



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

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Rancangan Sistem Penilaian Kinerja Untuk Pegawai  
Pemasaran Restaurant X**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Natalia Grace Fransiska

2016320209

Bandung

2019



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

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Rancangan Sistem Penilaian Kinerja Untuk Pegawai  
Pemasaran Restaurant X**

Skripsi

Oleh

Natalia Grace Fransiska

2016320209

Pembimbing

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

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Natalia Grace Fransiska  
Nomor Pokok : 2016320209  
Judul : Rancangan Sistem Penilaian Kinerja Untuk Pegawai Pemasaran Restaurant X

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Jumat, 3 Juni 2020  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

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

**Sekretaris**

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

**Anggota**

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T.

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## **Pernyataan**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Natalia Grace Fransiska

NPM : 2016320209

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Rancangan Sistem Penilaian Kinerja Untuk  
Pegawai Pemasaran Restaurant X

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 dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 18 Desember 2019

Natalia Grace Fransiska

## ABSTRAK

Nama : Natalia Grace Fransiska

NPM : 2016320209

Judul : Rancangan Sistem Penilaian Kinerja Untuk Pegawai Pemasaran Restaurant X

---

Saat ini industri kuliner, khususnya restaurant merupakan salah satu industri yang memiliki potensi besar di Indonesia. Bisnis kuliner mengalami pertumbuhan sebesar 12,7% di tahun 2018, dan dengan persentase pertumbuhan ini bisnis kuliner berkontribusi terhadap pertumbuhan perekonomian nasional Indonesia (Trihendrawan, 2019). Dengan jumlah restaurant yang cukup banyak tersebut, para pebisnis di bidang restaurant membutuhkan kemampuan untuk berinovasi dan lebih kreatif sehingga bisnis restaurant tersebut dapat bertahan dalam situasi persaingan yang cukup ketat. Menghadapi kondisi tersebut Restaurant X yang bergerak dalam industri kuliner harus meningkatkan pelayanannya terhadap pelanggan, khususnya pelayanan melalui marketing perusahaan dan hal tersebut tidak dapat dilakukan tanpa sistem penilaian kinerja yang baik.

Sistem penilaian kinerja yang baik adalah sistem penilaian yang mampu diandalkan dan terukur. Untuk saat ini, Restaurant X belum memiliki sistem penilaian yang baik karena belum memiliki indikator kinerja yang terukur untuk masing-masing pekerjaan, dan belum memiliki sistem pencatatan serta penyajian hasil kinerja pegawai. Hal ini menyebabkan manager kesulitan untuk melakukan evaluasi terhadap kinerja pegawai.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis. Dengan metode penelitian studi kasus. MIT 90's Framework digunakan sebagai alat bantu dalam melakukan analisa eksternal, dan kerangka kerja IMRA digunakan sebagai alat pada strategi. BPMN digunakan untuk menggambarkan proses produksi usulan bagi Restaurant X.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, akan dibentuk rancangan sistem yang dapat membantu penilaian pelayanan di Restaurant X. Tampilan pengguna penyajian hasil kinerja (MIS) akan menghasilkan kategori pegawai berdasarkan kinerjanya yang disesuaikan dengan Performance Indicator (PI). Hal ini perlu dilakukan karena masing-masing pegawai dalam bagian yang berbeda memiliki Performance Indicator (PI) yang berbeda. Misalnya : Staff marketing

Kata kunci: HR-Analytics, Penilaian Pegawai, MIT 90's Framework, BPMN

## ABSTRACT

Nama : Natalia Grace Fransiska

NPM : 2016320209

Judul : Performance Appraisal Information System for Marketing Employees of Restaurant X

---

*Nowadays the culinary industry, especially restaurants, is one of the industries that have huge potential in Indonesia. The culinary business grew by 12.7% in 2018, and with this growth rate, the culinary business contributed to the growth of Indonesia's national economy (Trihendrawan, 2019). With such a large number of existing restaurants, entrepreneurs or restaurants' owner need the ability to innovate and to be more creative so that their businesses can survive in a situation of intense competition. Facing these conditions, Restaurant X, which operates in the culinary industry, must improve its services to customers, especially services through company marketing. Furthermore, this cannot be done without a good performance appraisal system.*

*A good performance appraisal system should be a system that is reliable and measurable. For now, Restaurant X does not have a good rating system because it does not yet have a measurable performance indicator for each job, and it does not yet have job records and a way to display employees' performance results. This makes it difficult for managers to evaluate employee performance.*

