BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Didalam perusahaan terdapat 4 unsur manajemen untuk menggerakan produktivitas perusahaan, yaitu Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran, Manajemen Sumber daya manusia dan Manajemen Operasional, semua unsur tersebut dapat bergerak dengan baik jika sumber daya manusia yang ada diperusahaan kompetitif dan bertanggung jawab, serta melakukan pelatihan terhadap karyawan baru dan lingkungan perusahaan yang nyaman merupakan point tambahan untuk membentuk kinerja karyawan menjadi lebih baik, selain itu juga tujuan peningkatan kinerja karyawan antara lain untuk mempertahankan nama baik perusahaan dan keuntungan perusahaan, serta untuk bertahan dan bersaing dengan kompetitor perusahaan agar perusahaan tidak kalah dan mengalami penurunan keuntungan.

Kinerja Karyawan terbentuk dari lingkungan internal dan eksternal, Lingkungan Internal yaitu dalam diri sendiri untuk melakukan hal baik dan niat yang tulus untuk melakukan pekerjaan dengan baik, sedangkan di lingkungan *eksternal*, terdapat pelatihan dari perusahaan untuk melatih dan menciptakan kinerja yang baik dan siap untuk berkarya, dukungan keluarga sebagai motivasi untuk meningkatkan kinerja dan tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, lingkungan kerja yang nyawan juga bisa menaikan *Mood* karyawan agar bisa bekerja dengan tenang. Dan rekan kerja yang baik dan bisa bekerjasama dapat meningkatkan keakraban dan menciptakan persaingan yang sehat untuk mendapatkan *Reward* agar bisa memperbaiki perekonomian perusahaan dan keluarga.

Untuk menambah karyawan, perusahaan harus mencari karyawan untuk meningkatkan pendapatan perusahaan, sebelum karyawan tersebut bekerja tentu saja ada beberapa seleksi seperti, wawancara, test psikologi, test kesehatan dan lain-lain tujuan hal tersebut agar karyawan bisa bekerja dengan baik, melakukan pelatihan dan pengenalan lingkungan kerja agar karyawan terbiasa dengan perusahaan tersebut, perusahaan harus mengembangkan kinerja para karyawan agar tetap unggul dibidangnya dan bisa bersaing dengan kompetitor lain, untuk itu perusahaan harus mengamati pengembangan karier karyawan dan kualitas kinerja karyawan dalam melakukan aktivitas didalam perusahaan.

Strategi Perusahaan untuk melakukan peningkatan pendapatan yaitu, dengan melaukan inovasi produk untuk membuat konsumen dengan produk tersebut, dan melakukan pelatihan karyawan untuk melayani pelanggan dengan baik dan nyaman agar pelanggan puas dengan pelayanan dari perusahaan serta mendapatkan point tambahan untuk mengharumkan nama perusahaan, jika kinerja karyawan memuaskan dan bekerja dengan baik, perusahaan harus memberikan insentif agar karyawan tersebut tetap semangat dan kualitas kinerjanya semakin membaik.

Human Capital atau Modal Manusia Merupakan hal penting dalam perusahaan agar bisa mendapatkan keuntungan yang lebih jika dikelola dengan baik, Modal Manusia bukanlah penempatan manusia sebagai benda mati seperti mesin, perlengkapan, peralatan, uang, dan kendaraan melainkan pendidikan, investasi kemampuan, pelatihan yang diberikan perusahaan terhadap karyawan, dan kualitas tenaga kerja untuk meningkatkan pelayanan dan produktivitas perusahaan.

Departemen sumber daya manusia harus mengawasi kinerja karyawan agar tidak menurun, karyawan juga harus meningkatkan *Skill* yang diharapkan perusahaan agar produktivitas meningkat, Modal perusahaan berupa uang agar bisa membeli peralatan dan perlengkapan yang sesuai dengan standart dan keamanan yang sesuai memanglah penting, tetapi jika *Skill* dan kinerja karyawan dalam mengoperesikan alat-alat di perusahaan tidak sesuai dengan kriteria tentu saja akan berakibatkan produksi menjadi lambat, produk yang dijual kemasyarakat tidak sesuai dengan keinginan, rawan kecelakaan kerja, dan menimbulkan stress jika mengalami banyak laporan negatif serta target produksi yang banyak, untuk itu dilakukan pelatihan terhadap karyawan agar kualitas kerja, pengoperasian mesin, layanan konsumen, dan kinerja karyawan meningkat.

