

## PENERAPAN PLATFORM MEDIA SOSIAL LINKEDIN SEBAGAI ALAT REKRUTMEN

**Hamzah Muhammad Mardi Putra<sup>1</sup>, Mohammad Hatta Fahamsyah<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa

<sup>1</sup>hamzah@pelitabangsa.ac.id, <sup>2</sup>hatta@pelitabangsa.ac.id

**ABSTRACT** - Recruitment is an exciting activity, screening and selecting a pool of candidates (employees who are best suited in skills, experience and competence). The conventional recruitment process spends more time and costs and the best organizations in hiring the best employees at the lowest cost. This becomes a must in competing for competitive advantage in the industrial world. Over time, the recruitment process has changed from conventional methods to methods with the application of technology such as through website-based recruitment, Job Street, and social media.

LinkedIn is a professional social media platform with 443 million users in approximately 200 countries. By using LinkedIn's social media professionals as a tool for recruitment, job seekers and companies that need labor will be made easier. The method used in this study is to find out the suitability between job seekers with the criteria needed by the company in the framework of the labor recruitment process. Data collection will be used on job seekers in Jababeka industrial area and will be adapted to companies in Jababeka industry area.

The results show a significant relationship that Personal-organizational variables, Personal-Groups, and Personal-Work variables can produce high organizational performance in the Jababeka industry area. The application of this research is expected to be a solution for job seekers and companies in the industry area in the labor recruitment process, so that there can be efficiency in the recruitment process.

**Keywords:** Recruitment; social media; LinkedIn,

**ABSTRAK** - Rekrutmen adalah kegiatan menarik, menyaring dan memilih kumpulan calon (karyawan yang paling cocok dalam keterampilan, pengalaman dan kompetensi). Proses rekrutmen konvensional menghabiskan lebih banyak waktu dan biaya serta organisasi terbaik dalam mempekerjakan karyawan terbaik dengan biaya terendah. Hal tersebut menjadi sebuah keharusan dalam bersaing demi meraih keunggulan kompetitif di dunia industri. Seiring berjalannya waktu, proses rekrutmen sudah berubah dari metode konvensional menjadi metode dengan penerapan teknologi seperti melalui rekrutmen berbasis website, job street, dan social media.

Aplikasi Sosial Media LinkedIn adalah platform Media Sosial profesional dengan 443 juta pengguna di sekitar 200 negara. Dengan menggunakan media social professional LinkedIn sebagai alat untuk rekrutmen, para pencari kerja dan para perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja akan dipermudah. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui kesesuaian antara pencari kerja dengan kriteria yang dibutuhkan perusahaan dalam rangka

proses rekrutmen tenaga kerja. Pengumpulan data akan digunakan pada para pencari kerja di area Industri Jababeka dan akan disesuaikan dengan perusahaan yang ada di area Industri Jababeka .

Hasil penelitian juga menunjukkan hubungan signifikan bahwa variable Personal- organisasi, Personal-Kelompok, dan Variabel Personal-Pekerjaan dapat menghasilkan kinerja organisasi yang tinggi di area industry jababeka. Penerapan penelitian ini diharapkan menjadi solusi bagi para pencari kerja dan perusahaan di area industry dalam proses rekrutmen tenaga kerja, sehingga dapat terjadi efisiensi pada proses rekrutmen.

**Kata Kunci:** Rekrutmen; media sosial; LinkedIn.

### PENDAHULUAN

#### 1. Latar Belakang

Rekrutmen adalah kegiatan menarik, menyaring dan memilih kumpulan calon (karyawan yang paling cocok dalam keterampilan, pengalaman dan kompetensi). Proses rekrutmen konvensional menghabiskan lebih banyak waktu dan biaya serta organisasi terbaik dalam mempekerjakan karyawan terbaik dengan biaya terendah. Hal tersebut menjadi sebuah keharusan dalam bersaing demi meraih keunggulan kompetitif di dunia industri. Seiring berjalannya waktu, proses rekrutmen sudah berubah dari metode konvensional menjadi metode dengan penerapan teknologi seperti melalui rekrutmen berbasis website, job street, dan social media.

