

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tingkat persaingan usaha saat ini semakin meningkat, hal tersebut dipengaruhi oleh semakin meningkatnya industri kreatif yang berkembang saat ini. Industri kreatif tercipta dari modifikasi produk lama menjadi produk baru yang memiliki keunikan dan nilai lebih lainnya bagi konsumen. Selain bernilai dari tampilan, secara fungsional juga harus diperhatikan sebagai keunggulan dan ciri khas yang ditawarkan produk tersebut untuk konsumen atau pengguna. Berdasarkan data dari laporan OPUS Ekonomi Kreatif 2020, subsektor bekraf berkontribusi sebesar Rp 1.211 triliun kepada Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, angka tersebut merupakan peningkatan dari tahun 2019 yang berkontribusi sebesar Rp 1.105 triliun.²

Salah satu kategori dari industri kreatif yang sedang berkembang yaitu bisnis kuliner, saat ini bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang banyak dijalankan oleh masyarakat di Indonesia dan berkembang menjadi industri kreatif. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya varian makanan, minuman, serta olahan pangan yang banyak dijual dipinggir jalan, depot, *restaurant* maupun tempat lain. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang

² Rifqi Renanda, “*Industri Kreatif dan Kontribusinya Dalam Perekonomian Indonesia*”, Dalam [https://greatdayhr.com/id-id/blog/industri-kreatif/#:~:text=Industri%20Indonesia%20semakin,berkontribusi%20sebesar%20Rp1.105%20triliun](https://greatdayhr.com/id-id/blog/industri-kreatif/#:~:text=Industri%20Indonesia%20semakin,berkontribusi%20sebesar%20Rp1.105%20triliun, diakses pada 24 November 2022), diakses pada 24 November 2022

dirilis pada Juni 2022, terdapat 11.223 usaha kuliner yang terbesar di seluruh Indonesia pada tahun 2020. Sebanyak 8.042 usaha (71,65 %) diantaranya berupa *restaurant* atau rumah makan, 269 usaha (2,40 %) berupa katering dan sisanya 2.912 usaha (25,95 %) masuk dalam kategori lainnya.³

Saat ini perusahaan harus mampu untuk mempersiapkan generasi yang lebih kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk baru dan kualitas pelayanan yang semakin baik agar tetap mampu menjaga eksistensi mereka dengan mengeluarkan produk-produk yang memiliki nilai kreatif untuk bisa menguasai pasar modern, hal tersebut merupakan salah satu pemanfaatan dari bonus demografi yang akan dihadapi Indonesia. Berdasarkan berita yang diunggah oleh Kementerian Koordinator Bidang Pengembangan Manusia dan Kebudayaan Republik Indonesia pada 2 Agustus 2022 menuliskan, Indonesia segera memasuki puncak bonus demografi pada tahun 2030 mendatang. Di masa itu, jumlah penduduk berusia produktif akan lebih banyak dibandingkan penduduk non produktif. Per tahun 2020, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk usia produktif atau angkatan kerja sebanyak 140 juta jiwa dari total 270,20 juta jiwa penduduk Indonesia.⁴

Dengan adanya bonus demokrasi dimasa yang akan datang dimana mayoritas masyarakat Indonesia memasuki usia emasnya, hal itu sebisa

³ Diva Angelia, “*Usaha Kuliner di Indonesia dalam Bingkai Statistik*”, Dalam <https://goodsstats.id/article/lebih-dari-10000-usaha-kuliner-ada-di-indonesia-bagaimana-statistiknya-OTIU5>, diakses 14 November 2022

⁴ Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Republik Indonesia, “*Pemerintah Siapkan SDM Unggul di Era Bonus Demografi*” dalam <https://www.kemenkopmk.go.id/pemerintah-siap-kan-sdm-unggul-di-era-bonus-demografi>, diakses pada 15 November 2022

mungkin untuk dimanfaatkan oleh perusahaan di Indonesia untuk melakukan perkembangan ide kreatifitas. Dengan hal itu, maka modal manusia atau *human capital* merupakan suatu yang cocok untuk diaplikasikan dalam dunia bisnis, karena *human capital* merupakan dasar dari lahirnya kreatifitas yang dapat melahirkan karya baru. Gagasan yang diciptakan tentu berupa gagasan yang dapat merumuskan strategi dan juga hal lain yang dapat memberi nilai lebih terhadap usaha yang sedang berjalan.