*The type of research used in this study is descriptive analysis. With the case study research method, the MIT 90's Framework is used as a tool in conducting external analysis, and the IMRA Framework is used as a tool for strategy. BPMN is used to describe the production process of proposals for Restaurant X.*

*Based on the results of the analysis, a system design will be formed that can help the assessment of X Restaurant's services. The user display of the performance results (MIS) will produce employee categories based on their performance adjusted to the Performance Indicator (PI). This process is required because each employee from a different section has a different Performance Indicator (PI). For example: Marketing Staff*

Keywords: *Hr-Analytics, Employee Appraisal, MIT 90's Framework, BPMN*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan tuntunan-Nya sehingga penelitian dengan judul “Rancangan Sistem Penilaian Kinerja Bagi Pegawai Di Restaurant X untuk Divisi Marketing.” 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 membuat skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, mengingat terbatasnya pengetahuan dan pengalaman penulis, dan penulis merasa banyak mendapat bimbingan, pembelajaran dan motivasi dari orang-orang yang berhubungan di dalam maupun di luar kampus. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah menyertai saya selama pembuatan skripsi dari awal hingga skripsi ini selesai.
2. Alm. Papa yang semasa hidupnya telah mendidik, membimbing, dan berjuang sehingga penulis bisa menempuh pendidikan hingga saat ini. Terimakasih atas segala bekal ilmu dan nasihat yang diberikan semasa hidupnya. Terimakasih sudah berjuang sangat keras sehingga penulis bisa bertahan sampai saat ini.

3. Mama dan Adek yang selalu mendukung dan memotivasi saya baik dari segi moral maupun materi selama penulisan skripsi ini sehingga penulis selalu bersemangat dan berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih tidak pernah lelah meyakinkan penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
4. Ci Angel, selaku dosen pembimbing yang selalu sabar membimbing dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terimakasih atas seluruh masukan dan motivasi yang telah diberikan sehingga penulis memperoleh pengetahuan dan wawasan yang baru dalam menyelesaikan skripsi.
5. Pak Yoke dan Pak Agus yang juga turut membimbing dan memberikan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Pemilik Restoran X yang mau memberikan informasi dan pengetahuan serta bersedia restorannya digunakan untuk penelitian ini.
7. Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
8. Dr. Margaretha Banowati Talim, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
9. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang sudah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat dari semester awal hingga semester akhir.



10. Seluruh staf administrasi dan tata usaha, serta pekarya dalam Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

11. Indang Nugroho, selaku teman dekat penulis yang memotivasi, menemani dan memberikan dukungan, waktu, semangat, doa, masukan, kasih sayang hingga skripsi ini selesai. Terimakasih mau menjadi tempat penulis dalam berkeluh kesah.

12. Nicong, Wanda, Nursyifa yang selalu setia meluangkan waktu kosongnya untuk menemani penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih juga sudah mewarnai kehidupan perkuliahan di UNPAR. Terimakasih telah memperkenalkan tempat-tempat yang nyaman untuk menyelesaikan skripsi. Terimakasih juga sudah memberikan semangat kepada penulis.

13. Grandi, Pia, Michelle, Arya, Aryo, Mia, Vero, Vinci, dan Alif, Via selaku sahabat penulis yang menemani keseharian penulis dari awal menjadi mahasiswa UNPAR hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas suka dan duka yang diberikan selama kehidupan perkuliahan di Bandung.

14. Laras, Shofi, Cinta, Jorji, Joy, Pege, Batari, Mia selaku sahabat penulis dalam menjalani suka duka perkuliahan di Ilmu Administrasi Bisnis ini. Terimakasih selalu mau membantu dan mengajarkan penulis dalam memahami materi perkuliahan yang kurang bisa dimengerti.

15. Teman-teman seperjuangan yang juga mengambil topik skripsi sistem informasi bisnis. Terimakasih telah membantu penulis memahami materi yang diberikan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

16. Mba Tyas selaku kakak dari Nicong yang telah menemani penulis selama proses bimbingan dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini.

17. Seluruh sahabat terbaik yang telah mendukung, menghibur dan memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung.