Media Sosial sebagai alat rekrutmen memiliki banyak keuntungan seperti memberikan akses kepada calon karyawan dengan kompetensi dan keterampilan berbeda (Doherty, 2010). Penggunaan Media Sosial sebagai alat rekrutmen

juga memberikan teknologi yang lebih menarik untuk digunakan. (Galanaki, 2002). Proses rekrutmen yang dirasakan belum terbukti akurasi dan keadilannya serta kriteria seleksi yang belum tentu sama antara perusahaan. Informasi yang ditampilkan sangat penting untuk dipilih dan sering kurang akurat dengan kebutuhan industry dan kepuasan pengguna tenaga kerja (Sylva & Mol, 2009).

Aplikasi Media Sosial LinkedIn adalah platform media social professional dengan jumlah 443 juta pengguna di sekitar 200 negara di dunia. Misi LinkedIn adalah untuk mendukung perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja dan perekrutan (mendapatkan bakat dan merekrut kumpulan bakat (pool talent), pemasara dan penjualan (meningkatkan upaya penjualan social pengguna media social). LinkedIn juga memberi para perusahaan perekrut dengan saran untuk para organisasi perekrut. Kunci dari platform LinkedIn sebagai alat rekrutmen adalah membangun hubungan dengan kandidat jauh sebelum mereka melamar ke perusahaan.

Banyak pencari kerja dan pekerja tumbuh dan meningkatkan perekrutan online karena platform dan situs jejaring social menjadi hal yang substansial (Ouiridi et al, 2016; Roulin, 2013). Terlepas perkembangan rekrutmen online, pengungganaan media social masih terbatas. Rekrutmen online dan penerapan media social masih menjadi topic yang tidak diketahui saat ini terutama dalam menentukan profil calon pencari kerja. Hal ini berlaku untuk ilmu perilaku dan manajemen di Indonesia terutama di Area Industri Jababeka tempat Kawasan Industri Terbesar di

Hamzah Muhammad, Mohammad Hatta  
ASIA Tenggara dan terdapat ribuan para pencari kerja.

## 2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan Platform Media Sosial LinkedIn sebagai Alat Rekrutmen di Area Industri Jababeka. Target yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

- a. Mengidentifikasi penerapan Media Sosial LinkedIn pada proses rekrutmen di Kawasan Industri
- b. Mengetahui factor apa saja yang mempengaruhi kandidat dalam proses rekrutmen melalui media LinkedIn

## 3. Penerima Manfaat

Penerima manfaat dari penelitian ini adalah para pencari kerja dan perusahaan yang membutuhkan pekerja dengan kriteria yang sesuai. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi proses rekrutmen

## 4. Luaran

Penelitian ini akan dilakukan studi analisis penerapan Platform Media Sosial LinkedIn sebagai alat rekrutmen di Area Industri. Penerapan media social LinkedIn dapat memberikan efisiensi waktu dan biaya pada kegiatan rekrutmen dan terjadi kesesuaian profil kebutuhan Pekerja dengan pencari kerja. Luaran yang ditargetkan:

- a. Pemanfaatan Media Sosial LinkedIn sebagai Alat rekrutmen
- b. Publikasi Ilmiah dan Prosiding Hasil Penelitian
- c. Paten dalam bentuk Pemanfaatan Media Sosial LinkedIn sebagai alat Rekrutmen

## TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini akan dilakukan di Kawasan Industri Jababeka dengan mencari tahu kesesuaian kriteria pencari kerja dengan kebutuhan dari perusahaan.

### 1. Kerangka Teori

Kerangka Teori pada penelitian ini dikembangkan oleh Bruettner (2014) untuk perekrutan media sosial yang mencakup seluruh lingkungan organisasi dan para tenaga kerja di dalamnya. Kerangka kerja ini dapat dipecah menjadi sub-fit dengan yang paling tepat terdiri dari tiga semua kecuali sub-fit terputus-putus, yang bersama-sama hampir mencakup seluruh fit lingkungan organisasi (Kristof-Brown, 2005). Sub-fit ini adalah

- Kesesuaian lingkungan organisasi orang
  - Kesesuaian kelompok orang
  - Kesesuaian pekerjaan dengan orang
- Karyawan adalah yang memenuhi

kebutuhan dalam organisasi dengan budaya yang sesuai dengan kepribadiannya. Penilaian tingkat makro kesesuaian orang-organisasi diindikasikan dan sesuai aturan dilakukan oleh perusahaan konsultan seperti bagian HRD (Human Resource Development). Penilaian kesesuaian orang-kelompok (tingkat meso) terkait dengan interaksi sosial (gaya komunikasi dan peran kelompok) dalam kelompok kerja antara rekan kerja. Di sebagian besar perusahaan, perekrut (HRD) mengevaluasi kecocokan ini melalui pertanyaan wawancara khusus. Terakhir, pada tingkat mikro, perekrut mengevaluasi kesesuaian orang-pekerjaan berdasarkan keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan kandidat serta tuntutan pekerjaan