Human capital menurut Schermerhon dalam Rusdiana dan Tatang Ibrahim yaitu sebagai nilai ekonomi dari sumber daya manusia yang terkait dengan kemampuan, pengetahuan, ide-ide, inovasi, energi dan komitmennya.⁵ Winters dalam Rusdiana dan Tatang Ibrahim juga menjelaskan modal manusia sebagai dasar modal intelektual di Indonesia hal atribut karyawan, yaitu pengetahuan, keterampilan, kemampuan dan sikap yang akan menghasilkan peningkatan kinerja dan profitabilitas. Selain itu diyakini bahwa pengetahuan dan keterampilan ada di benak karyawan.⁶ Maka dari itu *soft skill* sangatlah dibutuhkan untuk menunjang visi dan misi perusahaan dalam menjalankan operasional perusahaan, dalam hal ini perusahaan perlu melakukan rekrutmen, pelatihan dan pengembangan, pengawasan dan pemberian kompensasi pada karyawannya sesuai dengan standarisasi yang berlaku pada perusahaan masing-masing. Menurut Mukhyi dkk. Dalam Rusdiana dan Tatang Ibrahim bahwa hal yang penting untuk

⁵ Rusdiana dan Tatang Ibrahim, (ed.), Tim Editor IPS, *Manajemen pengembangan Human Capital*, (Bandung: Yrama Widya, 2020), hal.7

⁶ *Ibid*, hal.6

diperhatikan oleh organisasi adalah bagaimana memperoleh tenaga kerja sesuai dengan kebutuhan dan posisi yang akan diduduki, bagaimana mengembangkannya, menggunakan serta mengevaluasi hasil kerjanya.⁷

Romer dalam Rusdiana & Tatang Ibrahim menyatakan bahwa *human capital* merupakan sumber mendasar dari produktifitas ekonomi.⁸ Oleh karena itu, *human capital* merupakan sebuah media bagi pelaku usaha yang mampu memberi dampak terhadap kepuasan *customer* dan membantu dalam berkembangnya usaha melalui kreatifitas, inovatif dan loyalitas. Dalam menjalankan operasional perusahaan bukan sekedar tentang tenaga secara fisik yang dikeluarkan, melainkan intelektual juga sangat memberi perubahan besar. Dengan demikian *human capital* bukanlah memposisikan manusia sebagai modal layaknya mesin, namun *human capital* justru bisa membantu pengambil keputusan untuk memfokuskan pembangunan manusia dalam rangka peningkatan mutu organisasi.⁹

Dalam pemanfaatan *human capital*, pemimpin perusahaan harus mampu mengolah dan mengembangkan modal yang dimiliki yaitu manusia, manusia dalam hal ini merupakan modal yang sangat dibutuhkan perusahaan dalam menentukan arah gerak selanjutnya sesuai dengan persaingan global yang terjadi saat ini. Tidak seperti *human resource management*, *human capital management* adalah tentang mengakui, mengantisipasi dan bertindak atas dampak manusia dari tindakan tersebut. *Human capital*

⁷ *Ibid*, hal. 2

⁸ *Ibid*, hal.37

⁹ Iwan Sukoco, dkk, *Pendekatan Human Capital Untuk Pengelolaan Sumber Daya Manusia Yang Lebih Produktif*, Jurnal AdBis Preneur Vol. 2, No. 1, 2017, hal. 93-104

memperhitungkan dan mempertanggungjawabkan keterampilan kompetensi, kemampuan dan pengalaman karyawan dalam menciptakan dan meningkatkan nilai organisasi.¹⁰

