



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT NO: 394/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Rancangan Sistem Manajemen Perekrutan Partner**  
**Makloon Baju bagi *Fashion Startup* SAÉ**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Vivian Susanto

2016320097

Bandung

2019



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT NO: 394/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Rancangan Sistem Manajemen Perekrutan Partner**  
**Makloon Baju bagi *Fashion Startup* SAÉ**

Skripsi

Oleh

Vivian Susanto

2016320097

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Vivian Susanto  
Nomor Pokok : 2016320097  
Judul : Rancangan Sistem Manajemen Perekrutan Partner Makloon Baju  
bagi *Fashion Startup* SAÉ

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Selasa, 17 Desember 2019  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

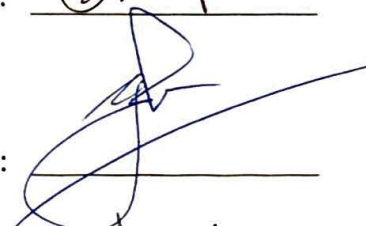
**Ketua sidang merangkap anggota**

Angela Caroline, S.AB., M.M.

: 

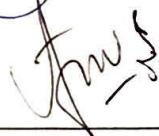
**Sekretaris**

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si

: 

**Anggota**

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, S.T., M.AB

: 

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vivian Susanto

NPM : 2016320097

Jurusan/ Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Rancangan Sistem Manajemen Perekrutan Partner

Makloon Baju bagi *Fashion Startup* SAÉ

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 9 Desember 2019

Vivian Susanto

## Abstrak

Nama : Vivian Susanto  
Nomor Pokok Mahasiswa : 2016320097  
Judul : Rancangan Sistem Manajemen Perekrutan Partner Makloon Baju bagi *Fashion Startup* SAÉ

---

Di era digitalisasi sekarang ini, dorongan masyarakat Indonesia terhadap ketersediaan solusi digital meningkat pada berbagai aspek, termasuk dalam aspek bisnis. Hal ini ditandai, salah satunya, dengan banyaknya bisnis *startup* yang mulai bermunculan. Berawal dari kepedulian terhadap eksistensi budaya lokal di kalangan anak muda milenial, SAÉ, sebuah *fashion startup* menawarkan produk pakaian yang mengusung kebudayaan lokal dengan unsur modernitas. Untuk mewujudkan produknya, SAÉ bermitra dengan partner makloon baju sehingga perusahaan perlu merekrut partner makloon secara tepat guna agar produktivitas yang diharapkan dapat tercapai. Namun, SAÉ tidak dapat menemukan calon partner makloon yang sesuai dengan keinginan perusahaan. Oleh karenanya, tujuan dari penelitian ini yaitu merancang sistem manajemen perekrutan dengan konsep HR Analytics yang berdasarkan data (*data-driven*), didukung dengan teknologi informasi, serta keterlibatan berbagai disiplin ilmu yang terkait.

Untuk mencapai tujuan penelitian, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis sehingga dapat menggambarkan proses bisnis keseluruhan sesuai masalah dan kebutuhan perusahaan. Dalam menganalisis terbagi menjadi: 1.) tahap perwujudan ide bisnis *startup* (dengan *design thinking*) serta 2.) evaluasi bisnis (dengan tahapan sistem informasi). Sebagai tambahan, penulis juga menggunakan MIT 90s *framework* untuk menganalisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan, IMRA *framework* untuk merumuskan ide (strategi), BPMN untuk menggambarkan proses bisnis, serta konsep HR Analytics dalam melakukan analisis secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, untuk merekrut partner makloon yang tepat, SAÉ harus melakukan beberapa prosedur yaitu: pengumpulan data dari Google Maps dan data administratif, pengolahan data dengan membuat *data scoring* dan menghubungkannya dengan data dari divisi operasi, serta visualisasi data dengan tabel *ranking*. Dari hasil visualisasi, SAÉ dapat mengambil keputusan terkait perekrutan partner makloon baju secara tepat guna. Setiap prosedur didukung oleh data, sistem informasi, serta disiplin ilmu terkait. Dengan demikian, walaupun konsep HR Analytics berfokus pada pegawai di perusahaan, konsep tersebut juga dapat dipraktikkan untuk merekrut partner bisnis, seperti partner makloon baju bagi *fashion startup* SAÉ.