Hamzah Muhammad, Mohammad Hatta tertentu. Ini biasanya dilakukan dengan pemeriksaan langsung CV kandidat, testimonial dan surat referensi bersama dengan deskripsi pekerjaan. Gambaran investigasi tentang hal ini dan sub-fit lebih lanjut dapat ditemukan di Buettner (2014).

### 2. Kerangka Konsep

Bagian SDM (HRD) terutama aktif dalam kegiatan rekrutmen dan seleksi sebagai salah satu dari delapan fungsi inti SDM (Buettner, 2015). Fokus pada konsep ini, firma konsultan HR klasik biasanya mengusulkan sekumpulan kandidat khusus lowongan yang sesuai untuk organisasi perekrutan. Pencarian kandidat yang cocok sangat memakan waktu dan biaya. Pendekatan pada kerangka konsep ini memberi perusahaan konsultan SDM kesempatan untuk secara otomatis menerima rekomendasi dari kandidat yang sesuai berdasarkan analisis media sosial untuk informasi terkait kepribadian. Pada langkah pertama, organisasi perekrutan meminta konsultan HR mencari karyawan tertentu dan selanjutnya menyerahkan profil budaya organisasi ke perusahaan konsultan HR (langkah 2). Setelah itu, perusahaan konsultan SDM secara aktif mencari kandidat atau menerima lamaran dari orang-orang yang berminat (langkah 3). Langkah 4 terdiri dari permintaan firma konsultan SDM untuk penilaian kepribadian menggunakan layanan web prediksi kepribadian mengirimkan ciri kepribadian kandidat ke perusahaan konsultan SDM yang memilih pelamar yang paling cocok dan mengirimkan pelamar ini termasuk skor kesesuaian budaya-kepribadian ke perekrutan organisasi.

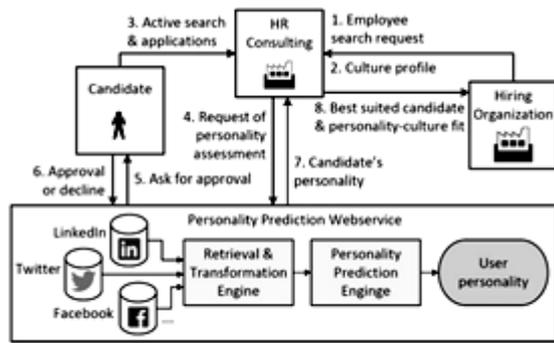


Fig. 2 A novel social media recruiting framework for HR consulting based on Buettner's (2016d) personality prediction engine

### 3. Implementasi Media Sosial

Penelitian terdahulu mengenai rekrutmen konvensional tampaknya kurang praktik dan sedikit pengetahuan tentang kriteria pencari kerja dan reaksi terhadap proses rekrutmen internet meskipun terdapat sebagian yang relevan bagi praktisi Manajemen Sumber Daya Manusia dan di antara pencari kerja (Sylva & Mol, 2009). Platform media sosial (SM) mengubah interaksi manusia dan cara orang mengakses informasi pribadi dalam lingkungan online yang berkembang. SM adalah contoh inovasi yang tidak berkesinambungan - produk baru yang membentuk pola perilaku baru (Assael, 1984) dan memengaruhi cara profesional sumber daya manusia (SDM) merekrut, menyaring, merekrut, dan memberhentikan karyawan (Brandenburg, 2008; Brown dan Vaughn) 2011; Clark dan Roberts, 2010; Davison et al., 2011; Slovensky dan Ross, 2011).