18. Berbagai pihak yang telah menginspirasi penulis untuk terus berkarya hingga saat ini, yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Saya menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, segala kritik dan saran akan diterima dengan senang hati, guna menjadi bahan masukan dan pertimbangan dimasa mendatang. Semoga semua pihak yang telah mendukung dan berperan dalam membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini selalu diberkati dan berada dalam lindungan Tuhan Yang Mahas Esa. Akhir kata saya selaku penulis mengucapkan banyak terima kasih dan berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Bandung,

Natalia Grace Fransiska

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Batasan Masalah .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
BAB II .....	10
KERANGKA TEORI .....	10
2.1 Bisnis .....	10
2.2. Bisnis Jasa .....	10
2.3 Human Resource Analytics .....	11
2.4 Sistem Penilaian .....	12
2.4 Sistem Informasi .....	13
2.5 MIT 90's Framework .....	16
2.6 Business Process Model and Notation (BPMN) .....	18
2.6.1 BPMN Core Elements .....	19

2.7 HR-Analytics Penilaian .....	22
2.7.1 Data Driven Culture .....	22
2.7.2 IT Infrastructure .....	25
2.7.3 Disciplines .....	26
2.8 IMRA Framework ( <i>Idea, Motivate, Resources and Ability</i> ) .....	27
2.9 Penelitian Terdahulu.....	28
BAB III .....	33
METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian .....	33
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.3.1 <i>Interviewing</i> .....	34
3.3.2 <i>Collecting</i> .....	35
3.4 Sumber Data .....	35
3.4.1 Data Sekunder.....	35
3.5 Uji Validitas .....	36
3.5.1 <i>Triangulation</i> .....	36
3.5.2 <i>Comparison</i> .....	36
3.6 Operasionalisasi variabel.....	37
3.7 Teknik Analisa Data .....	42
3.7.1 <i>MIT 90's Framework</i> .....	42
3.7.2 <i>Business Process Model and Notation (BPMN)</i> .....	43
BAB IV .....	46
PROFIL PERUSAHAAN .....	46
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	46

4.2 Waktu Operasional .....	47
4.3 Struktur Organisasi Perusahaaa.....	47
BAB V .....	49
PEMBAHASAN .....	49
5.1 <i>MIT 90's Framework</i> .....	49
5.1.1 <i>External Socio-Economic Environment</i> .....	52
5.1.2 <i>External Technological Environment</i> .....	54
5.1.3 Strategi .....	55
5.1.4 <i>Individu and Roles</i> .....	59
5.1.5 Struktur .....	60
5.1.6 <i>Management Process</i> .....	61
5.1.7. Teknologi.....	61
5.2 BPMN.....	63
5.3 Modul Master Data (TPS dan MIS) .....	79
5.3.1 Modul Master Data Kompetensi Pegawai dalam Menanggapi Review Pelanggan.....	79
5.3.2 Modul Master Data Absensi Harian Pegawai.....	82
5.3.3 Modul Master Data TPS Absensi Bulanan Pegawai .....	83
5.4 Modul Data Harian dan Bulanan (TPS dan MIS) .....	85
5.4.1 TPS dan MIS Penilaian Kinerja Pegawai dalam Menanggapi Review Pegawai.....	85
5.5 Modul Master Data (TPS dan MIS) .....	89
5.5.1 Modul Master Data Kompetensi Pegawai dalam Memposting Konten Social Media Secara Rutin.....	89
5.6 Modul Data Harian dan Bulanan (TPS dan MIS) .....	92

5.6.1 TPS dan MIS Penilaian Kinerja Pegawai dalam Memposting Poster Sesuai Konten Secara Rutin di Social Media (Instagram).....	92
BAB VI .....	96
KESIMPULAN & SARAN .....	96
6.1 Kesimpulan.....	96
6.2 Saran .....	97
Daftar Pustaka .....	99
LAMPIRAN .....	103
Hasil Wawancara dengan Profesional di Bidang Sistem .....	104