Kata Kunci: Sistem Manajemen Perekrutan, Partner Makloon Baju, *Fashion Startup*, HR Analytics

## Abstract

Name : Vivian Susanto  
Identification Number : 2016320097  
Title : *The Design of T-Shirt Outsourcing Partner Recruitment Management System for SAÉ Fashion Startup*

---

*In this digitalization era, Indonesian society's interest in digital solutions availability is increasing in various aspects, including business. One of the signs is the emergence of many new startup businesses in Indonesia. Starting from a concern for the existence of local culture among the millennial youth, SAÉ, a fashion startup which offer clothing products that carry local culture with modernity. To create its products, SAÉ will be partnering with t-shirt outsourcing partner, therefore SAÉ have to recruit outsourcing partner appropriately as they need to achieve the expected productivity. However, SAÉ could not find a prospective partner in accordance with their expectation. Therefore, the aim of this research is to design a recruitment management system (with HR Analytics concept (based on data (data driven), supported by information and technology, as well as other related disciplines).*

*To attain the research objectives, the author used qualitative research method with descriptive analysis approach, thus it can describe the overall business process according to the needs and the problems of the company. The analysis is divided into two stages: 1.) startup business idea actualization (with design thinking) and 2.) business evaluation (with the information system steps). In addition, the author also used the MIT 90s framework to analyze the company's external and internal environment, the IMRA framework to formulate idea (strategy), BPMN to describe business processes, and the concept of HR Analytics in the overall analysis.*

*Based on the results of the analysis and discussion, to recruit the right t-shirt outsourcing partner, SAÉ must carry out several procedures: 1.) collecting data from Google Maps and administrative data, 2.) processing data by doing data scoring and link them with data from the operation division, then 3.) visualizing data with ranking tables. With the visualization, SAÉ can make right decision regarding the recruitment of t-shirt outsourcing partner. Each procedure is supported by data, information systems, and other related disciplines. Thus, even though the HR Analytics concept focuses on employees in the company, the concept can also be used to recruit business partners, such as t-shirt outsourcing partner for SAÉ fashion startup.*

*Keywords: Recruitment Management System, T-Shirt Outsourcing Partner, Fashion Startup, HR Analytics*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, serta tuntunan-Nya sehingga penelitian dengan judul “*Rancangan Sistem Manajemen Perekrutan Partner Makloon Baju bagi Fashion Startup SAÉ*” ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini disusun untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Strata I, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan pembelajaran kepada penulis. Oleh karenanya, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih secara mendalam kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dan tanpa kekurangan suatu apapun
2. Orang tua penulis yang telah mendidik dan selalu mendukung, baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dan pendidikan S1 dengan sangat baik
3. Adik-adik penulis, Steven dan Catrine, yang telah mendukung dan menyemangati penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penyusunan skripsi
4. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dengan sabar, memberikan masukan yang

membangun, serta memotivasi penulis. Terima kasih sekali lagi atas seluruh waktu, perhatian, dan tenaga yang sudah Bapak berikan untuk memperluas wawasan penulis selama proses penyusunan skripsi berlangsung. Terima kasih juga atas segala saran yang diberikan untuk proses pembentukan karakter penulis secara pribadi.

5. Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan
6. Dr. Margaretha Banowati Talim, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan
7. Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil. selaku dosen wali sekaligus pembimbing tambahan selama proses penyusunan skripsi berlangsung
8. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang sudah memberikan ilmu dan pengalaman yang berguna bagi penulis sejak semester awal hingga semester akhir
9. Seluruh staf administrasi, tata usaha, serta pekaya di Gedung 3 yang sudah melayani dan menyediakan fasilitas kegiatan perkuliahan penulis
10. Jodi Johannes selaku teman dekat penulis yang memotivasi, memberikan dukungan, waktu, masukan, kasih sayang, serta menemani penulis selama proses penulisan hingga skripsi ini selesai