Sebagaimana yang sudah dilakukan oleh Davidson et al. (2011, p. 1), "Teknologi saat ini diatur untuk merevolusi cara manajemen SDM dilakukan". Penelitian terdahulu oleh praktisi SDM menunjukkan bahwa meskipun penggunaan dan minat yang meningkat pada platform Media Sosial, seperti Facebook, Twitter dan YouTube, terdapat pemahaman yang ambigu tentang istilah "media

Hamzah Muhammad, Mohammad Hatta sosial". Kaplan dan Haenlein (2010) menjelaskan SM sebagai sekelompok aplikasi berbasis Internet yang beroperasi di atas dasar Web 2.0 dan konten yang dibuat pengguna (UGC). Didorong oleh pengaruh teknis (misalnya peningkatan kapasitas perangkat keras dan akses ke Internet), ekonomi (alat pembuatan UGC) dan sosial (misalnya, keterlibatan Generasi Y dengan teknologi) dari Web 2.0 (Kaplan dan Haenlein, 2010), adopsi Media Sosial telah eksponensial. Data terbaru menunjukkan mayoritas pengguna Internet laki-laki (63 persen) dan perempuan (75 persen) menggunakan platform SM (Pew Internet, 2012). Meskipun aplikasi Media Sosial pada awalnya dikembangkan untuk alasan sosial, bisnis sekarang menggunakan aplikasi ini untuk berinteraksi dengan pelanggan dan calon karyawan di ruang online.

### 4. Data Empiris mengenai Rekrutmen Online

Berdasarkan penelitian terdahulu, hanya ada sedikit penelitian akademis atau studi empiris sebelumnya yang berfokus pada Media Sosial dalam konteks SDM, dan bahkan lebih sedikit lagi di area industri. Untuk alasan ini, tinjauan pustaka lebih berfokus pada media sosial dalam konteks SDM daripada melihatnya dari konteks industry secara umum. Dari beberapa studi yang diakses, satu studi memiliki cakupan yang lebih luas menangani penggunaan media sosial untuk tujuan bisnis dengan fokus kecil pada SM untuk SDM (CTHRC, 2011), sedangkan yang lain melihat fenomena dari perspektif kandidat pekerjaan versus perspektif pemberi kerja (Madera, 2012). Penelitian saat ini terutama menggambarkan prevalensi, manfaat dan kerugian dari Media Sosial

dan SDM sebagai tren yang terkait dengan proses perekrutan dan penyaringan calon karyawan.

Menurut survei SHRM (2011b), profesional HR yang menanggapi menunjukkan penggunaan LinkedIn (95 persen), Facebook (58 persen) dan Twitter (42 persen) untuk tujuan perekrutan, terutama menargetkan karyawan yang digaji non-manajemen (82 persen) ) dan posisi manajemen lainnya, tidak termasuk manajemen atas (77 persen). Lebih lanjut, dari 18 persen profesional HR menggunakan SM untuk menyaring kandidat, 30 persen melaporkan menggunakan informasi dari SM untuk mendiskualifikasi kandidat. Para profesional HR ini juga melaporkan menggunakan LinkedIn (85 persen), Facebook (78 persen) dan Twitter (11 persen) untuk menyaring kandidat untuk manajemen puncak (41 persen) dan posisi gaji non-manajemen (26 persen) (SHRM, 2011b). dst.

### **Permasalahan Pokok**

Penelitian terdahulu mengenai rekrutmen konvensional tampaknya kurang praktik dan sedikit pengetahuan tentang kriteria pencari kerja dan reaksi terhadap proses rekrutmen internet meskipun terdapat sebagian yang relevan bagi praktisi Manajemen Sumber Daya Manusia dan di antara pencari kerja (Sylva & Mol, 2009). Platform media sosial mengubah interaksi manusia dan cara orang mengakses informasi pribadi dalam lingkungan online yang berkembang. Sosial media adalah contoh inovasi yang tidak berkesinambungan - produk baru yang membentuk pola perilaku baru (Assael, 1984) dan memengaruhi cara profesional sumber daya manusia (SDM) merekrut, menyaring, merekrut,

Hamzah Muhammad, Mohammad Hatta dan memberhentikan karyawan (Brandenburg, 2008; Brown dan Vaughn) 2011; Clark dan Roberts, 2010; Davison et al., 2011; Slovensky dan Ross, 2011).

Sebagaimana yang sudah dilakukan oleh Davidson et al. (2011, p. 1), "Teknologi saat ini diatur untuk merevolusi cara manajemen SDM dilakukan". Penelitian terdahulu oleh praktisi SDM menunjukkan bahwa meskipun penggunaan dan minat yang meningkat pada platform media sosial, seperti Facebook, Twitter dan YouTube, terdapat pemahaman yang ambigu tentang istilah media sosial.

