji T

Tabel 10 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,135	3,705		-,306	,761
	Self Efficacy	,992	,146	,773	6,801	,000
	Knowledge Sharing	,179	,123	,166	1,463	,151

Dependent Variable : Kinerja Sumber: Olah data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 10, maka diketahui nilai t_{hitung} dan signifikansi *self efficacy* (X_1) dan *knowledge sharing* (X_2) sebagai berikut:

- 1) Nilai t_{hitung} *self efficacy* (X_1) sebesar 6,801 atau $> 2,018$ dengan nilai signifikansi 0,000 atau 0,05. Dengan demikian, maka *self efficacy* (X_1) dinyatakan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kinerja Barista (Y).
- 2) Nilai t_{hitung} *knowledge sharing* (X_2) sebesar 1,463 atau $< 2,018$ dengan nilai signifikansi 0,151 atau $> 0,005$. Dengan demikian, maka *knowledge sharing* (X_2) dinyatakan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kinerja Barista (Y).

Uji R²

Tabel 11 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,918 ^a	,842	,835	2,440

a. Predictors: (Constant), Knowledge Sharing, Self Efficacy

Sumber: Olah data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 11, maka diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,835 atau $> 0,67$. Artinya *self efficacy* (X_1) dan *knowledge sharing* (X_2) berpengaruh terhadap kinerja Barista (Y) sebesar 83,5% dan termasuk dalam kategori kuat.

Tabel 12 Uji Hipotesis

$H_1 = R^2 \times 100\%$
0,834 x 100%
83,4%
$H_2 = R^2 \times 100\%$
0,669 x 100%
66,9%
$H_3 = R^2 \times 100\%$
0,842 x 100%
84,2%
$H_4 = R^2 \times 100\%$
0,836 x 100%
83,6%
$H_5 = R^2 \times 100\%$
0,676 x 100%

67,6%

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah Self efficacy berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja Barista 28 Coffee di Yogyakarta. Knowledge sharing berpengaruh positif terhadap kinerja Barista 28 Coffee di Yogyakarta. Self efficacy dan knowledge sharing berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja Barista 28 Coffee di Yogyakarta. Perceived organizational support berhasil memoderasi pengaruh self efficacy terhadap kinerja Barista 28 Coffee di Yogyakarta. Perceived organizational support berhasil memoderasi pengaruh knowledge sharing terhadap kinerja Barista 28 Coffee di Yogyakarta.

BIBLIOGRAPHY

- A Lutfiah, A. L. (2019). Marketing Mix Cafe Carlos dalam Peningkatan Minat Konsumen di Kota Parepare (Perspektif Etika Bisnis Islam). IAIN Parepare.
- Budiarto, A. (2022). Emphatic Credit Risk Management Sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Keuangan Pada Lembaga Keuangan di Jawa Tengah. Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia).
- Derry, S. (n.d.). Pengaruh self Efficacy dan Knowledge Sharing terhadap kinerja Karyawan di PT Federal International Finance (FIF GROUP) Pontianak II. *Jurnal Manajemen Update*, 7(2).
- Eki Syahrudin, E. Y. and O. O. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Yor Pasar Alam Bekasi. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(5), 1897–1907.
- Hanum, A. (2015). Bimbingan Pribadi-Sosial Untuk Self-Efficacy Siswa Dan Implikasinya Pada Bimbingan Konseling SMK Diponegoro Depok Sleman, Yogyakarta. *Hisbah: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam*, 12(2), 11–20.
- Hasibuan, A. S. (2020). Analisis Pengaruh Faktor Determinan Sektor Perkebunan Kelapa Sawit terhadap PDRB Sektor Pertanian di Sumatera Utara. UNIMED.
- Martauli, E. D. (2018). Analysis of coffee production in Indonesia. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 1(2), 112–120.
- Morrison, M. A. (2012). Metode penelitian survei. Kencana.
- Nurhayati, N. (2017). Karakteristik sensori kopi celup dan kopi instan varietas robusta dan arabika. *Jurnal Ilmiah Inovasi*, 17(2).
- Retnawati, H. (2017). Teknik pengambilan sampel. Disampaikan Pada Workshop Update Penelitian Kuantitatif, Teknik Sampling, Analisis Data, Dan Isu Plagiarisme, 1–7.
- Shanock, L. R., Eisenberger, R., Heggstad, E. D., Malone, G., Clark, L., Dunn, A. M., Kirkland, J., & Woznyj, H. (2019). Treating employees well: The value of organizational support theory in human resource management. *The Psychologist-Manager Journal*, 22(3–4), 168.
- Sugiyono, F. X. (2017). Neraca Pembayaran: Konsep, Metodologi dan Penerapan (Vol. 4). Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Susanti, A., Dewi, P. S. T., & Putra, I. W. Y. A. (2021). Desain interior coffee shop di Denpasar dan loyalitas konsumennya: Generasi Y dan Z. *Waca Cipta Ruang*, 7(1), 1–17.
- Tantowi, A. I., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 65–78.

Wahyuni, D., & Setiyani, R. (2017). Pengaruh Persepsi Profesi Guru, Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri Terhadap Minat Menjadi Guru. *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 669–683.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License