11. Veronica Natasya, Wynne Husni, dan Shanella Alyssa Adam selaku sahabat terkasih yang telah mendukung, menghibur, dan memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung
12. Gianni Adela, Raynaldi Candra, dan Calvin Wangsawiharja sebagai rekan-rekan satu tim *startup business* yang telah bersusah payah bersama dengan penulis merintis sampai menjalankan bisnis SAE hingga saat ini. Seluruh bentuk perjuangan dalam merintis bisnis, keluh kesah, dan pengalaman yang didapatkan telah menjadi suatu pembelajaran berharga bagi penulis
13. Teman-teman seperjuangan skripsi: Violentisca Hermanto, Brigitta Natalie, Nadya Alyssa, Angelica Fiona, Jesslyn Kalonica, Verra Tania, Sesilia Kenny, Theodora Jennifer, Michael Sandy Lim, Albert Septhian, yang saling mendukung, menghibur, dan memberikan masukan selama penulisan skripsi
14. Seluruh teman-teman terkasih, baik dari Universitas Katolik Parahyangan maupun luar universitas, yang telah mendukung secara langsung maupun tidak langsung proses penyusunan skripsi penulis
15. Teman-teman SMA: Nadya Kasih, Christine Surya Senjaya, dan Michelle Priscilla Citra atas motivasi dan hiburan yang diberikan
16. Berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah menginspirasi penulis untuk terus berkarya sampai saat ini

Semoga Tuhan memberikan rahmat dan berkat kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama ini. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, mengingat keterbatasan pengalaman maupun pengetahuan penulis. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan oleh penulis. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi referensi bagi pihak-pihak lain yang membutuhkan.

Bandung, 9 Desember 2019

Vivian Susanto

## DAFTAR ISI

<b>Abstrak</b> .....	<b>i</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	4
1.3. Batasan Masalah.....	5
1.4. Rumusan Masalah .....	5
1.5. Tujuan Penelitian .....	6
1.6. Manfaat Penelitian .....	6
1.7. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB 2 KERANGKA TEORI</b> .....	<b>10</b>
2.1. Industri Pakaian Jadi .....	10
2.2. <i>Design Thinking</i> .....	12
2.3. Sistem Informasi .....	15
2.3.1. Dimensi-Dimensi SI.....	16
2.3.2. Jenis-Jenis SI.....	19
2.4. Manajemen Perekrutan.....	21
2.5. Sistem Manajemen Perekrutan.....	24
2.6. MIT 90s <i>Framework</i> .....	25
2.7. IMRA <i>Framework</i> .....	27

2.8.	<i>Business Process Model and Notation (BPMN)</i> .....	28
2.9.	Penelitian Terdahulu .....	28
2.10.	HR Analytics .....	31
2.10.1.	Data-Driven Culture.....	33
2.10.2.	Information System and Technology .....	40
2.10.3.	Disciplines.....	45
2.10.4.	Company Professionals.....	47
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>		<b>49</b>
3.1.	Jenis Penelitian.....	49
3.2.	Metode Penelitian.....	50
3.3.	Validitas Data.....	50
3.4.	Uji Reliabilitas .....	51
3.5.	Metode Pengumpulan Data .....	53
3.6.	Operasionalisasi Variabel.....	54
3.7.	Teknik Analisis Data.....	56
3.7.1.	Perwujudan Ide Bisnis dengan <i>Design Thinking</i> .....	56
3.7.2.	Evaluasi Kinerja Bisnis dengan menggunakan Tahapan Pengembangan Sistem Informasi .....	57
3.7.3.	MIT 90s Framework .....	59
3.7.4.	IMRA Framework.....	61
3.7.5.	Business Process Model Notation (BPMN).....	63
<b>BAB 4 PROFIL PERUSAHAAN.....</b>		<b>68</b>
4.1.	Profil Perusahaan .....	68
4.2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	70
4.3.	Struktur Organisasi.....	71
4.4.	Proses Perwujudan Ide dengan <i>Design Thinking</i> .....	73