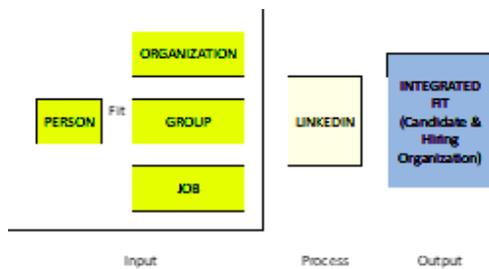
Media sosial merupakan sekelompok aplikasi berbasis Internet yang beroperasi di atas dasar Web 2.0 dan konten yang dibuat pengguna (UGC). Didorong oleh pengaruh teknis (misalnya peningkatan kapasitas perangkat keras dan akses ke Internet), ekonomi (alat pembuatan UGC) dan sosial (misalnya, keterlibatan Generasi Y dengan teknologi) dari Web 2.0 (Kaplan dan Haenlein, 2010), adopsi media sosial telah eksponensial. Data terbaru menunjukkan mayoritas pengguna internet laki-laki (63 persen) dan perempuan (75 persen) menggunakan platform sosial media (Pew Internet, 2012). Meskipun aplikasi Media Sosial pada awalnya dikembangkan untuk alasan sosial, bisnis sekarang menggunakan aplikasi ini untuk berinteraksi dengan pelanggan dan calon karyawan di ruang online.

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggambarkan pendekatan sistem atau model input, proses, output. Masukan dari penelitian ini meliputi kesesuaian person dengan

Hamzah Muhammad, Mohammad Hatta

organisasi, person dengan kelompok, dan person dengan pekerjaan. Di sisi lain, prosesnya adalah media sosial, LinkedIn, dan hasilnya adalah kesesuaian antara kandidat dan organisasi perekrutan yang terintegrasi. Alat Analisis yang digunakan adalah Analisis Faktor dan Path Analysis, yaitu analisis variable penelitian dengan menghubungkan antar variable untuk mengetahui kesesuaian.



Secara khusus, responden dalam penelitian ini meliputi kebutuhan, nilai, tujuan, kepribadian, pengetahuan, kompetensi, keterampilan, kemampuan, dan demografi individu yang dibutuhkan industry di Area industry Jababeka. Secara khusus, kesesuaian orang - organisasi terdiri dari kesesuaian orang dengan iklim organisasi dan budaya organisasi; the person - group fit terdiri dari fit of person dengan hubungan kelompok satu sama lain, peer, supervisor dan bawahan; the person - job fit terdiri dari jenis pekerjaan, tuntutan beban kerja, lingkungan kerja, jalur karir, kompensasi, kualitas hidup, kesehatan dan kesejahteraan.

Prosesnya adalah LinkedIn yang merupakan jejaring profesional sosial dan situs pengembangan karir yang digunakan sebagai alat populer dalam rekrutmen, seleksi dan perekrutan. Terakhir, outputnya adalah kesesuaian yang terintegrasi antara kandidat dan organisasi perekrutan yang akan menghasilkan kinerja tinggi.

**Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data terdiri dari tiga bagian. Bagian pertama kuisisioner terdiri dari pertanyaan penyaring untuk memilih responden yang sesuai dengan kriteria inklusi, yaitu responden yang menggunakan aplikasi media sosial LinkedIn untuk mencari pekerjaan. Kuisisioner bagian kedua terkait dengan pertanyaan tentang variabel penelitian yang terdiri dari enam tabel. Bagian kedua dikumpulkan melalui skala likert yang terdiri dari 4 level yaitu STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), S (Setuju), dan SS (Sangat Setuju). Bagian ketiga kuisisioner terdiri dari pertanyaan-pertanyaan berupa data demografi responden.

**Tabel 1**  
**Skala**

Numerical Value	Range	Interpretation
4	3.50 – 4.0	Sangat Setuju
3	2.50 – 3.49	Setuju
2	1.50 – 2.49	Tidak Setuju
1	1.00 – 1.49	Sangat Tidak Setuju

Proses pengumpulan data dimulai dengan tes kata pada kuisisioner, pretest kuisisioner, kemudian dimulai penyebaran kuisisioner. Pengujian kata pada kuisisioner dilakukan untuk menguji apakah kalimat pada kuisisioner tersusun rapi sesuai EYD (Enhanced Spelling). Kuisisioner pretest dilakukan untuk menguji apakah kuisisioner tersebut siap disebarkan. Uji angket dilakukan dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas angket penelitian.