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	MIT 90's Framework.....	15
Gambar 2. 2	BPMN Core Elements.....	19
Gambar 3.1	Sequence Diagram.....	41
Gambar 3.2	Collaboration Diagram.....	42
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Perusahaan.....	46
Gambar 5.1	Rancangan MIT 90's Framework.....	48
Gambar 5. 2	Komposisi Pengguna Sosial Media.....	50
Gambar 5.3	Struktur Organisasi Divisi Marketing.....	54
Gambar 5.4	Management Process.....	58
Gambar 5.5	BPMN Usulan Menanggapi Review Pelanggan.....	59
Gambar 5.6	Usulan BPMN Penilaian Staff Marketing Oleh Manajer Marketing.....	61.
Gambar 5.7	Usulan BPMN Menginput Absensi Pegawai.....	62
Gambar 5.8	Usulan BPMN Menilai Kinerja Marketing.....	62
Gambar 5.9	Usulan BPMN Mengaktegorikan Pegawai Menanggappi Review.....	63
Gambar 5.10	BPMN Usulan Postingan Rutin di Media Social.....	65
Gambar 5.11	BPMN Usulan Penilaian Pegawai dalam Rutin Memposting.....	67

Gambar 5.12	BPMN Usulan Pengkategorian Pegawai Rutin Posting.....	69
Gambar 5.13	TPS Master Data Kompetensi.....	73
Gambar 5.14	Simulasi Hasil Input TPS Kompetensi Menanggapi Review.....	73
Gambar 5.15	TPS Absensi Harian Pegawai-----	76
Gambar 5.16	Simulasi TPS Absensi Harian Pegawai.....	76
Gambar 5.17	TPS Absensi Bulanan.....	76
Gambar 5.18	Simulasi TPS Absensi Bulanan.....	78
Gambar 5.19	TPS Penilaian Kinerja Harian.....	79
Gambar 5.20	Simulasi TPS Penilaian Kinerja.....	79
Gambar 5.21	MIS Penilaian Kinerja Harian Pegawai.....	81
Gambar 5.22	MIS Kinerja Pegawai Setiap Bulan.....	82
Gambar 5.23	TPS Master Data Kompetensi Rutin Post.....	83
Gambar 5.24	Simulasi TPS Data Kompetensi Rutin Post.....	83
Gambar 5.25	Rancangan TPS Penilaian Rutin Posting.....	86
Gambar 5.26	Simulasi TPS Penilaian Rutin Posting.....	86
Gambar 5.27	MIS Harian Kinerja Pegawai.....	88
Gambar 5.28	MIS Penilaian Satu Bulan Rutin Posting.....	89



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Karakteristik Barang dan Jasa.....	10
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	36
Tabel 5 1	Rancangan IMRA.....	54

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Permasalahan**

Bisnis Kuliner merupakan salah satu bisnis yang saat ini sedang mengalami pertumbuhan. Bisnis kuliner mengalami pertumbuhan sebesar 12,7% di tahun 2018, dan dengan persentase pertumbuhan ini bisnis kuliner merupakan bisnis dengan kontribusi tertinggi terhadap pertumbuhan perekonomian nasional Indonesia (Trihendrawan, 2019). Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, subsektor kuliner menyumbang 41,4% dari total kontribusi perekonomian kreatif Rp 922 triliun pada tahun 2016 (Agmasari, 2018). Salah satu provinsi yang juga mengalami pertumbuhan pada industri kuliner adalah Provinsi Jawa Barat. Pada tahun 2016, Provinsi Jawa Barat mengalami pertumbuhan sebesar 6,2% dibandingkan tahun sebelumnya (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2018). Bandung merupakan salah satu kota di Jawa Barat yang mengalami pertumbuhan industri kuliner dengan rata-rata pertumbuhan 10% per tahunnya (Republika.co.id, 2018). Berdasarkan data yang ada, pada tahun 2016 Kota Bandung memiliki 396 restaurant (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2018). Dari data diatas dapat dikatakan bahwa bisnis kuliner memiliki potensi yang besar untuk terus berkembang. Selain itu berkembangnya bisnis kuliner mampu menekan angka pengangguran karena adanya lapangan pekerjaan yang baru. Namun dengan jumlah restaurant yang cukup banyak, para pebisnis di bidang restaurant membutuhkan kemampuan

untuk berinovasi dan lebih kreatif sehingga bisnis restaurant tersebut dapat bertahan dalam situasi persaingan yang cukup ketat.

Restoran X merupakan salah satu restaurant di Kota Bandung yang saat ini juga sedang mengalami persaingan yang cukup ketat. Restoran X memiliki lima cabang yang berada di Jakarta dan Bandung. Restoran ini memiliki menu spesial berbahan dasar tahu yang merupakan perluasan bisnis dari pabrik tahu yang sudah dijalani terlebih dahulu sejak tahun 1938. Restoran X menyediakan menu makanan berupa cemilan berbahan dasar tahu dan juga hidangan nasi yang sesuai dengan selera masyarakat Indonesia. Restoran X memiliki penyajian makanan yang unik dan juga atmosfer restaurant yang dilengkapi dengan hiasan layaknya di warung. Restoran X juga didukung oleh lokasi yang mudah ditemukan sehingga restaurant mereka cukup ramai.