<b>BAB 5 PEMBAHASAN .....</b>	<b>76</b>
5.1. Perumusan Strategi SAÉ berdasarkan Lingkungan Eksternal dan Internal (MIT 90s Framework) serta IMRA Framework.....	76
5.1.1. External Socio-Economic Environment.....	79
5.1.2. External Technological Environment .....	81
5.1.3. IMRA Framework.....	85
5.2. Implementasi Strategi.....	90
5.3. Proses Internal Strategi .....	92
5.3.1. Individual & Roles .....	92
5.3.2. Structure .....	93
5.3.3. Process Management.....	96
5.3.4. Technology.....	104
5.4. Cara SAÉ Melakukan Manajemen Perekrutan Partner Makloon Baju dengan Konsep HR Analytics .....	114
<b>BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>116</b>
6.1. Kesimpulan .....	116
6.2. Saran.....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>119</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>125</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakaian jadi 2016-2018 .....	2
Gambar 2.1 Tahapan <i>Design Thinking</i> .....	13
Gambar 2.2 Dimensi Sistem Informasi .....	17
Gambar 2.3 Langkah-Langkah Perekrutan .....	24
Gambar 2.4 Elemen-Elemen MIT 90S Framework .....	26
Gambar 3.1 Elemen-Elemen Inti BPMN .....	66
Gambar 4.1 Logo <i>Fashion Startup SAÉ</i> .....	69
Gambar 4.2 Struktur Organisasi SAÉ .....	71
Gambar 5.1 IMRA Framework <i>Fashion Startup SAÉ</i> .....	77
Gambar 5.2 MIT 90s Framework <i>Fashion Startup SAÉ</i> .....	78
Gambar 5.3 Social Media Platform Penduduk Indonesia .....	83
Gambar 5.4 BPMN Prosedur Lama Level 0 .....	96
Gambar 5.5 BPMN Prosedur Usulan Level 0.....	99
Gambar 5.6 BPMN Pengumpulan Data Google Maps dan Administratif.....	100
Gambar 5.7 BPMN Pengolahan Data .....	102
Gambar 5.8 BPMN Visualisasi Data .....	103

## DAFTAR TABEL

Table 2.1 Sistem Manajemen Perekrutan dengan HR Analytics 1 .....	29
Table 2.2 Sistem Manajemen Perekrutan dengan HR Analytics 2 .....	30
Table 2.3 <i>Framework</i> Gabungan Sistem Manajemen Perekrutan (HR Analytics).....	31
Table 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	55
Table 4.1 Job Description SAÉ per Divisi .....	71
Table 5.1 Usulan Job Description SAÉ per Divisi.....	93
Table 5.2 Rekap Data Profil Perusahaan dari Google Maps 1 .....	107
Table 5.3 Rekap Data Profil Perusahaan dari Google Maps 2.....	107
Table 5.4 Rekap Data <i>Keywords</i> dari <i>Review</i> Google Maps .....	108
Table 5.5 Rekap Data Administratif Calon Partner Makloon Baju 1 .....	109
Table 5.6 Rekap Data Administratif Calon Partner Makloon Baju 2 .....	109
Table 5.7 Tampilan Pengolahan Data Makloon A.....	110
Table 5.8 Tampilan Pengolahan Data Makloon B.....	110
Table 5.9 Tampilan Pengolahan Data Makloon C .....	111
Table 5.10 Tampilan Pengolahan Data Makloon D.....	111
Table 5.11 Tabel <i>Ranking</i> dari Rata-Rata <i>Score</i> Keseluruhan.....	112
Table 5.12 Tabel <i>Ranking</i> dari Setiap Aspek ( <i>Keywords</i> ) .....	113