**Metode Sampling**

Responen pada penelitian ini dipilih dari sector industry yang ada di Area Industri Jababeka yang dikelompokkan menjadi kluster manufaktur, perdagangan, pendidikan dan kesehatan khususnya di Kawasan Industri Jababeka. Penentuan empat

kluster untuk mengetahui perbedaan responden di satu wilayah perusahaan dengan respons di berbagai bidang industri. Pemilihan perusahaan ditentukan pada saat penelitian tidak banyak opsi luar karena sedang terjadi Pandemi Covid-19 sehingga sulit mencari pekerjaan di luar area.

**Tabel 2**  
**Kluster Sampling**

Cluster	Number of Respondents	Percentage
Manufacturing	100	25.00
Trading	100	25.00
Education	100	25.00
Health Service	100	25.00
Total	400	100.00

Populasi penelitian merupakan semua angkatan kerja yang aktif terutama yang berada di Jawa Barat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Februari 2020, jumlah angkatan kerja di Propinsi Jawa Barat sebesar 24,33 juta orang. Sampel pada penelitian ini adalah para pencari kerja yang merupakan angkatan kerja di Jawa Barat secara Umum dan khususnya di Are Industri Jababeka.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian pada variable penelitian yaitu Profil Personal, Profil Kelompok, dan Profil Organisasi menggunakan metode analisis Deskriptif sebagai berikut.

**Tabel 3. Outer Model**

Variabel/Indikator	N	Means	Standar Deviasi	Kesimpulan
Profil Personal	377	3,33	0,724	Sangat Setuju
Profil Kelompok	377	3,50	0,708	Sangat Setuju
Profil Organisasi	377	3,53	0,612	Sangat Setuju
<b>Kinerja Organisasi</b>				
- Personal-Organisasi	377	3,43	0,605	Sangat Setuju
- Personal-Kelompok	377	3,37	0,665	Sangat Setuju
- Personal-Pekerjaan	377	3,40	0,651	Sangat Setuju

*Sumber: Hasil Pengolahan 2021*

Hamzah Muhammad, Mohammad Hatta  
Seluruh responden pada indikator pada setiap variabel menunjukkan hasil sangat setuju dengan rata-rata lebih dari 3,00 dan standar deviasi kurang dari 1. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel profil personal, profil kelompok dan profil organisasi memiliki dampak pada proses rekrutmen tenaga kerja di area industry Jababeka.

Seluruh responden juga menunjukkan hasil sangat setuju dengan angka rata-rata lebih dari 3,00 dan standar deviasi kurang dari 1. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada variable Personal-Organisasi, Variabel Personal Kelompok, dan Variabel Personal-Pekerjaan memiliki dampak pada proses rekrutmen tenaga kerja di are industry Jababeka.

**Tabel 4. Indeks Pengujian Model**

Variabel	Value	Signifikan	Kesimpulan
- Personal-Organisasi	3475,999	0,000	signifikan
- Personal-Kelompok	2837,857	0,000	Signifikan
- Personal-Pekerjaan	3172,789	0,000	Signifikan

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan hasil uji Chi-Square, Indeks Pengujian model menunjukkan pada model Personal-Organisasi menunjukkan nilai signifikan 0,000 (kurang dari p-value 0,05). Hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan Personal dan Organisasi memiliki hubungan yang signifikan. Hasil pada uji Personal-Kelompok menunjukkan nilai signifikansi 0,000 (di bawah p-value 0,05). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan pada Personal dengan Kelompok. Hasil uji Chi-Square pada variable Personal-Pekerjaan menunjukkan nilai signifikansi

0,000 (di bawah p-value 0,05). Hal tersebut menunjukkan bahwa variable hubungan Personal-Pekerjaan memiliki dampak pada proses rekrutmen tenaga kerja di area industry Jababeka.