Human Capital diartikan sebagai manusia itu sendiri yang secara personal dipinjamkan kepada perusahaan dengan kapabilitas individunya, komitmen, pengetahuan, dan pengalaman pribadi. Walaupun tidak semata-mata dilihat dari individual tapi juga sebagai tim kerja yang memiliki hubungan pribadi baik di dalam maupun luar perusahaan **(**Stewart 1997 dalam Totanan 2004). *Human Capital* memberikan nilai tambah dalam perusahaan setiap hari, melalui motivasi, komitmen, kompetensi serta aktivitas kerja tim. Nilai tambah yang dapat dikontribusikan oleh pekerja berupa: pengembangan kompetensi yang dimiliki oleh perusahaan, pemindahan pengetahuan dari pekerja ke perusahaan serta perubahan budaya manajemen (Mayo 2000 dalam Rachmawati et.al. 2004). Menurut Schermerhon (2005) dalam

Endri (2010), *human capital* diartikan sebagai nilai ekonomi dari SDM yang terkait dengan kemampuan, pengetahuan, ide-ide, inovasi, energi, dan komitmennya.

Fitz-Enz (2000) dalam Endri (2010) mendeskripsikan *human capital* sebagai kombinasi dari tiga faktor, yaitu: 1) karakter atau sifat yang dibawa ke pekerjaan, misalnya intelegensi,energi,sikap positif, keandalan, dan komitmen, 2) kemampuan seseorang untuk belajar, yaitu kecerdassan, imajinasi, kreativitas, dan bakat, dan 3) motivasi untuk berbagi informasi dan pengetahuan, yaitu semangat tim dan orientasi tujuan, Menurut Stewart (1998:45) dalam Sawarjuwono dan Kadir (2003:19) mengatakan bahwa *human capital* merupakan *lifeblood* dalam modal intelektual, sumber dari *innovation* dan *improvement*, tetapi komponen ini sulit untuk diukur. *Human capital* mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang – orang yang ada dalam perusahaan tersebut dan akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya.

Son (2010) dalam Sanerya Hendrawan et.al (2012:32) menyatakan bahwa *human capital* berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan. Secara makro, akumulasi human capital meningkatkan produktivitas tenaga kerja, memfasilitasi inovasi teknologi, meningkatkan *returns to capital*, menciptakan pertumbuhan berkesinambungan, dan pada gilirannya mendukung pengentasan kemiskinan. Secara mikro, *human capital* yang dibangun melalui pendidikan berpotensi meningkatkan kemungkinan seseorang mendapatkan pekerjaan di pasar tenaga kerja dan meningkatkan kapasitas memperoleh penghasilan yang lebih besar.

Human Capital diartikan sebagai manusia itu sendiri yang secara personal dipinjamkan kepada perusahaan dengan kapabilitas individunya, komitmen, pengetahuan, dan pengalaman pribadi. Walaupun tidak semata- mata dilihat dari individual tapi juga sebagai tim kerja yang memiliki hubungan pribadi baik di dalam maupun luar perusahaan (Stewart 1997 dalam Totanan 2004). Menurut Malhotra dan Bontis (dalam Rachmawati dan Wulani, 2004), Human capital merupakan kombinasi dari pengetahuan, Jurnal AdBispreneur Vol. 2, No. 1, April 2017 Hal. 93-104 95 keterampilan, inovasi dan kemampuan seseorang untuk menjalankan tugasnya sehingga dapat menciptakan suatu nilai untuk mencapai tujuan. Pembentukan nilai tambah dikontribusikan oleh human capital dalam menjalankan tugasnya akan memberikan *Suistanable Revenue* di masa yang akan datang bagi suatu perusahaan tersebut.

Menurut Larkan (2008:57), *Human capital* lahir didasari oleh fenomena bahwa pada abad 21 ini kesadaran manajemen perusahaan dalam pengelolaan SDM semakin tinggi. Perusahaan- perusahaan mulai menyadari bahwa kinerja perusahaan bukan hanya ditentukan oleh *capital* yang berupa finansial, mesin, teknologi, dan modal tetap, melainkan terutama dipengaruhi oleh *intangible capital*, yaitu Sumber Daya Manusia (SDM). Seperti dideskripsikan oleh Scarborough dan Elias (2009:61), konsep *human capital* sebaiknya dipandang sebagai jembatan yaitu mendefinisikan hubungan antara praktik manajemen SDM dengan kinerja bisnis. Mereka menunjukkan bahwa human capital memiliki definisi yang dinamis, implisit, tidak baku, dan kontekstual. Karakteristik ini membuat *human capital* sulit di evaluasi. Ciri *human capital* yang sangat penting bagi kinerja perusahaan adalah keluwesan dan kreativitas individu, kemampuan mereka untuk mengembangkan keterampilan seumur hidup, dan merespons berbagai konteks situasi. Mereka menyebutkan bahwa acuan teori human capital adalah manusia dan keterampilan, sementara acuan teori *physical capital* adalah pabrik dan peralatan.