# BAB 1

## PENDAHULUAN

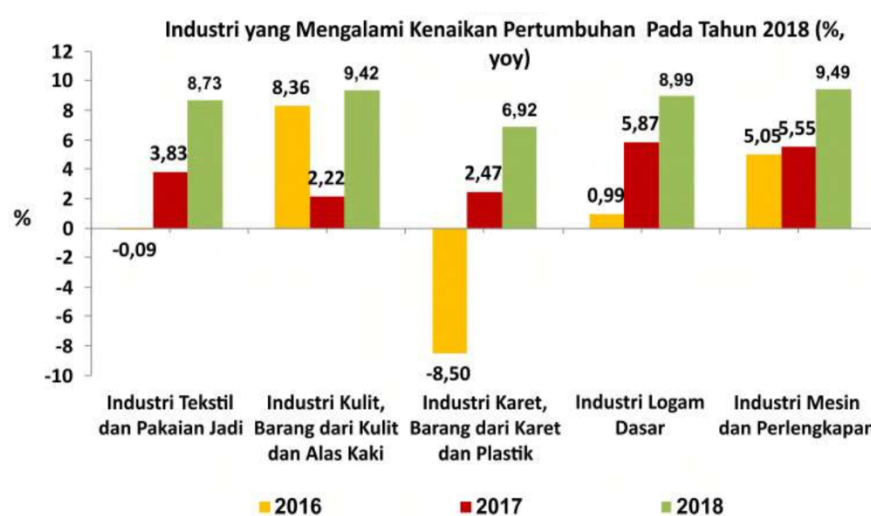
### 1.1. Latar Belakang Masalah

Beberapa tahun belakangan ini, bersamaan dengan pesatnya perkembangan teknologi, *startup* menjadi salah satu konsep bisnis yang mulai bermunculan di Indonesia (CNBC Indonesia, 2019) Jumlah bisnis *startup* di Indonesia pada tahun 2018 adalah 922 perusahaan yang sejumlah 60,89% berdiri pada periode 2013-2018. Untuk daerah Jawa Barat hanya terdapat 44 startup (4,44%) sehingga masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan Jabodetabek (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2018). Peningkatan kemunculan *startup* di Indonesia tersebut sangat didorong oleh permintaan masyarakat terhadap kesediaan solusi digital di bidang bisnis (The Jakarta Post, 2019). Selain itu, tingginya *middle income population* juga menjadi salah satu pendukung munculnya banyak *startup* di Indonesia saat ini (The Jakarta Post, 2019).

Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif (2018) tersebut, masih sedikit *startup* di Indonesia yang berfokus pada bidang *fashion*. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia selain makanan dan tempat tinggal (BPP Kebijakan Perdagangan RI, 2017). Di Indonesia, industri pakaian jadi menunjukkan tren perkembangan yang positif (tumbuh 6.89% per tahun) selama periode 2009-2014. Dalam Analisis Perkembangan Industri Edisi I-2019 (Pusdatin Kementerian Perindustrian RI, 2019), pada 2018, industri pakaian jadi masih mengalami peningkatan sebesar 8,73%. Pada kuartal I/2019, Jenderal Asosiasi Pertekstilan



Indonesia (API) mengkonfirmasi bahwa permintaan produk pakaian jadi terus meningkat (Kementerian Perindustrian RI, 2019). Hal ini dikarenakan tingginya tingkat konsumsi serta gaya berpakaian masyarakat Indonesia. Sekretaris Jenderal Kemenperin, Haris Munandar, juga meyakini bahwa konsumsi produk industri di pasar domestik akan semakin meningkat.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakaian jadi 2016-2018

Sumber: Pusdatin Kementerian Perindustrian RI (2019)

Dengan beragamnya gaya berpakaian masyarakat, industri pakaian jadi memiliki potensi yang sangat menjanjikan di pasar domestik. Namun, tingginya permintaan terhadap *fashion* juga diimbangi dengan banyaknya pelaku usaha di bidang *fashion*. Di tengah persaingan yang ketat tersebut, perusahaan harus memiliki sesuatu yang unik untuk ditawarkan kepada pasar (*unique selling points*). Dalam Analisis Partisipasi Kebudayaan (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, 2016) dipaparkan bahwa dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat Indonesia,

khususnya masyarakat perkotaan, memiliki tingkat apresiasi budaya lokal yang rendah dalam menggunakan pakaian tradisional. Hal inilah yang menjadi dasar bagi SAÉ, sebuah perusahaan startup di bidang *fashion*, untuk mewujudkannya dalam bentuk produk (pakaian) yang mengusung kebudayaan lokal. Walaupun sudah ada beberapa *fashion brand* yang bertemakan nusantara, produk-produknya masih memiliki *design* yang kaku. Oleh karena itu, sebagai pembeda dari kompetitor, *unique selling point* SAÉ adalah menawarkan *fashion* yang berkonsep *modernized Indonesia's cultural icons* dengan kualitas yang baik.

