



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Belakangan ini perekonomian di Indonesia sudah bergerak ke dampak yang signifikan bagi masyarakat. Meningkatnya pendapatan masyarakat, perubahan pola penawaran barang dan jasa, meningkatnya kuantitas dan kualitas barang dan jasa, perubahan sikap dan tingkah laku masyarakat, dengan terjadinya hal tersebut sangat mengubah gaya hidup masyarakat yang lebih konsumtif, seperti di bidang rekreasi.

Di dalam kehidupan masyarakat modern rekreasi telah menjadi unsur yang sangat penting bahkan bisa dikatakan menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi, ini dikarenakan sesuai dengan berkembangnya jaman, padatnya aktivitas, dan tingginya tuntutan hidup serta tingkat stress yang membuat kebutuhan masyarakat akan rekreasi semakin meningkat. Perubahan perilaku dan cara pandang masyarakat mendorong kegiatan berekreasi tidak lagi sekedar dianggap sebagai pemenuhan kebutuhan semata, tetapi sudah menjadi bagian dari *life style* atau gaya hidup.

Pada dasarnya, rekreasi berasal dari bahasa latin yaitu, *re-creare*, yang secara harfiah yang artinya “membuat ulang”, bisa dikatakan kegiatan yang dilakukan untuk penyegaran jasmani dan rohani seseorang. Rekreasi sangat erat kaitannya dengan sektor *tourism* dan *hospitality*, dimana industri di sektor tersebut menunjang penyediaan fasilitas bagi masyarakat untuk dapat berekreasi dan juga sebagai aktualisasi gaya hidup. Banyak hal yang dapat dilakukan untuk berekreasi diantaranya adalah dengan berolahraga, melakukan hobi, dan juga mengunjungi tempat wisata yang merupakan suatu destinasi (Mal, wisata alam, dll).

Mayoritas masyarakat setelah mengalami stress dengan pekerjaan yang dihadapi sebisa mungkin masyarakat pada saat libur atau akhir pekan selalu ingin liburan atau berekreasi dengan keluarga tercinta. Tidak luput dengan kasus semua orang tidak menginginkan liburan diluar kota atau tempat rekreasi yang ramai pengunjungnya dengan berbagai alasan yang salah satunya adalah kemacetan atau terlalu ramai sehingga tidak nyaman untuk

melakukan rekreasi, sehingga masyarakat mengambil tempat rekreasi seperti mal yang tersedia. Di dalam mal masyarakat dapat melakukan apa saja yang mereka mau, sebagai contoh ada tempat bermain, tempat belanja, tempat makan, dll.

Pembangunan pusat perbelanjaan modern adalah sebuah fenomena yang dapat ditemui baik di kota kecil maupun kota besar di Indonesia. Keberadaan dari pusat perbelanjaan memiliki dampak tertentu terhadap perkembangan suatu kota. Pusat perbelanjaan sendiri memiliki arti sekelompok pengusaha eceran (retailer) dan kegiatan komersil lainnya yang direncanakan, dikembangkan, dimiliki, dan dioperasikan dalam satu unit bisnis.

Pusat perbelanjaan pada awalnya adalah suatu tempat yang berfungsi sebagai tempat perdagangan (tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi) di bidang barang maupun jasa yang sifat kegiatannya untuk melayani umum dan lingkungan sekitarnya atau dapat juga diartikan sebagai tempat perdagangan eceran atau retail yang lokasinya digabung dalam satu bangunan (www.petra.ac.id, 20 Oktober 2010).

Seiringnya jaman yang sudah berkembang pusat perbelanjaan saat ini telah berevolusi dari asalnya sebagai pusat konsumsi beralih menjadi aspirasi dan gaya hidup konsumen, bukan hanya sebatas tempat untuk melakukan pembelian produk saja akan tetapi telah berubah fungsi menjadi tempat rekreasi yang menarik, menyenangkan, aman, nyaman.

Setiap orang yang mendatangi sebuah pusat perbelanjaan tidak selalu bertujuan untuk membeli barang atau jasa, kadangkala seseorang itu hanya sekedar ingin melihat-lihat atau melakukan *window shopping* dengan dilandasi salah satu atau beberapa dari motivasi-motivasi berikut:

1. Berekreasi dan mengisi waktu senggang.
2. Bersosialisasi dengan orang lain, baik dengan kenalan maupun orang yang belum dikenal (misalnya bertemu rekan bisnis baru).
3. Mendapatkan status sosial tertentu.
4. Melakukan *self-gratification*, yaitu menghibur diri sendiri atau memperlakukan diri sendiri secara khusus.