Jadi, *Human Capital* adalah suatu modal yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan kelangsungan hidup perusahaan dalam produksi dan jasa dalam mencapai keberhasilan serta meningkatkan kepuasan pelanggan untuk mencapai kepercayaan. Kualitas karyawan dalam melaksanaan pekerjaan tentu akan mempengaruhi roda kehidupan perusahaan, kualitas karyawan yang baik akan mampu bersaing dengan kompetitor perusahaan baik dalam negeri maupun luar negeri, Kinerja karyawan juga meningkat apabila mendapatkan pujian dan penghargaan atas kerja keras mereka.

Kinerja Karyawan dapat ditingkatkan dengan cara memberikan pelatihan, pengenalan lingkungan perusahaan, mengenal karakteristik perusahaan, karyawan, dan atasan, pengenalan peraturan perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kedisiplinan dan tanggung jawab masing- masing karyawan, serta berkomunikasi dengan rekan kerja agar lingkungan perusahaan tidak terlalu tegang, dan terciptanya kerjasama untuk memecahkan masalah yang akan dihadapi kedepan.

Wibowo menyebutkan kinerja itu berasal dari kata *performance* yang berarti hasil pekerjaan atau prestasi kerja. Namun perlu pula dipahami bahwa kinerja itu bukan sekedar hasil pekerjaan atau prestasi kerja, tetapi juga mencakup bagaimana proses pekerjaan itu berlangsung. Wirawan (2009) kinerja merupakan singkatan dari kinetika energi kerja yang padanannya dalam bahasa Inggris adalah *performance*. Kinerja adalah keluaran yang

dihasilkan oleh fungsi-fungsi atau indikator-indikator suatu pekerjaan atau suatu profesi dalam waktu tertentu. Moeheriono (2012) kinerja atau *performance* merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi.

Abdullah (2013) dilihat dari asal katanya, kinerja itu adalah terjemahan dari *performance* yang berarti hasil kerja atau prestasi kerja. Dan dalam pengertian yang simpel kinerja adalah hasil dari pekerjaan organisasi, yang dikerjakan oleh karyawan dengan sebaik-baiknya sesuai dengan petunjuk (manual), arahan yang diberikan oleh pimpinan (manajer), kompetensi dan kemampuan karyawan mengembangkan nalarnya dalam bekerja. Menurut Yusniar Lubis, Bambang Hermanto & Emron Edison (2019: 26) "kinerja adalah hasil dari suatu proses yang mengacu dan diukur selama periode waktu tertentu berdasarkan ketentuan, standar atau kesepakatan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Menurut Dessler (2006) kinerja karyawan merupakan prestasi kerja, yakni perbandingan antara hasil kerja yang dilihat secara nyata dengan standar kerja yang telah ditetapkan organisasi. Kemudian Robbins (2008) mendefinisikan kinerja yaitu suatu hasil yang dicapai oleh karyawan dalam pekerjaan yang menurut kriteria tertentu yang berlaku untuk suatu pekerjaan.

Jadi Kinerja merupakan proses kerja karyawan selama bekerja di perusahaan tersebut, di ukur dari segi proses kerja, tanggung jawab, ketepatan waktu datang ke perusahaan, komitmen untuk mendapatkan penghargaan. Kinerja seseorang tentu berbeda dalam mengelolahnya, keinginan terdalam seseorang untuk menjadi lebih baik merupakan suatu *trigger* untuk melakukan hal tersebut. Pengalaman seseoarang baik dari pendidikan sebelumnya maupun tempat dulu bekerja merupakan nilai tambah seseorang untuk meningkatkan kinerja tersebut.

Jika perusahaan mendapatkan predikat baik di masyarakat, tentu akan menjadi berita baik bagi perusahaan, para investor dan konsumen tentu akan tertarik dengan perusahaan tersebut, tidak hanya itu saja suplier dan hubungan eksternal dengan konsumen juga akan berkembang, jika konsumen tertarik dengan produk perusahaan, tentu saja akan banyak membeli serta menawarkan kerjasama untuk acara perusahaan, ulang tahun, universitas maupun pribadi, produk dengan kualitas yang baik serta produksi yang sesuai dengan standart

kebutuhan serta *tren* di masyarakat juga harus dilakukan untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

Customer Capital merupakan bentuk sumber daya manusia dalam melakukan proses produksi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, untuk meningkatkan hubungan konsumen dengan perusahaan seperti kerjasama dalam membentuk acara, *sponsorship*, loyalitas konsumen, jaringan distirbusi, serta *research and development* (R&D). *customer capital* merupakan hal menguntungkan bagi perusahaan, nama perusahaan akan cepat terkenal di lingkungan masyarakat. Sehingga masyarakat akan percaya bahwa perusahaan tersebut terjamin baik dari segi produk, pelayanan, dan manajemennya.