Untuk mewujudkan produknya, SAÉ dapat bekerja sama dengan berbagai pihak, salah satunya yaitu perusahaan makloon baju (Zulhida & Haryanto, 2016) karena terbatasnya modal untuk pengadaan mesin produksi serta tenaga kerja terlatih. Menurut data Kemenperin (2019), terdapat 142 perusahaan konveksi yang memakloonkan pakaian jadi di Provinsi Jawa Barat, tidak termasuk yang belum terdata. Dengan jumlah yang banyak, berbagai perusahaan makloon pakaian jadi menawarkan produknya dalam berbagai kualitas dan harga (CNBC Indonesia, 2018). Oleh karenanya, SAÉ perlu memastikan agar perusahaan makloon yang dipilih dapat memenuhi standar produksi yang diinginkan sehingga produk yang dihasilkan juga sesuai dengan ekspektasi perusahaan.

Dalam berbisnis, perusahaan pasti ingin mendapatkan partner makloon yang bagus dengan harga semurah mungkin (Sjaifudian & Chotim, 1994). Namun, SAÉ merupakan *fashion startup* yang ingin menjaga kualitas produk yang ditawarkan, sehingga partner makloon baju nantinya direkrut harus dapat memenuhi standar kualitas SAÉ. Akan tetapi, SAÉ juga tetap memperhatikan aspek biaya makloon

karena saat ini kondisi keuangan perusahaan masih belum stabil. Selain itu, perekrutan merupakan *cost* bagi perusahaan sehingga harus dilakukan dengan tepat (Glassdoor, 2019). Maka, dari itu SAÉ perlu memiliki sistem manajemen perekrutan yang tepat guna. Manajemen perekrutan akan lebih mudah dilakukan apabila perusahaan menggunakan HR Analytics. HR Analytics merupakan suatu sistem untuk mengidentifikasi secara sistematis orang-orang yang mendukung hasil bisnis (*business outcomes*) sehingga dapat membuat keputusan yang lebih baik (Heuvel & Bondarouk, 2017). Oleh karena itu, penelitian ini akan meneliti sistem manajemen perekrutan partner makloon baju SAÉ dengan menggunakan *HR Analytics* yang berjudul “Rancangan Sistem Manajemen Perekrutan Partner Makloon Baju di *Fashion Startup SAÉ*”.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Saat akan merekrut calon partner makloon baju, perusahaan tentu memiliki standar tersendiri seperti harus memiliki mesin, mampu membuat pola, mampu menyablon pakaian, serta mengatasi keluhan pelanggan maupun retur dengan responsif. Sebelum direkrut, maka perusahaan harus memastikan mitra tersebut dapat memenuhi standar yang ditentukan. Perekrutan merupakan *cost* bagi perusahaan sehingga harus dilakukan secara tepat. Saat ini, SAÉ menghadapi masalah yaitu tidak dapat menemukan calon partner makloon yang tepat sesuai keinginan perusahaan. Maka dari itu, SAÉ perlu merancang HR Analytics yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Agar HR Analytics dapat menjadi

mekanisme perekrutan tepat guna yang mendukung pengambilan keputusan, maka perusahaan membutuhkan data serta konsep pengolahan datanya.