Maka dari itu pemimpin perusahaan berusaha semaksimal mungkin dalam mencari dan memilah dalam proses rekrutmen demi mendapatkan tenaga kerja yang berkualitas yang mampu meningkatkan kualitas perusahaan. Untuk meningkatkan kinerja perusahaan, maka perlu pengelolaan sumber daya manusia yang efisien dan profesional. Dengan pemanfaatan *human capital* perusahaan akan bisa berkreasi sesuai dengan permintaan pasar yang mampu memberi daya tarik terhadap *customer* dan mampu mengkolaborasikan dari karya lama berubah menjadi hal yang baru dengan teknologi yang sedang berkembang saat ini.

Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Mrudula dan Kashyap dalam Rusdiana dan Tatang Ibrahim mengidentifikasi *human capital management* saat ini termasuk mengumpulkan dan menilai informasi yang diperlukan untuk menarik, mempertahankan, mengembangkan dan mempertahankan tenaga kerja yang berkinerja terbaik dan berbakat.¹¹ Jadi perusahaan mempunyai aset lewat *human capital*, tentunya perusahaan akan terbantu jika perusahaan itu dapat memanfaatkan *human capital* tersebut dengan mengembangkan kompetensi dan kreatifitas yang dimiliki.

¹⁰ Rusdiana dan Tatang Ibrahim, *Manajemen pengembangan Human Capital.....* hal.60

¹¹ *Ibid*, hal. 235

Pada penelitian yang dilakukan oleh Iwan Sukoco dan Dea Prameswari dengan judul penelitian “Pendekatan *Human Capital* Untuk Pengelolaan Sumber Daya Manusia Yang Lebih Produktif” menjelaskan bahwa pentingnya peran sumber daya manusia dalam kegiatan perusahaan, maka hendaknya perusahaan perlu mengelola sumber daya manusia sebaik mungkin karena kunci sukses suatu perusahaan bukan hanya pada keunggulan teknologi dan tersedianya dana, melainkan faktor manusianya.¹²

Salah satu cara yang digunakan untuk mempermudah pengelolaan yaitu menggunakan strategi yang dapat diimplementasikan ke pengelolaan *Human Capital*, implementasi strategi diperlukan untuk merinci secara lebih tepat dan jelas, bagaimana realisasi sesungguhnya pilihan strategis yang telah diambil.¹³ Dengan hal itu, sangat penting adanya pengelolaan sumber daya manusia. Dengan mengelola sumber daya manusia yang baik juga akan berpengaruh terhadap kinerja karyawan yang lebih efisien dan lebih efektif.¹⁴

Salah satu usaha makanan yang berkembang dan mengikuti zaman yaitu jenis makanan cepat saji, Jenis makanan cepat saji ini populer karena tidak berhenti dalam melakukan inovasi dari waktu ke waktu, mengikuti tren yang banyak menjadi penggemar.¹⁵ Dalam pengembangan usaha, Produk,

¹² Iwan Sukoco, dkk, *Pendekatan Human Capital Untuk Pengelolaan Sumber Daya Manusia Yang Lebih Produktif*, hal. 93-104

¹³ Rusdiana dan Tatang Ibrahim, *Manajemen pengembangan Human Capital...*hal. 66

¹⁴ Muh. Nasihin Aliyyul Arif, *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Islam, Motivasi Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Samchick Blitar*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2022), hal. 2

¹⁵ Ayu Ma'as, *Punya Segudang Penggemar, Seperti Apa Sejarah Munculnya Tren Makanan Cepat Saji?* Dalam <https://kids.grid.id/read/473289239/punya-segudang-penggemar-seperti-apa-sejarah-munculnya-tren-makanan-cepat-saji-akubacaakutahu>, diakses pada 13 November 2022

pemasaran dan jasa yang berkualitas akan mempengaruhi kepercayaan dari masyarakat sehingga masyarakat tertarik dan memiliki loyalitas terhadap produk dan jasa. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan oleh perusahaan dalam pemenuhan kebutuhan kepuasan konsumen, definisi mutu produk berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.¹⁶ Berikut data hasil *survey* pada usaha makanan cepat saji yang diambil dari *survey* yang melibatkan 106 responden melalui google form:

Tabel 1.1
Hasil Survey Restaurant Makanan Cepat Saji yang Sering Dikunjungi Masyarakat

NO	JENIS PILIHAN	PILIHAN	PRESENTASE
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki	20,8%
		Perempuan	79,2%
2.	Usia	10-15 tahun	0,95%
		16-20 tahun	32,1%
		21-25 tahun	65,1%
		26-30 tahun	1,85%
3.	Intensitas Berkunjung Ke Restaurant Cepat Saji	Sering sekali	9,4%
		Sering	48,1%
		Jarang	42,5%
4.	Restaurn Cepat Saji Yang Sering Dikunjungi	Samchick	34%
		Rocket chicken	17%
		Geprek sa'i	17%
		Lainnya	32,1%

Sumber: penyebaran angket kepada masyarakat antara umur 10-30 tahun.

Dari tabel menunjukkan bahwa jenis kelamin perempuan lebih unggul dalam mengkonsumsi makanan cepat saji sebanyak 79,2% dibanding dengan jenis kelamin laki-laki yang hanya 20,8%, dari data tersebut dapat dikatakan

¹⁶ Sudrajad dan Nur Rahma Andayani, *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan di PT. Ramajaya Copier*, Journal of Applied Business Administration, Vol 3, No 1, Maret 2019, hlm. 119-131

perempuan lebih konsumtif daripada laki-laki. Dari hasil survey juga terdapat hasil bahwa presentasi pengonsumsi makanan cepat saji adalah usia 21-25 tahun dengan jumlah 65,1% diikuti dengan anak usia 16-20 tahun sebanyak 32,1%.

Pada tabel diatas menunjukkan intensitas yang dilakukan untuk berkunjung pada *restaurant* cepat saji yaitu “sering” dengan presentase 48,1% lebih unggul dibandingkan dengan “sering sekali” yang memperoleh presentase 9,4% dan “jarang” dengan memperoleh 42,5%. Untuk *restaurant* makanan cepat saji yang mendapatkan presentase tertinggi yaitu “Samchick” dengan 34,8%, lebih unggul dibandingkan dengan rocket chicken, geprek sa’i maupun *restaurant* cepat saji lainnya. Dengan hasil *survey* dapat disimpulkan bahwa *restaurant* makanan cepat saji Samchick merupakan salah satu *restaurant* yang banyak dikunjungi oleh masyarakat. ditinjau dari sistem bisnisnya, Samchick, Ayam geprek sa’i, Rocket chicken dan sejenisnya.

Perusahaan makanan cepat saji diatas yang dijadikan objek pilihan saat melakukan survey memiliki persamaan menu yaitu penyedia ayam goreng yang dikombinasikan dengan sambal dan saos, untuk Ayam geprek sa’i dan juga Rocketed chicken dilihat dari namanya sudah merepresentasikan bahwa mempunyai menu spesialis yaitu olahan ayam, baik ayam goreng maupun ayam dengan variasi lainnya. Dengan presentase tertinggi dari hasil *survey* yang dilakukan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Samchick. Adapun cabang yang ada per 10 November 2022 yaitu:

Tabel 1.2
Cabang Samchick

No	Nama Cabang	Alamat Cabang
1.	Samchick Sambu	Jl. Raya Sambu-Ringinrejo, Sambu, Kediri
2.	Samchick Plosokandang	Jl. Mayor Sujadi Timur No.12 Plosokandang
3.	Samchick Panjer	Jl. Demuk Rejotangan, Tulungagung
4.	Samchick Kademangan	Jl. Bima No 25 Kademangan
5.	Samchick Wates	Barat Bundaran Wates 170m
6.	Samchick Pare	Jl. Angrek No. 25 Pare Kediri
7.	Samchick Wonodadi	Barat Puskesmas Wonodadi, Kab. Blitar
8.	Samchick dr. Iskak TA	Jl. Dr. Wahidin Sudiro Husodo No 6 T.A
9.	Samchick Bendilwungu	Jl. Raya Podorejo, Ngadirogo,s gempol
10.	Samchick Cangkring	Bendorejo, Gembongan, Ponggok, Blitar.
11.	Samchick Patok	Jl. Soekarno, Patok, Ponggok, Blitar
12.	Samchick Ngantru	Jl. Raya Ngantru, Ngantru, Tulungagung
13.	Samchick Ngadiluwih	Jl. Tamtama-Ngadiluwih-Kediri
14.	Samchick Burengan	Jl. Sutoyo 4 No.21D, Kec. Pesantren, Kediri
15.	Samchick Nglegok	Jl. Raya Penataran, Nglegok, Ponggok, Blitar
16.	Samchick Bendosari	Jl. Raya Bendosari, Bendosari, Kras, Kediri
17.	Samchick kunir	Jl. Raya Kunir, Kunir, wonodadi, Blitar
18.	Samchick Brenggolo	Klaten, Brenggolo, Plosoklaten, kab. Kediri
19.	Samchick Ketanon	Jl. Sultan Agung No.2, Ketanon,Kedungwaru

20.	Samchick Dayu	Jl. Raya Dayu, Kec. Nglegok, Kab. Blitar
21.	Samchick Lodoyo	Jl. Raya Utara Lodoyo, Kalipang, Sutojayan
22.	Samchick Kras	Jl. Taruna Bhakti, Kec. Kras, Kab. Kediri
23.	Samchick Krian	Jl. Graha Permata Sidorejo Indah, Krian Sidoarjo
24.	Samchick kalangbret	Jl. Semeru No. 10b, Kauman, Tulungagung

Sumber: instagram Samchick store

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa Samchick tersebar di berbagai kabupaten di Kediri raya, antara lain Blitar, Kediri, Tulungagung dan di Krian, Sidoarjo. Dari seluruh cabang yang ada, Samchick Sambi merupakan *outlet* yang di dirikan pertama kali oleh *owner* dari Samchick

Dalam penjelasan yang dilakukan oleh David Hendrawan selaku *owner* dari Samchick, beliau mengatakan bahwa salah satu tujuan dari Samchick yaitu membawa makanan dengan gaya *modern* yang biasanya hanya terdapat di kota lalu dibawa ke desa-desa dan kecamatan, mulai dari *chicken steak*, *beef bowl*, *grill*, *korean grill*.¹⁷ Peneliti juga menemukan bahwa terdapat variasi menu yang ditawarkan kepada konsumen, hal ini menjadikan keunikan tersendiri yang ada Samchick. Dalam hal ini yang perlu disiapkan yaitu pegawai sebagai penggerak operasional yang harus mumpuni dalam mengolah, melayani, serta menjalankan peraturan lainnya yang sudah ditentukan perusahaan agar visi dan misi perusahaan dapat tercapai. Adapun perkembangan jumlah karyawan di Samchick dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022 adalah sebagai berikut:

¹⁷ David Hendrawan, *Menghasilkan 15 Restoran Ayam Steak SAMCHICK ke Desa-desa*, dalam <https://youtube/Eh5sj3zLLQE>, Diakses 10 November 2022

Tabel 1.3
Data Perkembangan Jumlah Karyawan di Samchick

No	Tahun	Jumlah Cabang Samchick	Jumlah Karyawan
1.	2018	2 cabang	18 karyawan
2.	2019	7 cabang	65 karyawan
3.	2020	13 cabang	120 karyawan
4.	2021	18 cabang	165 karyawan
5.	2022	24 cabang	220 karyawan

