

Efektivitas Job Fair sebagai Media Rekrutmen Mengisi Posisi Strategis dalam Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) didalam dunia Industri

Yetty Yuliany Kusumaningrum^{1✉}, Anindya Putri Utami², Reni Nur Arifah³, Putri Aryo Jelang Fitri Khothimah⁴

1,2,3,4 Program Studi Manajemen, Institut Karya Mulia Bangsa, Kabupaten Semarang, Indonesia

Abstrak

Proses Rekrutmen untuk mengisi posisi strategis dalam Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM). Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana efektivitas job fair sebagai media dalam memenuhi kebutuhan tenaga kerja yang kompeten. Job fair online maupun offline / web di era digitalisasi memberikan peluang bagi perusahaan untuk menjaring calon karyawan dengan berbagai latar belakang pendidikan dan pengalaman, serta mempercepat proses seleksi yang akan memberikan keuntungan bagi pencari kerja (pencaker) dalam menjalin koneksi dengan berbagai perusahaan yang membutuhkan tenaga ahli, khususnya di posisi manajerial dan strategis. Dengan adanya Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara atau interview dengan Perusahaan atau industri bertujuan agar peserta job fair dan calon pelamar yang hadir, dapat menunjukkan bahwa job fair dapat menjadi sarana yang efektif dalam menemukan kandidat potensial untuk posisi strategis, terutama bila kebutuhannya sangat urgensi membutuhkan percepatan, kepraktisan dalam proses rekrutmen, Ada Beberapa Kendala atau tantangan yang terjadi seperti keterbatasan waktu mengenal lebih dalam kualifikasi kandidat, tetapi tetap akan melakukan proses kelanjutan proses rekrutmen tersebut

Kata kunci : Sumber daya manusia didalam industri, rekrutmen seleksi dan rekrutmen karyawan didalam industri, teknologi dalam Jobfair.

Copyright (c) 2024 Yetty Yuliany Kusumaningrum

✉ Corresponding author : yettyinfomeia@gmail.com

Email Address : yettyinfomeia@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di Era digitalisasi dalam telah membawa perubahan signifikan pada cara manusia berkomunikasi dan mengakses informasi, Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) bagi perusahaan berusaha mengisi posisi-posisi strategis sangat berpengaruh terhadap keberhasilan jangka panjang.

Perusahaan harus menghadapi tantangan dalam mencari kandidat tepat, terutama dalam pasar tenaga kerja sangat dinamis dan kompetitif. perusahaan harus bisa menemukan kandidat berkualitas dengan keahlian spesifik, terutama untuk posisi strategis membutuhkan pengalaman dan keterampilan khusus.

Dalam beberapa tahun terakhir, ada banyak minat dalam keterlibatan karyawan. Banyak yang mengklaim bahwa keterlibatan karyawan memprediksi hasil kerja karyawan,

keberhasilan organisasi, dan kinerja keuangan (Saks, 2006). Dengan adanya Job fair memungkinkan perusahaan memperluas jaringan mereka dengan berbagai institusi pendidikan, lembaga pelatihan, dan dengan perusahaan lain. Job fair menjadi lebih dari sekedar acara rekrutmen, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat hubungan industri dengan industri atau Perusahaan lain ikut membangun employer branding yang kuat. Sarana Job fair masih banyak dibutuhkan dan dimanfaatkan secara maksimal sebagai media rekrutmen, khususnya untuk posisi-posisi yang memerlukan kompetensi tinggi dalam MSDM di industri.

Karena keberhasilan organisasi dibatasi oleh modal manusianya, perekrutan karyawan sangat penting untuk keberlangsungan organisasi. Mungkin karena pentingnya hal ini, banyak peneliti telah berusaha untuk menemukan faktor-faktor yang terkait dengan keberhasilan mengisi posisi. Ini telah menghasilkan sejumlah penelitian yang berfokus pada prediktor seberapa menarik kandidat untuk pekerjaan tersebut. Peneliti lain, dalam konteks yang sama, telah melihat proses dari sudut pandang pencari kerja dan mencoba menemukan prediktor keberhasilan pencarian kerja (Acikgoz, 2019).