5. Mencari informasi mengenai hal-hal baru dan trend-trend baru di pasar, khususnya bagi para pecinta buku, musik, film, perangkat lunak, peralatan elektronik, *fashion*, dan otomotif.

Studi eksploratoris kualitatif dan kuantitatif yang dilakukan oleh Arnold dan Reynolds (2003:77-95) mengidentifikasi enam faktor motivasi berbelanja hedonis, yaitu sebagai berikut:

1. *Adventure shopping*, yaitu berbelanja untuk stimulasi, petualangan, dan merasa “berada di dunia lain”.
2. *Social shopping*, yaitu berbelanja untuk menikmati kebersamaan dengan teman dan keluarga, bersosialisasi pada saat berbelanja dan berinteraksi dengan orang lain.
3. *Gratification shopping*, yaitu berbelanja untuk menghilangkan stress, mood negatif dan berbelanja sebagai perilaku khusus bagi diri sendiri.
4. *Idea shopping*, yaitu berbelanja dalam rangka mengikuti trend dan *fashion* baru atau untuk melihat produk dan inovasi.
5. *Role shopping*, yaitu kesenangan yang didapatkan lewat berbelanja untuk orang lain, termasuk di dalamnya perasaan senang ketika menemukan hadiah terbaik untuk orang lain.
6. *Value shopping*, yaitu berbelanja untuk mendapatkan diskon dan harga khusus.

Pusat perbelanjaan modern sering juga disebut dengan sebutan “Mal”. Mal merupakan tempat dimana semua kalangan mulai dari anak-anak hingga lansia dapat menghabiskan waktu di akhir pekan atau di hari libur bersama keluarga tercinta.

Bangunan mal yang biasanya berkonsep megah, berlantai banyak, dilengkapi dengan pendingin ruangan, tanpa disadari telah membawa sebuah realisme baru sebagai tempat berkumpulnya dan beraktivitasnya warga kota di sepanjang hari. Mal telah menciptakan kebanggaan dan gengsi tersendiri bagi pengunjungnya, terutama bagi anak muda. Para anak muda akan di anggap tidak gaul jika tidak pernah atau jarang ke mal untuk mengikuti perkembangan yang terjadi di mal. Di era sekarang mal telah menjadi budaya warga kota, khususnya anak muda untuk menghindari stereotip tidak gaul. Teori ilmu budaya meyakini bahwa munculnya budaya baru akan dengan sendirinya

menghilangkan budaya lama, maka budaya mal pun secara tidak langsung telah menghilangkan budaya-budaya yang telah ada sebelumnya.

Budaya lama dikemas dalam cara yang sangat berbeda di era sekarang, misalnya kartu kredit menggantikan alat pembayaran di mal, treadmill dan bike station di gym dalam mal menggantikan jalur jogging dan bersepeda, dan café telah disulap menjadi pertemuan rapat. Mal telah menjadi pilihan baru dalam memenuhi kebutuhan hidup warga kota saat ini. Semua ada di mal mulai dari kebutuhan primer, sekunder, bahkan yang tersier sekalipun tersedia. Fenomena ini pula yang secara tidak langsung membuat mal menjadi tempat favorit masyarakat.

Menurut survei yang dilakukan oleh Consumer Survey Indonesia selama bulan februari 2010 yang dimana kehadiran mal tidak lagi hanya berfungsi sebagai tempat belanja, namun masyarakat menganggap mal telah menjadi tempat yang bisa melakukan banyak aktivitas yang lebih dari sekedar berbelanja. Dari segi frekuensi atau keseringan kunjungan ke mal, rata-rata masyarakat pergi ke mal setiap akhir pekan atau bisa dikatakan satu minggu sekali. Dan hari yang paling dipilih oleh masyarakat adalah hari sabtu atau hari minggu. Dan menurut survey menunjukkan rata-rata masyarakat menghabiskan waktu di dalam mal selama tiga setengah jam per kunjungan. Dan para pengunjung mal paling banyak menginjakkan kakinya ke konter makanan, seperti pusat jajan, foodcourt, restoran atau café.

Disamping fungsi utamanya sebagai tempat berbelanja, pusat perbelanjaan pada umumnya menyediakan sarana hiburan dalam misinya menawarkan suasana yang kondusif bagi para pengunjung untuk menghabiskan waktunya dengan bersantai.