### **1.3. Batasan Masalah**

Mengingat pembahasan mengenai rancangan tergolong luas, maka pada penelitian ini akan dibatasi seputar model (*blue print*) yang digunakan untuk kebutuhan pengambilan keputusan terkait manajemen perekrutan. Sehingga secara spesifik, tujuan penelitian ini adalah membuat rancangan *prototype*. Adapun penerapan atau *testing* rancangan akan dilakukan nanti setelah programnya sudah dimiliki oleh perusahaan. Pada tahap awal seluruh pegawainya masih terdiri dari *owners*, namun *prototype* ini dapat digunakan apabila perusahaan ingin melakukan ekspansi.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah, maka pertanyaan penelitian ini yaitu:

1. Apa data-data yang harus dikumpulkan oleh *fashion startup* SAÉ sehingga mendukung HR Analytics untuk manajemen perekrutan partner makloon baju?
2. Bagaimana proses pengolahan data dengan HR Analytics yang dapat diterapkan untuk manajemen perekrutan partner makloon baju di *fashion startup* SAÉ?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang proses pengumpulan dan pengolahan data yang tepat sehingga mendukung HR Analytics untuk manajemen perekrutan partner makloon baju SAÉ. Dengan menggunakan *data-driven* HR Analytics, perusahaan mampu menyediakan dan menganalisis data-data yang tepat bagi kebutuhan *decision making* manajemen perekrutan partner makloon baju. Dengan melakukan manajemen perekrutan yang tepat, perusahaan dapat mencapai produktivitas yang diharapkan.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat menghasilkan rancangan sistem manajemen perekrutan yang tepat bagi perusahaan *startup fashion* SAÉ, sehingga dapat digunakan dalam pengambilan keputusan mengenai partner mana yang akan direkrut dan hal-hal apa saja yang harus diperhatikan berdasarkan data yang dimiliki.

#### **1. Manfaat bagi penulis**

Proses penulisan penelitian ini sangat bermanfaat bagi penulis karena menambah wawasan penulis mengenai sistem informasi, khususnya *data driven* HR analytics, serta gambaran dan aplikasinya di bidang bisnis secara langsung.

#### **2. Manfaat bagi perusahaan**

Hasil dari penelitian ini menjadi gambaran yang bermanfaat dalam penerapan sistem informasi pada manajemen perekrutan perusahaan. Untuk

menemukan *talent* yang tepat, perusahaan harus dapat menentukan partner mana yang akan direkrut sehingga dapat mencapai produktivitas yang diharapkan.

### 3. Manfaat bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca ataupun digunakan sebagai referensi dalam bidang sistem informasi terutama pada sistem manajemen perekrutan partner makloon.

## 1.7. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini dibagi menjadi 6 (enam) bab yaitu pendahuluan, tinjauan pustaka, metode penelitian, objek penelitian, pembahasan, serta kesimpulan dan saran.

### Bab 1: Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, yaitu mengidentifikasi permasalahan yang ada dalam *fashion startup* SAÉ. Permasalahan SAÉ yaitu tidak dapat menemukan calon partner makloon yang tepat sesuai keinginan perusahaan. Manajemen perekrutan yang menjadi fokus penulis adalah bagaimana menentukan partner yang direkrut serta aspek apa saja yang harus diperhatikan sehingga perekrutan menjadi tepat guna dan rendah biaya. Agar keputusan terkait manajemen perekrutan dapat diambil secara tepat, diperlukan proses pengumpulan dan pengolahan data yang tepat (*data driven* HR Analytics).

## Bab 2: Tinjauan Pustaka

Bab ini memaparkan teori-teori yang menjadi dasar dan mendukung penulisan penelitian mengenai sistem manajemen perekrutan dengan menggunakan *data driven* HR Analytics.

## Bab 3: Metode Penelitian

Bab ini berisikan langkah-langkah dalam melakukan penelitian seperti jenis penelitian, metode penelitian, validitas data, uji reliabilitas, metode pengumpulan data, operasionalisasi variabel, serta teknik analisis data.

## Bab 4: Objek Penelitian

Bab yang menjelaskan tentang objek penelitian, yaitu berupa profil, sejarah, cara kerja, struktur organisasi, uraian pekerjaan, serta proses perwujudan ide dari *fashion startup* SAÉ.

## Bab 5: Pembahasan

Bab ini berisi pembahasan dan hasil analisis secara deskriptif yang didasarkan pada data sudah dikumpulkan sebelumnya sehingga mampu menjawab pertanyaan penelitian.

## Bab 6: Kesimpulan dan Saran

Bab yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian secara ringkas berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, serta saran dari peneliti terhadap perusahaan maupun penelitian yang akan datang.