Menurut Zottoli & Wanous, (2000) mempelajari perbedaan kinerja pekerjaan dan masa kerja untuk tiga sumber: karyawan yang datang langsung, rujukan, dan iklan surat kabar. Karyawan yang datang langsung memiliki produktivitas yang lebih tinggi dan kekurangan dolar yang lebih rendah daripada rujukan karyawan atau iklan surat kabar. Namun, tidak ada perbedaan masa kerja di ketiga sumber tersebut. Meskipun rujukan dilaporkan memiliki informasi yang paling realistis, analisis regresi menunjukkan bahwa informasi yang realistis tidak memediasi hubungan antara sumber perekrutan dan kinerja pekerjaan. Teori dan penelitian perekrutan menunjukkan bahwa karakteristik objektif, pertimbangan subjektif, dan kontak kritis mengirimkan sinyal kepada calon pelamar tentang organisasi dan peluang yang tersedia. Dalam fase perekrutan menghasilkan pelamar, kontak kritis sebagian besar terdiri dari interaksi dengan sumber perekrutan (misalnya, iklan surat kabar, bursa kerja, situs web organisasi); namun, penelitian belum sepenuhnya membahas bagaimana ketiga jenis mekanisme pemberian sinyal memengaruhi keputusan awal untuk mencari pekerjaan dalam konteks perekrutan organisasi (Allen et al., 2007).

Proses rekrutmen harus mampu menerapkan fungsi manajemen sebagai "the Right Man on the Right Place", yang berarti bahwa kinerja karyawan akan meningkat. Kinerja karyawan sangat penting karena hasil produktivitas dipengaruhi oleh sumber daya manusia. Kinerja karyawan sangat penting karena perusahaan tidak akan dapat bersaing dengan perusahaan lain jika kinerja karyawannya buruk (Purwanti & Tiarapuspa, 2023). Di sisi lain, praktik manajemen sumber daya manusia, misalnya, pelatihan dan pengembangan, kompensasi, keamanan kerja, perencanaan sumber daya manusia, partisipasi karyawan dalam pengambilan keputusan, rekrutmen dan seleksi, kemajuan karier, kemajuan kinerja, dan sebagainya telah memainkan peran penting pada karyawan dengan berbagai cara dalam organisasi dalam konteks industri dan negara yang berbeda. berpendapat mengenai prasyarat bagi organisasi pariwisata untuk mempertahankan karyawan mereka dalam konteks industri pariwisata India. Mereka menemukan peran positif yang signifikan dari praktik manajemen sumber daya manusia organisasi seperti praktik seleksi, praktik pelatihan, praktik kompensasi, dan peluang pertumbuhan karier pada pergantian karyawan (Islam et al., 2023). Jejaring sosial memfasilitasi perekrutan melalui empat mekanisme yang berbeda: (1) peran penghubung, yang memungkinkan kontak cepat dan langsung antara pencari kerja dan perekrut, (2) pengembangan merek perusahaan, yang berkontribusi pada reputasi, visibilitas, dan daya tarik perusahaan dan mempromosikan kontak, (3) transparansi

dalam hubungan, yang berkontribusi untuk membangun kepercayaan dan mendorong pertukaran yang lebih kaya dan lebih manusiawi, jauh dari formalitas wawancara kerja, dan (4) menentukan data pekerjaan yang diusulkan, yang mengarah pada peringkat pelamar secara bertahap menurut kriteria yang unik dan objektif (Allal-Chérif et al., 2021).

Menurut Tordera et al., (2020) menemukan interaksi antara usia dan enam praktik SDM dalam hubungannya dengan empat pola kinerja kesejahteraan. Secara khusus, penilaian kinerja, rekrutmen dan seleksi, keamanan, dan manajemen keluar lebih bermanfaat bagi karyawan yang lebih muda.

Sebelum calon rekrutan dapat menilai apakah ada kecocokan dengan pemberi kerja, mekanisme pemberian sinyal teoritis sedang bekerja. Namun, tinjauan terbaru menunjukkan bahwa teori pemberian sinyal yang mapan hampir tidak digunakan dalam konteks perekrutan sektor publik. Ini merupakan kesenjangan penting dalam pemahaman teoritis, karena teori pemberian sinyal merupakan salah satu teori yang paling banyak digunakan dalam literatur manajemen dan pencitraan merek.

Bagaimana sinyal daya tarik efektif dalam menarik perhatian calon rekrutan pada tahap pertama proses perekrutan saat ini belum dipahami (Keppeler & Papenfuß, 2021). Orientasi employer branding memfasilitasi pembangunan citra pemberi kerja eksternal yang unik dan menarik yang dapat mengarah pada peningkatan efisiensi perekrutan, seperti waktu perekrutan dan biaya per perekrutan (Tumasjan et al., 2020). Diharapkan bahwa praktik rekrutmen dan seleksi dapat meningkatkan kesejahteraan dan kinerja karyawan karena mereka meningkatkan kecocokan karyawan dengan pekerjaan mereka dan dengan organisasi. Meningkatkan kompetensi melalui pelatihan dan pengembangan serta memberikan rasa masa depan karir yang menarik berkontribusi pada rasa aman dan membantu pengembangan efikasi diri, yang merupakan anteseden penting dari kesejahteraan dan kinerja dalam konteks yang sama.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu pendekatan penelitian digunakan memahami fenomena sosial secara mendalam dan holistik dari perspektif peserta penelitian. Metode ini berfokus pada makna, pengalaman, dan proses yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Penelitian kualitatif melibatkan pengumpulan data yang bersifat deskriptif dan analisis yang berfokus pada pola dan tema, serta memahami konteks dan makna di balik data dikumpulkan (Sugiyono,2018).