Biasanya konsep hiburan ini adalah *one stop entertainment* (hiburan terpadu), yaitu tempat dimana masyarakat bisa mendapatkan berbagai macam hiburan tanpa harus berpindah tempat ke mal lainnya. Untuk melengkapi fungsi ini biasanya pusat hiburan tersebut dipenuhi oleh berbagai restoran baik internasional, nasional, maupun local, café yang banyak digemari anak muda, wahana bermain anak, sarana olahraga, sampai toko buku. Dengan menyatukan semua hal tersebut di satu tempat yang sebelumnya terpisah dan memiliki tempatnya masing-masing, maka pusat perbelanjaan dapat dilihat sebagai salah satu bentuk budaya post-modern yang *holistic* dan cenderung

membongkar sistem organisasi dan tantangan sehingga berbagai fungsi yang ada di pusat perbelanjaan tidak lagi diperlakukan secara terpisah-pisah, namun disandingkan satu dengan yang lainnya.

Seiring waktu ekonomi yang kian membaik konsep pusat perbelanjaan bukan lagi hanya memasukkan pusat hiburan di dalamnya, namun sudah menggabungkan kombinasi dari tiga fungsi yang lain, yaitu belanja – kerja – tinggal dalam satu atap. Mal sudah menjadi sebuah fungsi yang tidak lagi dapat dipisahkan dengan kedua fungsi tersebut. Dengan berbagai slogan hedonisme yang dipadu dengan berbagai alasan kepraktisan, gaya hidup modern, dan globalisasi, mal seakan telah membius dan menghipnotis masyarakat sehingga lupa akan kondisinya yang masih belum sembuh dari krisis dan bahkan menjadi semakin sakit akibat munculnya masalah-masalah baru terkait dengan konsumerisme dan disintegrasi sosial.

Menurut international Council of Shopping Center(ICSC) bentuk pusat perbelanjaan secara umum dapat dibagi dua bentuk yaitu: **Strip Center dan Mal**. Strip Center adalah pusat perbelanjaan dimana satu wilayah tersebut merupakan tempat jual beli dimana antara satu outlet dengan outlet lain bersatu sebagai gabungan dari kegiatan pedagang eceran. Sedangkan Mal adalah bangunan tertutup dengan pengatur suhu, memiliki koridor dengan posisi toko yang saling berhadapan, umumnya bentuk mal dibangun dalam standar pusat perbelanjaan tipe regional center atau super regional center. Perbedaan Strip dan mall ini sudah jelas yaitu pusat perbelanjaan Strip itu berkonsep outdoor, sedangkan Mal berkonsep indoor.

Dengan kita lihat uraian diatas kita bisa melihat bahwa perkembangan ekonomi yang kian membaik, fungsi pusat perbelanjaan tidak sekedar sebagai tempat perbelanjaan namun sudah merupakan tempat rekreasi, dan sudah melekat pada kehidupan sehari-hari. Summarecon Mal Serpong merupakan tempat rekreasi yang sangat besar di daerah tangerang, dimana seluruh managemennya di awasi penuh oleh PT. Summarecon Agung Tbk. Dimana kita semua tahu PT. Summarecon Agung Tbk sangat terkenal dalam bidang Properti dan pusat hiburan (Mall).

Saat ini Summarecon Mal serpong mempunyai unit cabang dimana seluruh managemen dari unit-unit tersebut itu dibawah naungan Summarecon Mall Serpong. Dimana unit nya tersebut seperti pasar sinpasa, Serpong Digital

Center (SDC). Summarecon Mal Serpong merupakan salah satu unit terbaik dari PT. Summarecon Agung Tbk.

Summarecon Mal Serpong sebagai salah satu pusat rekreasi yang baik harus pula didukung oleh sumber daya yang baik, sehingga di dalam perusahaan harus melakukan perekrutan karyawan menggunakan sistem seleksi yang ketat dan tepat, yang berguna untuk mendapatkan karyawan yang terbaik bagi perusahaan. Dalam sebuah perusahaan perekrutan dan penyeleksian merupakan hal yang sangat penting, hal ini harus dijadikan sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan karyawan yang kreatif, inovatif, cerdas, dan bertalenta. Perusahaan harus sangat cerdas didalam mencari dan menemukan sumber daya manusia yang tepat guna meningkatkan visi dan misi yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.

Oleh karena itu, perkembangan pusat rekreasi , proses perekrutan dan penyeleksian yang dijabarkan oleh penulis menjadi dasar dan tolak ukur penulis tertarik dalam memilih Summarecon Mal Serpong di Human Resource Departemen (RECRUITMENT) untuk melakukan kerja praktek magang selama tiga bulan atau 60 hari kerja. Sehingga judul laporan magang yang penulis tetapkan adalah ***“Implementasi Proses Recruitment dan Proses Selection di Summarecon Mal Serpong”***

1.2 Rumusan masalah

Suatu masalah dapat timbul dikarenakan adanya hambatan, rintangan, ataupun tantangan sehingga dapat menyebabkan terjadinya penyimpangan ataupun kegagalan dalam mencapai suatu tujuan. Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan sebelumnya, peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana proses recruitment di Summarecon Mal Serpong?
2. Bagaimana proses seleksi di Summarecon Mal Serpong?
3. Apakah pelajaran yang didapat sama dengan penerapan yang dilakukan oleh pihak Summarecon Mal Serpong?