Customer capital adalah *image*, loyalitas konsumen, kepuasan konsumen, hubungan dengan *supplier*, kekuatan komersial, kapasitas negosiasi dengan entitas keuangan dan lingkungan aktivitas (Strattovic & Marr 2004), *Customer capital* menunjukkan potensi yang dimiliki perusahaan karena *customer capital* merupakan aset tak berwujud perusahaan yang berasal dari pihak eksternal.

Jadi, *customer capital* adalah suatu hubungan perusahaan dengan konsumen dalam berbagai hal dan menciptakan keuntungan serta kepercayaan agar konsumen nyaman dengan produk perusahaan tersebut.

Memperhatikan kinerja karyawan sangatlah penting dilakukan sebagai manajer sumber daya manusia untuk melakukan produksi dengan maksimal dan melayani konsumen dengan senyuman serta santun sehingga konsumen tertarik dan percaya dengan perusahaan, rumah makan ayam bakar pak D menerapkan program tersebut seperti memperkuat kualitas penyajian menu, sentralisasi bahan baku vital ke seluruh cabang rumah makan ayam bakar pak D , *Hijrah* menjadikan rumah makan ayam bakar pak D Menerapkan nilai religius sebagai gaya berbisnisnya. dan menyediakan layanan *hotline* serta *website* untuk mempermudah mengetahui sejarah dan informasi dari rumah makan ayam bakar Pak D.

Tabel 1.1 Data Penjualan Rumah makan ayam bakar pak D

2018	179510
2019	176900
2020	84469

Tabel 1. 1 Data Penjualan Rumah makan ayam bakar pak D

Sumber: rumah makan ayam bakar pak D cabang Surabaya

Tabel 1. Menunjukan hasil penilaian data penjualan rumah makan ayam bakar pak D cabang Surabaya sampai tahun 2020, dari tabel tersebut menjelaskan terjadi penurunan total penjualan dari tahun 2018 sampai tahun 2020, hal ini disebab kan oleh kurangnya peningkatan kinerja, sebagian karyawan masih belum meningkatkan kualitas kinerja masing-masing baik dari faktor *Internal* maupun *Eksternal*,selain itu juga kondisi pandemi *Covid* 19 juga membatasi aktivitas karyawan dan konsumen sehingga hal tersebut merubah sistem yang semula makan di tempat menjadi makanan dibawa pulang atau *take home*. kontribusi *Human Capital* sangatlah penting untuk mengatasi penurunan kinerja karyawan agar bisa pulih dari penurunan kualitas kinerja dan meningkatkan kualitas produksi sehingga calon konsumen maupun konsumen tertarik dengan produk tersebut, hubungan dengan konsumen (*Customer Capital*) perlu diperhatikan agar bisa mengamati selera masyarakat karena seiiring berjalannya waktu pola selera masyarakat juga akan meningkat sesuai dengan *tren* dimasa yang akan datang, untuk mengetasi masalah tersebut perlu dilakukan pelatihan, pendidikan dan pengenalan lingkungan kerja baik dari karyawan baru maupun karyawan lama, kerjasama antar karyawan merupakan hal yang penting, memberitahu baik-baik jika karyawan melakukan tidak sengajaan kesalahan dalam bekerja agar mental karyawan tersebut tidak *down* karena mental setiap karyawan tentu berbeda-beda dalam mengatasi suasana tersebut. Kekompakan dalam menyelesaikan konflik juga menjadi *point* tambahan dalam meningkatkan *Human Capital* dalam lingkungan kerja.

Dari latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengangkat pokok permasalahan mengenai judul “KONTRIBUSI *HUMAN CAPITAL* DAN *CUSTOMER CAPITAL* DALAM MENINGKATKAN KINERJA RUMAH MAKAN AYAM BAKAR PAK D CABANG SURABAYA”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Human Capital* berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan ?

2. Apakah *Customer Capital* berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan ?

1.3 Tujuan Penelitan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui pengaruh *Human Capital* terhadap Kinerja Karyawan di rumah makan ayam bakar Pak D cabang Surabaya.

2. Untuk Mengetahui pengaruh *Customer Capital* terhadap Kinerja Karyawan di rumah makan ayam bakar Pak D cabang Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan manfaat mengenai Kontribusi *Human Capital* dan *Customer Capital* dalam meningkatkan kinerja rumah makan ayam bakar pak D Cabang Surabaya

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk menambah informasi dan sebagai tambahan referensi untuk penelitian selajutnya, khususnya penelitian terkait *Human Capital* dan *Customer Capital* terhadap kinerja rumah makan ayam bakar Pak D Surabaya

c. Bagi Akademisi

sebagai referensi dan informasi yang bermanfaat bagi mahasiswa lain, terutama pengetahuan tentang Manajemen Sumber daya manusia.