Hasil penelitian ini akan memberikan rekomendasi untuk perusahaan dalam mengoptimalkan penggunaan job fair sebagai bagian dari strategi rekrutmen mereka, serta membantu meningkatkan kualitas rekrutmen untuk posisi-posisi yang memiliki dampak strategis bagi perusahaan.

Proses yang dilakukan oleh metode penelitian menggunakan wawancara atau interview terhadap kandidat pencaker tentang keluhan mereka dan progres tindak lanjut jangka pendek dan jangka panjangnya. Dengan melakukan sampling penelitian sebanyak 5 orang diinterview tentang progres rekrutmen secara online, offline dan by Web. dengan pertanyaan secara menyeluruh.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil penelitian yang telah diperoleh dan analisis mendalam terhadap temuan tersebut. Hasil penelitian disusun secara sistematis untuk memberikan

gambaran yang jelas mengenai data yang berhasil dikumpulkan, sedangkan pembahasan bertujuan untuk menginterpretasikan data, menghubungkannya dengan teori atau penelitian sebelumnya, serta menjelaskan implikasinya. Pembahasan ini juga mencakup evaluasi terhadap faktor-faktor yang mungkin memengaruhi hasil penelitian dan memberikan penjelasan terkait kesesuaian atau ketidaksesuaian dengan hipotesis awal.

A. Efektivitas Job Fair sebagai Media Rekrutmen

Job fair, atau bursa kerja, merupakan salah satu media rekrutmen yang dirancang untuk mempertemukan pencari kerja dengan perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja. Efektivitas job fair sebagai media rekrutmen dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti keberhasilannya dalam menarik kandidat yang berkualitas, kemampuannya untuk memperluas jangkauan pencarian tenaga kerja, serta efisiensi waktu dan biaya bagi perusahaan dalam proses rekrutmen.

Tingkat Penyerapan Kandidat, Persentase jumlah kandidat yang direkrut melalui job fair dibandingkan dengan metode lain, seperti rekrutmen daring atau referensi internal, Kualitas Kandidat, Evaluasi terhadap kompetensi dan potensi kandidat yang direkrut melalui job fair untuk mengisi posisi strategis. Kecepatan Rekrutmen, Waktu yang dibutuhkan untuk mengisi posisi kosong dibandingkan metode rekrutmen lainnya. Biaya Rekrutmen, Analisis biaya per rekrutmen melalui job fair dibandingkan dengan metode lainnya.

1. Kelebihan dan Kelemahan Job Fair

Interaksi Langsung: Pemberi kerja dapat langsung bertemu kandidat, memungkinkan penilaian awal terhadap keterampilan komunikasi dan kesesuaian budaya. Branding Perusahaan: Kesempatan memperkenalkan budaya perusahaan dan menarik kandidat berkualitas. Pilihan Kandidat yang Luas: Job fair sering menarik berbagai tingkat pencari kerja, termasuk kandidat dengan pengalaman dan kemampuan tinggi. Kelemahan Job Fair Keterbatasan Fokus, Kadang sulit untuk menemukan kandidat khusus untuk posisi strategis karena tingginya volume pelamar. Kualitas Pelamar, Tidak semua pelamar memenuhi kualifikasi untuk posisi yang tersedia. Biaya Operasional, Biaya partisipasi di job fair (seperti biaya booth) dan logistik bisa menjadi kendala untuk perusahaan kecil. Kelebihan rekrutmen online seperti kemudahan pencarian kandidat melalui algoritma. Keterbatasan interaksi personal yang sering terjadi pada platform online. Efisiensi biaya dan waktu melalui rekrutmen berbasis referensi. Tantangan diversifikasi kandidat dibandingkan dengan job fair.