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dari praktek kerja magang ini adalah penulis ingin mengaplikasikan serta memahami secara nyata dan detail dari berbagai teori-teori yang penulis dapatkan selama di bangku perkuliahan. Selain itu penulis juga ingin belajar dan mengetahui lebih dalam lagi mengenai praktek nyata dari proses recruitment dan proses seleksi di perusahaan besar. Rasa ingin tahu yang sangat kuat tentang bagaimana suatu perusahaan besar yang menerapkan proses recruitment dan proses seleksi yang ketat untuk mendapatkan tenaga kerja yang *competence*. Serta ingin menjadi sarana ekspresi diri mahasiswa agar dapat menunjukkan kemampuan serta bakat yang penulis miliki.

Selain itu, laporan magang yang penulis tulis bertujuan untuk :

- Memahami dan mengembangkan pemahaman praktis proses *recruitment* karyawan yang dilakukan di Summarecon Mal Serpong.
- Memahami dan mengembangkan pemahaman praktis dalam proses seleksi karyawan yang di lakukan oleh Summarecon Mal Serpong.
- Mengetahui di dunia kerja yang nyata bagaimana Summarecon Mal Serpong melakukan pencarian kandidat yang sesuai dengan karakteristik yang diminta dan dibutuhkan dalam setiap departemen.
- Memahami peran *Human Resource* dalam departemen Rekrutmen dalam melakukan perekrutan dan penyeleksian terhadap karyawan.

1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan pelaksanaan kerja magang yang penulis jalankan selama tiga bulan atau 60 hari kerja adalah sebagai berikut:

1. Periode kerja magang : 01 Juli 2014– 03 Oktober 2014
2. Jam kerja magang : 09.00 – 18.00 WIB
3. Hari kerja : Senin - Jumat
4. Tempat : Summarecon Mal Serpong
5. Penempatan : Human Resource Departement, *Recruitment*

Selain itu, prosedur kerja magang yang penulis dapatkan ini dimulai dengan beberapa proses, yaitu sebagai berikut :

1. Pembuatan CV untuk di serahkan ke perusahaan
2. Pencarian perusahaan sebagai tempat praktek kerja magang
3. Pada saat diterima oleh Summarecon Mal Serpong, pihak HRD memberikan jadwal untuk bertemu dengan penulis
4. Mengisi *application form* (Kebijakan dari perusahaan)
5. Interview dengan bagian HRD *Recruitment*
6. Persetujuan kerja magang dari perusahaan
7. Pelaksanaan kerja magang
8. Pemberian surat kerja magang ke perusahaan tempat dimana penulis melakukan praktek kerja magang
9. Pengisian dokumen yang berhubungan dengan pekerjaan yang dilakukan, formulir realisasi kerja magang, dan formulir laporan kerja magang
10. Bimbingan laporan kerja magang
11. Penyusunan laporan kerja magang
12. Sidang kerja magang

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan kerja magang yang berjudul ***“Implementasi Proses Recruitment dan Proses Seleksi Karyawan di Summarecon Mal Serpong”***, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis menjelaskan mengenai hal-hal yang meliputi latar belakang pelaksanaan kerja magang, maksud dan tujuan melakukan kerja magang, waktu dan prosedur yang ditetapkan oleh perusahaan, serta sistematika penulisan laporan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini penulis menerangkan mengenai gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah perusahaan dari unit sampai ke PT. Lestari Mahadibya, profil

perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan penggunaan landasan teori yang berhubungan dengan praktek kerja magang yang dilaksanakan.

BAB III PELAKSAAN KERJA MAGANG

Dalam bab ini penulis menjabarkan mengenai pelaksanaan kerja magang yang berisikan kedudukan dan koordinasi penulis dalam struktur organisasi perusahaan, *Job description* yang di berikan, proses kerja magang, kendala-kendala dan hambatan yang dihadapi penulis selama praktek kerja magang, solusi atas kendala yang ditemukan, serta pengamatan sisi positif dari perusahaan tempat penulis melaksanakan kerja magang.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan mengenai sebuah kesimpulan yang diambil terkait dengan teori yang didapatkan selama kegiatan perkuliahan dengan kondisi nyata pada saat melakukan kegiatan kerja praktek. Dan juga ada beberapa saran dan kritik yang membangun guna untuk perbaikan serta perkembangan perusahaan ke depannya dan dunia pendidikan yang lebih baik di masa depan.