#### 4.1. Profil Responden

Penelitian menghasilkan temuan responden penelitian yaitu tenaga kerja di area industry yang dilakukan dari Januari sampai dengan April sebagai berikut:

1. Seluruh responden berjumlah 377 orang yang terbagi dalam pekerjaan di bidang manufaktur, pelayanan kesehatan, pendidikan, dan perdagangan. Penelitian ini berlokasi di Kawasan Industri Jababeka Jawa Barat, Indonesia pada waktu Januari 2021 sampai Juni 2021. Peneliti mengumpulkan data dengan aplikasi google form kepada semua responden yang Bekerja di Kawasan Industri Jababek
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan jenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan tingkat signifikansi laki-laki 61,5% dan perempuan 38,5%.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden tersebut berasal dari usia di bawah 25 tahun sebesar 36,9% (139 orang) diikuti dengan usia 36-45 tahun 27,6% (104 orang). Sedangkan responden lainnya berusia 26-35 tahun (25,5%), 45-55 tahun (7,4%) dan di atas 55 tahun (2,7%)
4. Pendidikan responden penelitian paling banyak adalah tamatan dengan 36,9% (139 orang) diikuti oleh mahasiswa S2/S3 sebanyak 35% (132 orang) dan paling sedikit adalah Pasca Sarjana sebesar 28,1% (106 orang). Namun terdapat perbedaan paling signifikan antara

Hamzah Muhammad, Mohammad Hatta kelompok umur responden di perusahaan tersebut.

5. Responden penelitian berasal dari perusahaan manufaktur, perdagangan, pendidikan, dan jasa dengan persentase tertinggi dimiliki oleh kelompok perusahaan manufaktur (38,2%) yang dikuasai oleh responden wanita (21,1%); namun terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok umur responden pada kelompok perusahaan yang diteliti pada tingkat signifikansi 1 persen.
6. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara lama kerja pada organisasi responden pada kelompok perusahaan yang diteliti pada tingkat signifikansi 1 persen. Responden dikelompokkan menjadi di bawah 1 tahun, 1-5 tahun, 6-10 tahun dan di atas 10 tahun di organisasi. Kelompok I yang paling banyak menjadi responden
7. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengeluaran dalam satu bulan responden di Kawasan Industri Jababeka lebih dari 5 juta dengan 40,3%. Responden dikelompokkan menjadi pengeluaran di bawah 1 juta, 1-3 juta, 3-5 juta dan lebih dari 5 juta.

#### 4.2. Profil Personal

Profil pribadi responden yang dibutuhkan untuk mencapai Kinerja Tinggi Terintegrasi Karyawan adalah Kebutuhan, Nilai, Tujuan, Kepribadian, Pengetahuan, Kompetensi dan Keterampilan. Organisasi membutuhkan seseorang yang memiliki kualifikasi untuk memimpin perusahaan, memiliki keterampilan dan pengetahuan dalam melaksanakan tugas dan

profesionalismenya. Tujuan pribadi karyawan selaras dengan tujuan organisasi. Organisasi menghormati dan mengakui perbedaan orang dalam hal jenis kelamin, usia, pendapatan dan pengeluaran, posisi dan agama. Kompensasi moneter dalam organisasi cukup untuk memenuhi kebutuhan karyawan.

#### 4.3. Profil Organisasi

Organisasi memiliki keyakinan kewirausahaan yang sangat dinamis dimana karyawan berkomitmen untuk menghadapi risiko. Ada penerimaan keragaman dalam lintas budaya organisasi dan ada visi dan misi dalam organisasi. Ada faktor signifikan yang membuat organisasi bersatu yaitu kepercayaan, loyalitas, dan saling menghormati antar karyawan. Ada motivasi intrinsik untuk menjadi yang terdepan dalam kinerja pekerjaan dan komitmen terhadap inovasi dan pertumbuhan bisnis.

#### 4.4. Hubungan Supervisor

Supervisor dalam organisasi memungkinkan bawahannya untuk mengungkapkan pendapat mereka tentang pekerjaan yang sedang dilakukan dan terbuka untuk saran yang mungkin dapat berkontribusi pada peningkatan produktivitas kerja. Atasan dan pemimpin dalam organisasi memberikan penghargaan yang adil kepada bawahan yang memiliki pekerjaan yang baik. Atasan lebih dari bersedia untuk memberikan arahan yang jelas dan membimbing bawahannya sehubungan dengan pencapaian hasil kerja yang diinginkan. Atasan juga memberikan motivasi agar mereka mampu melaksanakan tugasnya, menunjukkan kesediaannya untuk belajar dari atasannya, dan bersedia bekerja sama dengan

Hamzah Muhammad, Mohammad Hatta atasannya dalam mencapai tujuan dan sasaran departemen.