2. Posisi Strategis dalam MSDM

Dalam suatu organisasi, Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) memegang peran strategis untuk memastikan bahwa sumber daya manusia (SDM) dapat berkontribusi secara maksimal terhadap pencapaian tujuan organisasi. Posisi strategis MSDM terletak pada kemampuannya untuk menyelaraskan kebutuhan organisasi dengan potensi dan pengelolaan karyawan, serta menciptakan keunggulan kompetitif melalui

pengembangan SDM. Karakteristik Posisi Strategis: Posisi yang membutuhkan keterampilan kepemimpinan, pengambilan keputusan strategis, dan pemahaman bisnis yang mendalam. Strategi Rekrutmen: Perlu pendekatan khusus untuk posisi strategis, termasuk wawancara mendalam, asesmen psikologi, atau rekrutmen berbasis referensi.

B. Analisis Data Hasil Penelitian

Profil Peserta Job Fair

Latar belakang pendidikan peserta (S1, S2, atau setara). Bidang keahlian peserta (teknik, manajemen, IT, dsb.). Pengalaman kerja (fresh graduate, profesional menengah, hingga eksekutif). Jumlah peserta yang diterima dari total pendaftar di job fair. Rasio pelamar terhadap posisi strategis yang berhasil diisi. Tingkat kesesuaian (match rate) kandidat dengan kriteria perusahaan. Penilaian kinerja kandidat yang direkrut dari job fair dalam 6 bulan hingga 1 tahun pertama. Kepuasan perusahaan terhadap kandidat yang dipekerjakan melalui job fair dibandingkan metode rekrutmen lain.

Tantangan dalam Rekrutmen melalui Job Fair

Meskipun job fair merupakan salah satu metode yang efektif untuk menarik dan merekrut tenaga kerja, pelaksanaannya juga menghadapi berbagai tantangan. Misalnya, Jumlah Kandidat yang Tidak Terseleksi, tidak semua pelamar yang hadir memenuhi kualifikasi yang dibutuhkan oleh perusahaan, sehingga proses penyaringan menjadi lebih panjang.

Minimnya Pengalaman Kerja, banyak pelamar yang merupakan lulusan baru, yang mungkin belum memiliki pengalaman atau keterampilan praktis yang diperlukan untuk posisi tertentu. Banyaknya pelamar yang tidak sesuai untuk posisi strategis, Kurangnya Fokus pada Posisi Strategis, umumnya job fair lebih menarik pelamar untuk posisi entry-level atau menengah. Persaingan untuk Menarik Talenta Terbaik, dalam job fair, perusahaan sering bersaing langsung dengan perusahaan lain untuk menarik perhatian kandidat potensial. Hal ini dapat membuat proses seleksi lebih kompetitif. Solusi yang Direkomendasikan, Job Fair Khusus yaitu Menyelenggarakan job fair untuk posisi strategis, dengan kriteria pelamar yang lebih spesifik. Pre-Screening, Melakukan penyaringan awal sebelum pelamar menghadiri job fair, seperti seleksi CV online. Pendekatan Hybrid: Menggabungkan job fair fisik dengan sistem rekrutmen online untuk mempermudah administrasi dan pelacakan kandidat.

C. Manfaat Job Fair bagi Dunia Industri

Mempercepat proses rekrutmen untuk memenuhi kebutuhan mendesak posisi strategis. Membangun hubungan antara dunia pendidikan (universitas, politeknik) dengan dunia industri. Menyediakan peluang kerja yang lebih luas bagi masyarakat, termasuk di daerah terpencil.

1. Akses ke Tenaga Kerja Potensial.

Rekrutmen Efisien, Job fair memungkinkan perusahaan untuk bertemu dengan sejumlah besar kandidat potensial dalam waktu singkat, sehingga mempercepat proses rekrutmen. Beragam Kandidat, Perusahaan dapat mengakses pelamar dengan latar belakang pendidikan, keahlian, dan pengalaman yang bervariasi, yang memperluas peluang menemukan tenaga kerja yang tepat. Identifikasi Bakat Muda, Job fair sering kali dihadiri oleh lulusan baru atau mahasiswa yang berpotensi menjadi tenaga kerja berkualitas di masa depan.

2. Membangun dan Memperkuat Employer Branding.

Promosi Perusahaan, Job fair memberikan peluang bagi perusahaan untuk mempromosikan citra dan budaya kerja mereka kepada calon pelamar. Daya Tarik Bagi Talenta Terbaik, Perusahaan yang mampu menampilkan diri dengan baik dalam job fair lebih mungkin menarik perhatian pelamar berkualitas tinggi. Peningkatan Reputasi, Partisipasi aktif dalam job fair menunjukkan komitmen perusahaan terhadap pengembangan tenaga kerja, yang dapat meningkatkan reputasi di mata pelamar dan masyarakat umum. Partisipasi dalam job fair juga dapat menjadi bagian dari inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), terutama jika acara tersebut dirancang untuk membantu mengurangi pengangguran atau mendukung komunitas lokal. Dengan berbagai manfaat yang ditawarkan, job fair menjadi salah satu media yang strategis bagi dunia industri untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja sekaligus memperkuat posisi mereka dalam persaingan pasar. Untuk memaksimalkan manfaat tersebut, perusahaan perlu mempersiapkan diri dengan baik, mulai dari strategi promosi hingga pendekatan yang efektif dalam berinteraksi dengan calon pelamar.