Sumber: Samchick Office

Dari data yang diperoleh peneliti dari *Samchick Office*, bahwa jumlah karyawan di Samchick setiap tahunnya mengalami peningkatan dengan di ikuti bertambahnya gerai yang ada di Samchick. Tahun pertama berdirinya Samchick pada tahun 2018 memiliki 2 cabang dengan 18 karyawan, tahun ke 2 pada tahun 2019 memiliki 7 cabang dengan 65 karyawan, tahun ke 3 pada tahun 2020 memiliki 13 cabang dengan jumlah 120 karyawan, tahun ke 4 yaitu pada tahun 2021 memiliki 18 cabang dengan jumlah karyawan sebanyak 165 karyawan dan tahun ke 5 pada tahun 2022 memiliki 24 cabang dengan karyawan sebanyak 220 karyawan yang berkerja di Samchick.

Dari hasil penjelasan diatas mengenai *Human Capital Management* bahwa *Human Capital* sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kreatifitas dan inovasi perusahaan. *Human capital management* juga berperan dalam mengembangkan perusahaan. Berdasarkan keunikan tersebut, perlu diadakannya penelitian tentang pengelolaan modal manusia dalam perusahaan samchick. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk

meneliti *restaurant* makanan cepat saji Samchick dengan judul “**Analisis Human Capital Management Dalam Mengembangkan Usaha (Studi Kasus Makanan Cepat Saji “Samchick” Desa Sambu, Kecamatan Ringinrejo, Kabupaten Kediri)**”.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana penerapan rekrutmen yang dilakukan oleh manajemen Samchick cabang Sambu?
2. Bagaimana penerapan pelatihan dan pengembangan yang dilakukan oleh manajemen Samchick cabang Sambu dalam meningkatkan kemampuan karyawan?
3. Bagaimana penerapan penilaian kinerja yang dilakukan oleh manajemen Samchick cabang Sambu dalam menilai kinerja karyawan?
4. Bagaimana penerapan kompensasi yang dilakukan oleh manajemen Samchick cabang Sambu kepada karyawan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan rekrutmen yang dilakukan oleh manajemen Samchick cabang Sambu.
2. Untuk mengetahui penerapan pelatihan dan pengembangan yang dilakukan oleh manajemen Samchick cabang Sambu dalam meningkatkan kemampuan karyawan.
3. Untuk mengetahui penerapan penilaian kinerja yang dilakukan oleh manajemen Samchick cabang Sambu dalam menilai kinerja karyawan.

4. Untuk mengetahui penerapan kompensasi yang dilakukan oleh manajemen Samchick cabang Sambu kepada karyawan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi mahasiswa: penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan tentang *human capital management* yang berkaitan dengan pembahasan topik ini Serta dapat menunjang wawasan tentang *human capital management* dalam meningkatkan dan mengembangkan perusahaan.
- b. Bagi penelitian selanjutnya: penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan mendukung penelitian dengan tema yang sama terutama tentang *human capital management*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pelaku Usaha
diharapkan dapat memberi solusi bagi pelaku usaha yang memiliki kendala pada usahanya agar dapat berkembang terutama yang memiliki kendala pada sumber daya manusia.
- b. Bagi manajemen Samchick
Dapat menjadi bahan pertimbangan, evaluasi serta sumbangsih pemikiran dalam mengambil kebijakan sehingga dapat membenahi apa yang masih kurang yang berkaitan dengan *human capital management*.

E. Penegasan Istilah

1. Penegasan Secara Konseptual

- a. Analisis merupakan penguraian suatu pokok menjadi berbagai bagian lalu dihubungkan untuk mendapatkan pemahaman secara menyeluruh dengan baik dan tepat.¹⁸
- b. *Human capital management* adalah proses yang digunakan perusahaan untuk menarik, merekrut, melatih, mengembangkan dan mempertahankan karyawan terbaik untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan.¹⁹
- c. Menurut Hughes dan Kapoor dalam Hieronimus Budi Santoso pengembangan usaha adalah proses untuk memperbanyak kuantitas dan diikuti dengan kualitas yang akan diperjual belikan kepada konsumen.²⁰

