

KPI Cost per Hire

Biaya rata-rata yang dikeluarkan untuk mengisi satu posisi baru. Mengukur efisiensi proses rekrutmen.

RUMUS

**(Biaya rekrutmen
internal + eksternal) /
Jumlah hire**

SATUAN

Rupiah per hire

FREKUENSI

**Per kampanye /
Triwulanan**

TARGET

**Sesuai budget HR (umum: Recruitment Lead
Rp 5-25 juta per posisi
staf)**

PENANGGUNG JAWAB

SUMBER DATA

HRIS, payroll system, attendance
system, survey tool

Definisi & Konteks

Cost per Hire adalah total biaya rekrutmen (iklan, agency fee, jam kerja recruiter, assessment, onboarding awal) dibagi jumlah hire dalam satu periode. Membantu kalibrasi budget HR dan ROI dari saluran rekrutmen.

Mengapa KPI Ini Penting

- Leading indicator dampak HR ke bisnis: turnover, produktivitas, dan biaya rekrutmen.
- Mengukur efektivitas program People & Culture — retensi, engagement, learning & development.
- Bahan pelaporan ke direksi & investor: menunjukkan kesehatan organisasi dan pipeline talenta.
- Mendukung audit ISO 30414 (Human Capital Reporting) dan kepatuhan ketenagakerjaan.

Cara Menghitung

1. Kumpulkan data sumber untuk periode pengukuran (Per kampanye / Triwulanan).
Pastikan dari sistem otoritatif, bukan rekap manual.
2. Validasi kelengkapan dan akurasi data — buang outlier akibat kesalahan input atau periode tidak penuh.
3. Hitung dengan rumus: $(\text{Biaya rekrutmen internal} + \text{eksternal}) / \text{Jumlah hire}$.
4. Bandingkan hasil dengan target Sesuai budget HR (umum: Rp 5–25 juta per posisi staf) dan periode sebelumnya untuk lihat trend.
5. Dokumentasikan di dashboard KPI dan komunikasikan ke pemangku kepentingan dalam rapat rutin.

Contoh Kalkulasi

Misal dalam 1 bulan pembilang = Rp 480.000.000 dan penyebut = 1.200 unit. Maka Hasil = $\text{Rp } 480.000.000 / 1.200 = \text{Rp } 400.000$ per unit. Bandingkan dengan target Sesuai budget HR (umum: Rp 5–25 juta per posisi staf) dan trend YoY.

Interpretasi Hasil

Status	Apa yang Berarti	Tindakan Singkat
Off-target	Hasil di luar target (Sesuai budget HR (umum: Rp 5–25 juta per posisi staf)). Trend memburuk atau jauh dari standar industri.	Aktifkan root cause analysis. Stop kampanye / proses jika dampak material. Eskalasi ke pemangku kepentingan.
Borderline	Hasil dekat target, tapi trend tidak konsisten — risk-off setiap saat.	Identifikasi 2–3 driver utama. Lakukan perbaikan iteratif sebelum jadi off-target permanen.
On-target	Hasil memenuhi target (Sesuai budget HR (umum: Rp 5–25 juta per posisi staf)). Trend stabil atau membaik.	Pertahankan praktik baik. Dokumentasikan SOP dan transfer ke unit / shift lain.

Status	Apa yang Berarti	Tindakan Singkat
Excellent	Hasil konsisten melampaui target. Trend positif berlanjut.	Bagikan praktik baik sebagai best practice internal. Pertimbangkan stretch target.

Hindari over-react ke 1 periode. KPI bisa fluktuatif karena sebab di luar kendali tim. Trend 3 periode berturut-turut lebih meaningful.

Variasi Pengukuran & Best Practice

Dimensi	Mengapa Berguna
Per Departemen / Fungsi	Drill-down per HR, Sales, Engineering, dll. Mengungkap hot-spot di unit yang membutuhkan intervensi.
Per Level Karir	Staf · Supervisor · Manager · Director — pola sering berbeda jauh per level.
Per Cohort Hire	Karyawan yang join di periode sama. Memetakan dampak dari onboarding & program awal.
Per Tenure Bracket	0-1 tahun · 1-3 · 3-5 · 5+. Indikator efektivitas program retensi tahap apa.