Dengan perubahan gaya hidup masyarakat saat ini yang bergantung pada teknologi yang juga terlihat dari adanya peningkatan penggunaan sosial media. Hal ini dilihat dari adanya penetrasi sebesar 49% pengguna aktif sosial media di Indonesia (Pertiwi, 2018). Oleh sebab itu, perusahaan dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan juga meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah yang besar (Irianto, 2015). Pemanfaatan sosial media sebagai sarana marketing ini dapat dilakukan oleh perusahaan dengan membuat konten yang menarik dan mengupdate konten secara rutin dan konsisten. Konten untuk marketing di sosial media ini harus diintegrasikan dengan strategi pemasaran. Namun membuat konten yang menarik dan konsisten

saja tidak cukup. Untuk itu Perusahaan juga harus mengelola dengan baik akun sosial media mereka, salah satu caranya dengan meningkatkan interaksi dengan pelanggan (Kaushik, 2012). Contohnya: Pelanggan bisa mengetahui informasi menu terbaru dan terbaik di restaurant serta diskon special jika menunjukkan konten yang terkait dengan penawaran tersebut dari social media milik restaurant. Hal ini akan mendorong pelanggan untuk terus mengikuti sosial media milik perusahaan karena adanya keuntungan yang diperoleh pelanggan.

Sebagai bentuk dorongan bagi pelanggan untuk terus mengikuti sosial media perusahaan agar mendapatkan informasi terbaru dan menarik, salah satu caranya adalah perusahaan harus rutin mengupdate informasi seputar perusahaan, karena jika jarang mengupdate informasi akun bisnis perusahaan juga akan jarang muncul di beranda pengikut. Hal ini akan membuat pelanggan tidak memiliki perbedaan antara menjadi pengikut media sosial perusahaan dan tidak, sehingga besar kemungkinan mereka akan berhenti menjadi pengikut akun media sosial perusahaan (Kompas, 2018).

Selain itu Restaurant X juga memiliki permasalahan yaitu kurangnya kemampuan Restaurant X dalam menjalin hubungan dengan pelanggan untuk bisa mempertahankan pelanggan. Hal ini terlihat dari tidak adanya balasan terhadap review dan pesan pelanggan di Zomato serta kurangnya interaksi pelanggan (komentar dan *like*) pada instagram Restoran X. Padahal poster promosi yang di post di Instagram Restoran X sudah dilakukan dengan rutin dan menarik, namun konten penunjang poster tersebut belum cukup meningkatkan interaksi pelanggan. Kurangnya interaksi pelanggan ini menandakan bahwa strategi marketing yang

telah disusun kurang sampai kepada target yang dituju. Hal ini perlu diperbaiki sebagai bentuk pemasaran yang baik melalui sosial media perusahaan. Dengan adanya balasan atau tanggapan terhadap review dan pesan pelanggan, membuat pelanggan merasa lebih diperhatikan oleh Restaurant X dan hal ini juga bisa dijadikan acuan perusahaan dalam meningkatkan performa bisnisnya. Penggunaan sosial media sebagai media marketing bila dimanfaatkan dan dikelola dengan baik akan memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan seperti mengenalkan produk yang dijual, meningkatkan brand awareness, meningkatkan loyalitas dan menarik pelanggan baru (Helmi, Mulyono, & Tawila, 2018)

Untuk mengelola sosial media perusahaan dengan baik, dibutuhkan pegawai yang kompeten dalam bidang ini. Divisi marketing diharapkan memiliki kompetensi yang mampu mendukung pengelolaan sosial media perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran dan layanan pelanggan. Maka dibutuhkan suatu sistem yang dapat meningkatkan kinerja dari setiap pegawai di divisi marketing Restaurant X dengan menggunakan rancangan sistem penilaian kinerja. Dengan sistem ini Restoran X dapat memantau kinerja pegawai marketing dalam melakukan promosi serta melayani pelanggan. Pegawai marketing bisa memperoleh nilai yang maksimal jika berhasil menjaga serta meningkatkan interaksi pelanggan di sosial media serta mampu menanggapi review serta pertanyaan pelanggan yang ada di sosial media.