2. Penegasan Secara Operasional

- a. Analisis adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui dan memahami bagian-bagian dari unsur topik pembahasan lalu menghubungkan untuk mendapatkan informasi tentang *human capital management* yang ada di samchick.
- b. *Human Capital Management* adalah bagaimana manusia sebagai modal perusahaan bisa menjalankan operasional perusahaan dan

¹⁸ Dedi Saputra dan Agus Saifuddin, *Analisis Semiotika Pada Film*, (Sukabumi: CV. Haura Utama, 2022) hal. 5

¹⁹ Rani Widnadianti, *Human Capital Management: Devinisi, Elemen, Manfaat, Dan Cara Peningkatan HCM*, <http://kerjoo.com/blog/human-capital-management/>, diakses pada 12 November 2022

²⁰ Hieronymus Budi Santoso, *Industri Peternakan*, (Yogyakarta, CV ANDI OFFSET, 2021) hal. 3

dapat menciptakan prestasi atau penghargaan, hal lain yaitu dapat menciptakan kreatifitas yang dapat menunjang citra baik perusahaan. Dengan begitu, perusahaan akan bisa meningkatkan kemampuan bersaingnya dan berkesinambungan melalui kekayaan yang ada pada manusia.²¹ Hal ini berkaitan dengan bagaimana Samchick Sambu memanfaatkan Sumber Daya yang dimiliki sebagai komponen penting dalam menunjang kreatifitas & inovasi dalam mengembangkan perusahaan.

- c. Pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan untuk mendapatkan kenaikan kualitas, kuantitas serta teknis lain yang diimplementasikan dalam perusahaan.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam tahap penulisan skripsi ini dilakukan dengan melaporkan hasil penelitian melalui kegiatan penggolongan, penyeleksian dan data. Hasil penelitian harus ditulis dengan objektif atau apa adanya dan secara sistematis agar laporan dapat ditulis secara rapi, dengan itu maka perlu ditulis mengenai sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini akan menguraikan mengenai konteks penelitian dari judul penelitian yang diambil, fokus penelitian, tujuan penelitian, identifikasi dan batasan masalah, manfaat penelitian,

²¹ Sugeng Prayetno, “*Strategi Human Capital: Sebuah Paradigma Bagi para Eksekutif?*”, Dalam Majalah Ganesha Vol.1, No. 2 (ISSN:2579-4922), November 2017

penegasan istilah dan sistematika pembahasan yang terkait dengan Analisis *Human Capital Managemen* Pada Usaha Makanan Cepat Saji Studi Kasus di Samchick Cabang Sambi.

Bab II : Kajian Pustaka

Pada bab ini meliputi landasan teoritis, penelitian terdahulu, dan kerangka teori yang sesuai dengan penjelasan mengenai analisis *human capital management*.

Bab III : Metode Penelitian

Pada bab ini meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan, temuan dan tahap-tahap penelitian yang terkait dengan analisis *human capital management*.

Bab IV : Hasil Penelitian

Pada bab ini memiliki ketenuan berisi tentang paparan data dan hasil temuan penelitian yang telah diperoleh dari penelitian yang dilakukan secara langsung terkait analisis *human capital management*.

Bab V : Pembahasan

Pada bab ini berisi tentang pembahasan dengan melakukan analisis hasil temuan dan teori yang telah ada pada kajian pustaka, penelitian terdahulu dan teori yang ada dalam bentuk analisis deskriptif yang sesuai fakta apa adanya. Dalam pembahasan akan

dibagi menjadi beberapa bentuk sub-bab terkait hasil penelitian mengenai *Human Capital Management*.

Bab VI : Penutup

Pada bab ini penulis akan memaparkan tentang penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan pemberdayaan tentang analisis *human capital management* pada usaha makanan cepat saji yang diberikan oleh peneliti terkait penelitian yang dilakukan.