Kesalahan Umum & Solusinya

Kesalahan	Solusi
Survei tidak benar-benar anonim — karyawan ragu jujur	Pakai third-party tool, jangan via email atasan langsung. Tampilkan agregat saja jika kelompok < 5 orang.
Hanya diukur tahunan — terlambat respons saat ada masalah	Tambahkan pulse triwulanan atau bulanan sebagai leading indicator.

Kesalahan	Solusi
Tidak ada feedback loop — karyawan apathy	Bagikan hasil + 3 action item dalam 14 hari. Re-survey 90 hari kemudian.
Compare lintas-industri tanpa konteks	Track trend internal sebagai prioritas; benchmark eksternal hanya sanity check.
Action plan terlalu makro ("perbaiki culture")	Pilih 2-3 spesifik dengan owner, deadline, dan metric (mis. "turunkan jam meeting per minggu dari 18 ke 12 dalam Q3").

Tindakan Berdasarkan Status

Off-target

Hasil di luar target / trend memburuk

Eksekutif & C-level turun langsung. Lakukan town hall, listening session per departemen, dan deep-dive survey untuk identify isu paling parah (kompensasi, kepemimpinan, beban kerja). Set action plan 30/60/90 hari dengan ownership eksplisit.

Borderline

Mendekati target, trend tidak konsisten

Drill-down ke segmentasi: divisi atau level mana yang menarik skor turun? Fokus intervensi pada 1-2 dimensi prioritas (career growth, manager quality, compensation) dengan target perbaikan +10 poin dalam 6 bulan.

On-target / Excellent

Memenuhi atau melampaui target

Konsolidasi kultur. Dokumentasikan apa yang membuat skor tinggi (rituals, leadership behaviors, benefits) supaya tidak hilang saat scaling. Investasi di career development & internal mobility untuk mempertahankan top talent.

KPI Pendamping

KPI ini sebaiknya tidak berdiri sendiri. Padukan dengan KPI lain di kategori yang sama:

- **KPI Employee Net Promoter Score (eNPS)** — Tingkat rekomendasi karyawan terhadap perusahaan sebagai tempat kerja. Proxy sederhana untuk engagement.
- **KPI Jam Pelatihan per Karyawan** — Total jam pelatihan rata-rata yang diterima setiap karyawan per tahun. Indikator investasi pengembangan SDM.
- **KPI Tingkat Absensi Tidak Terencana** — Persentase absen tanpa pemberitahuan atau di luar cuti terjadwal. Indikator culture dan kondisi kerja.
- **KPI Time to Hire** — Lama waktu dari job opening hingga kandidat menerima offer. Mengukur kecepatan & efisiensi proses rekrutmen.

Checklist Implementasi

1. Tetapkan baseline. Ukur 1-2 periode sebelum set target — jangan langsung set target ambisius tanpa tahu starting point.
2. Definisikan formula tertulis. Tuliskan rumus, sumber data, exclusion rule di glossarium yang dapat diakses tim.
3. Otomatisasi pengumpulan data. Manual entry = rentan error & delay. Pakai sistem sumber otoritatif dengan ETL / sync rutin.
4. Set cadence review. Frekuensi pengukuran = Per kampanye / Triwulanan. Pastikan ada slot rapat rutin untuk membahas hasil dan action plan.
5. Action SLA. Setiap deviasi > threshold tertentu harus memicu action plan. Tanpa SLA = monitoring tanpa improvement.
6. Komunikasikan ke tim. Bagikan hasil + tindakan yang akan diambil. Karyawan yang tahu konteks lebih engaged dan kolaboratif.
7. Iterasi target tahunan. Target tahun lalu mungkin tidak relevan tahun ini. Adjust ke realitas bisnis saat strategic planning.

🛠️ **Tools:** Tools rekomendasi: Tim < 50 orang cukup pakai Google Forms anonim. Tim 50-500: Officevibe atau 15Five. Tim > 500: Culture Amp, Glint, atau Lattice. Untuk HR analytics terintegrasi (KPI + payroll + attendance), banyak perusahaan Indonesia juga pakai GajiHub.