Rancangan sistem penilaian ini dapat mengkategorikan pegawai di divisi marketing yang mengacu pada performance indikator yang telah ditentukan sebelumnya oleh pihak Restoran X. Selanjutnya hasil pengkategorian ini dapat

dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi kinerja pegawai marketing selama menjalankan program promosi dan meningkatkan interaksi pelanggan di sosial media yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan Restoran X. Berdasarkan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini akan memuat judul “Rancangan Sistem Penilaian Kinerja Pegawai Pemasaran Restaurant X”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan pada penelitian ini adalah pelayanan terhadap pelanggan atau sistem pelayanan melalui respon aktif Restoran X di media sosial. Maka akan dibuat rancangan sistem penilaian untuk meningkatkan kinerja pegawai pemasaran. Rancangan sistem yang akan dibuat, yaitu Rancangan Sistem Penilaian Kinerja Untuk Pegawai Pemasaran

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah membuat rancangan sistem penilaian untuk meningkatkan kinerja pegawai marketing di Restoran X yang nantinya dapat dicoba diterapkan untuk sumber daya manusia pada divisi marketing di restoran tersebut

## **1.4 Batasan Masalah**

Sistem yang dirancang akan terbatas pada pengelolaan pelayanan melalui respon aktif Restoran X di sosial media, yang berfokus pada rancangan sistem penilaian bagi marketing di restaurant untuk meningkatkan kinerja pegawai.

Tantangan yang dihadapi dalam penelitian ini adalah rancangan sistem ini terbatas dan hanya dapat digunakan pada Restoran X saja untuk menjalankan program promosi dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui sosial media dan belum dapat diterapkan untuk restaurant lainnya karena rancangan sistem ini dibuat dan disesuaikan dengan keadaan serta kebutuhan Restoran X saat ini.

## 1.5 Manfaat Penelitian.

### 1. Manfaat bagi penulis

Penelitian ini berguna untuk menambah wawasan penulis dalam mengembangkan sumber daya manusia melalui sistem informasi bisnis.

### 2. Manfaat bagi perusahaan

Penelitian ini akan menghasilkan suatu rancangan sistem penilaian bagi marketing sehingga dapat digunakan oleh restaurant untuk meningkatkan pelayanan.

### 3. Manfaat bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca dan menjadi rekomendasi ketika merancang sistem penilaian untuk mengembangkan sumber daya manusia.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Dalam skripsi ini, penulis membagi penelitian ke dalam enam bab, yaitu:

- **Bab 1 Pendahuluan:**

Penjelasan mengenai latar belakang masalah cengan melakukan identifikasi masalah yang terjadi dalam proses bisnis, terlebih dalam melayani pelanggan. Selain itu pada bab ini juga dijelaskan mengenai tujuan penelitian dan rancangan sistem yang akan dibuat untuk bisa mencapai tujuan tersebut.



- **Bab 2 Kajian Pustaka:**

Berisi kerangka teori yang menjadi dasar pembahasan dalam mendukung penulisan skripsi. Dimulai dengan teori mengenai sistem informasi, teori pelatihan bagi karyawan, teori Human Resource Analytical dan Teori data driven

- **Bab 3 Metode Penelitian**

Menjelaskan mengenai jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini. Bab ini juga menjelaskan metode penelitian yang dilakukan dan juga teknik yang digunakan dalam melakukan pengumpulan data. Selain itu juga dijelaskan teknik analisa data yang akan digunakan yaitu MIT 90's dan BPMN

- **Bab 4 Objek Penelitian**

Bab ini menjelaskan sejarah perusahaan, lokasi beroperasinya perusahaan, dan proses bisnis yang dijalankan.

- **Bab 5 Pembahasan**

Bab ini membahas mengenai menciptakan sistem pelatihan bagi pelayan. Dengan bantuan alat-alat yaitu MIT 90's yang didalamnya juga mencakup IMRA untuk menganalisis eksternal perusahaan, BPMN untuk menganalisis internal perusahaan dan menggambarkan proses bisnis yang berjalan dan sistem pelatihan yang telah dirancang untuk meningkatkan pelayanan

- **Bab 6 Kesimpulan dan Saran**

Kesimpulan berupa jawaban ringkas dari identifikasi masalah yang telah dijabarkan sedangkan saran merupakan masukan dari peneliti untuk perusahaan.