#### 4.5. Profil Pekerjaan

Profil jabatan dalam organisasi di kawasan Industri membutuhkan kinerja dan efektivitas yang tinggi. Manajer dan karyawan ditugaskan pekerjaan yang konsisten dengan bidang spesialisasi mereka dan kompeten dalam melaksanakan tugas kerja unik yang ditugaskan kepada mereka. Target dapat dikelola dan dicapai dalam organisasi juga mungkin melibatkan analisis pekerjaan, rotasi pekerjaan dan peningkatan pekerjaan. Kondisi kerja yang kondusif untuk menciptakan kinerja yang tinggi serta dapat menumbuhkan motivasi dan efisiensi karyawan. Karyawan memiliki cukup waktu untuk menikmati waktu mereka saat bekerja dan menghabiskan waktu bersama keluarga dan teman. Karyawan juga dapat menikmati minat dan hobi mereka untuk memiliki kualitas hidup.

### KESIMPULAN

Kesimpulan pada penelitian ini menunjukkan bahwa dari 377 responden memiliki karakter beragam pada jenis kelamin, kategori usia, pendidikan terakhir, masa kerja dan penghasilan dalam sebulan. Hasil penelitian menunjukkan hubungan signifikan bahwa variable Personal-organisasi, Personal-Kelompok, dan Variabel Personal-Pekerjaan dapat menghasilkan kinerja organisasi yang tinggi di area industri jababeka. Peneliti merekomendasikan kepada para organisasi di Kawasan Industri perlu memiliki profil pribadi dalam merekrut tenaga kerja berdasarkan nilai, kebutuhan, kompetensi, keterampilan, kepribadian,

Hamzah Muhammad, Mohammad Hatta

pengetahuan untuk mencapai kinerja organisasi yang tinggi. Sebaiknya menghindari perbedaan terutama pada agama, ras, jenis kelamin, dan usia. Organisasi dalam merekrut tenaga kerja perlu menyelaraskan budaya perusahaan dengan kepribadian seseorang untuk mendapatkan loyalitas dan saling menghormati satu sama lain. Ditemukan bahwa di kawasan Industri terdapat perbedaan umur, jenis kelamin, agama, ras dan asal kelahiran, maka karyawan di kawasan industri perlu beradaptasi dalam setiap perubahan budaya. Dalam sebuah organisasi diperlukan memiliki hubungan yang baik antara Supervisor, Rekan, dan Bawahan, tidak hanya hubungan status tetapi dilaksanakan dengan komunikasi dan koordinasi. Agar dapat menjadi High Performance Fit dalam organisasi, Supervisor, Rekan dan Bawahan membutuhkan kerjasama tim dalam memecahkan masalah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buettner R (2016d) Predicting user behavior in electronic markets based on personality-mining in large online social networks: a personality-based product recommender framework. *Electron Markets Int J Netw Bus*, 1–19
- Darrag, Mohamed, & Aziz. (2010). Investigating Recruitmen Practices and Problem of Multinational Companies (MNCs) Operating in Egypt. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues* vol. 3 Iss 2. p.99-116
- El-Kot, Ghada & Leat, Mike. (2008). A Survey of Recruitment and Selection Practices in Egypt. *Education, Business, and Society: Contemporary Middle Eastern Issues* vol. 1 Iss 3. p. 200 - 212.

- Enz, C. A. (2009). Human resource management: A troubling issue for the global hotel industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 50(4): 578–583.
- Nielsen. (2016). *Global Connected Commerce Report* January 2016.
- Noe, Hollenback, Gerhart, Wright (2008) *Human Resource Management: Gaining a Competitive advantage*. (9th edition). McGraw-Hill: Boston.
- Gilmore, S. and Steve Williams. S. (2013). *Human Resource Management. Second Edition*. Publication Date - April 2013. ISBN: 9780199605484
- Golbeck, J. (2013), *Analyzing the Social Web*, Morgan Kaufman, Waltham, MA.
- Gosling SD, Rentfrow PJ, Swann WB Jr (2003) A very brief measure of the big-five personality domains. *J Res Pers* 37(6):504–528
- Berger, L.A., & Berger, D.R. (2004). *The Talent Management Handbook: Creating Organizational Excellence by Identifying, Developing & Promoting Your Best People*. New York: McGraw-Hill.