SIMPULAN

Dengan banyak terselenggaranya Jobfair merupakan suatu sarana bagi Pencari Kerja (Pencaker) banyak pilihan yang dapat disesuaikan dengan kemampuan dan skill yang dimiliki terutama dalam posisi strategis managerial didalam suatu Perusahaan dan industri sesuai dengan tingkatan Jabatan didalam struktur Organisasi tersebut.

Adanya Jobfair Pencaker langsung berkomunikasi /Interview secara langsung dengan tentang berbagai hal latar belakang pendidikannya, keahlian skill yang dimiliki, bisa langsung diketahui kegiatan dan aktivitasnya. Karena dalam Behavioral Event Interview (BEI) tersebut adalah salah satu teknik wawancara digunakan untuk mengevaluasi kandidat dengan menilai perilaku mereka di masa lalu. Tujuan dari BEI sendiri adalah mengidentifikasi kemampuan dan kompetensi yang relevan berdasarkan pengalaman konkret yang pernah dialami oleh kandidat. Dengan menggunakan Metode ini berasumsi bahwa perilaku masa lalu adalah indikator terbaik untuk memprediksi perilaku di masa depan 6 sampai 2tahun kedepan bila Pencaker diterima diperusahaan / industri tersebut. Dengan jobfair sangat Efisiensi waktu dan biaya ada online / offline sehingga proses menjadi lebih efisien dari segi waktu dan biaya untuk mendapatkan kandidat sesuai dengan standar dan kualifikasi pekerjaan dan dengan adanya Jobfair bisa dilakukan Pencocokan Kualifikasi yang Lebih cepat dibutuhkan.

Referensi :

Acikgoz, Y. (2019). Employee recruitment and job search: Towards a multi-level integration. *Human Resource Management Review*, 29(1), 1-13.
<https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2018.02.009>

Allal-Chérif, O., Yela Aránega, A., & Castaño Sánchez, R. (2021). Intelligent recruitment: How to identify, select, and retain talents from around the world using artificial

- intelligence. *Technological Forecasting and Social Change*, 169, 120822.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120822>
- Allen, D. G., Mahto, R. V., & Otondo, R. F. (2007). Web-based recruitment: Effects of information, organizational brand, and attitudes toward a Web site on applicant attraction. *Journal of Applied Psychology*, 92(6), 1696–1708.
<https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.6.1696>
- Islam, M. A., Jantan, A. H., Yusoff, Y. M., Chong, C. W., & Hossain, M. S. (2023). Green Human Resource Management (GHRM) Practices and Millennial Employees' Turnover Intentions in Tourism Industry in Malaysia: Moderating Role of Work Environment. *Global Business Review*, 24(4), 642–662.
<https://doi.org/10.1177/0972150920907000>
- Keppeler, F., & Papenfuß, U. (2021). Employer Branding and Recruitment: Social Media Field Experiments Targeting Future Public Employees. *Public Administration Review*, 81(4), 763–775. <https://doi.org/10.1111/puar.13324>
- Purwanti & Tiarapuspa. (2023). REVIEW LITERATUR REKRUTMEN KARYAWAN SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 2337–2348.
<https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.16909>
- Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600–619.
<https://doi.org/10.1108/02683940610690169>
- Tordera, N., Peiró, J. M., Ayala, Y., Villajos, E., & Truxillo, D. (2020). The lagged influence of organizations' human resources practices on employees' career sustainability: The moderating role of age. *Journal of Vocational Behavior*, 120, 103444.
<https://doi.org/10.1016/j.jvb.2020.103444>
- Tumasjan, A., Kunze, F., Bruch, H., & Welpel, I. M. (2020). Linking employer branding orientation and firm performance: Testing a dual mediation route of recruitment efficiency and positive affective climate. *Human Resource Management*, 59(1), 83–99. <https://doi.org/10.1002/hrm.21980>
- Zottoli, M. A., & Wanous, J. P. (2000). Recruitment Source Research: Current Status and Future Directions. *Human Resource Management Review*, 10(4), 353–382.
[https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(00\)00032-2](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(00)00032-2)