

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia saat ini telah mengalami perubahan yang begitu banyak dan mengalami kemajuan yang begitu pesat khususnya dalam meningkatkan layanan bisnis perusahaan bagi para pelanggannya. Setiap layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tentunya dilakukan dengan tujuan untuk dapat membantu perusahaan. Teknologi menjadi mesin pertumbuhan dan perkembangan bagi ekonomi di seluruh dunia dimana mekanisme utama dari teknologi untuk berbagi informasi diantara orang-orang (Crittenden, V. L., 2020). Teknologi memainkan peran penting dalam mendorong layanan, serta menggunakan teknologi adalah prioritas lintas sektor untuk praktik layanan (Ostrom et al., 2015; Wirtz et al., 2018).

Penerapan teknologi menunjukkan dan memberikan manfaat khususnya bagi pemilik bisnis kecil untuk dapat mengembangkan proses bisnis mereka melalui peningkatan akses ke pelanggan dan pemasok (Beninger, Ajjan, Mostafa, & Crittenden, 2016). Menyadari perkembangan teknologi yang begitu pesat di *marketplace* saat ini penelitian yang dilakukan oleh Gummerus et al., (2019) menemukan bahwa pelaku bisnis perlu memiliki manajerial untuk memungkinkan dan memastikan bahwa fitur layanan dapat memenuhi sumber daya pelanggan seperti situs web dan aplikasi seluler untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan dengan penawaran layanan inti bisnis perusahaan. Selain itu perusahaan wajib mengembangkan pemahaman menyeluruh terkait dengan *customer experiences*, *process* dan *activities* untuk para pelanggannya (Heinonen et al., 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Beninger (2016) menemukan bahwa perkembangan teknologi memungkinkan pelaku bisnis untuk menggunakan jaringan resmi dan tidak resmi untuk menjangkau dan menjual kepada pengguna akhir, dimana dari penelitian tersebut dapat dikatakan bahwa penggunaan teknologi

seperti *e-commerce*, media sosial, dan telepon seluler telah menciptakan peluang dalam memperluas jangkauan perusahaan dan tenaga penjual serta meningkatkan efisiensi dan nilai pengalaman pelanggan. Sementara Badan Pusat Statistik (BPS, 2018) juga menyatakan di Indonesia sendiri pengguna aktif perusahaan berbasis *portal web/platform digital* memiliki pengguna aktif 100.000 di tahun 2017. Berdasarkan hal tersebut karena jumlah pengguna aktif yang terbilang masih sedikit, perusahaan berbasis *portal web/platform digital* dinilai wajib untuk melakukan pengembangan situs perusahaan dalam mengembangkan keunggulan pelayanan kepada pelanggan.

Service technologies yaitu teknologi yang berinteraksi dengan pelanggan dengan tujuan untuk mencapai kebutuhan pelanggan melalui AI, *automation*, *internet of things*, *applications* maupun *machine learning* yang mampu memberikan dampak besar bagi layanan dan kemajuan bisnis perusahaan (Kunz et al., 2018). Dengan penerapan *self-service technologies* (SSTs) dapat memberdayakan pelanggan pada bisnis perusahaan untuk melakukan pilihan dari penyedia layanan secara mandiri dimana hal tersebut dapat menguntungkan pelanggan dan perusahaan karena dapat meningkatkan pelayanan dan mengurangi biaya berlebih (Parasuraman dan Colby, 2015; Giebelhausen et al., 2014). *Self-service technologies* (SSTs) menjadi inovasi teknologi berkelanjutan bagi perusahaan penyedia layanan dimana mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, penggunaan layanan dan kinerja perusahaan (Robertson et al., 2016; Wang et al., 2017).

Teknologi yang digunakan oleh perusahaan dalam meningkatkan layanan bisnisnya saat ini dengan salah satunya menerapkan *checkout* mandiri di *store*, atau sistem otomatis untuk pelanggan melakukan pemesanan otomatis (Wang et al., 2017). Kemudian adanya aplikasi untuk pemandu pengunjung museum memungkinkan pengguna (*user*) mendapatkan informasi tambahan terkait pameran yang akan dilaksanakan (Shu, 2015). Berdasarkan pernyataan beberapa peneliti tersebut menunjukkan bahwa peran teknologi bagi peningkatan bisnis perusahaan sangat berperan penting khususnya bagi perusahaan yang menerapkan aplikasi

ataupun website untuk menjangkau pelanggannya dan meningkatkan performa perusahaan.

Pada tahun 2011-2017 merupakan masa perusahaan *portal web* atau *platform digital* dikuasai oleh kelompok *startup company*. Terdapat tiga kelompok awal mula beroperasi perusahaan *portal web* atau *platform digital* diantaranya sebelum tahun 2011, 2011-2015, dan 2016-2017. Sementara diantara tahun 2016-2017 sebanyak 44,12% didominasi oleh *startup company*. Hal tersebut menunjukkan bahwa penerapan teknologi seperti *website* ataupun *platform digital* di suatu perusahaan masih dinilai sangat dasar dan baru (BPS, 2018).

Salah satu perusahaan yang memelopori *software house technology* di Indonesia yaitu PT Erasoft Indonesia yang berdiri sejak 1988. PT Erasoft Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pengembangan perangkat lunak dengan tujuan melayani pelanggan korporat. Kemudian beberapa *software house technology* lainnya mulai bermunculan seperti Mitrais, Bridge Technology Services, Erhacorp, Javan Cipta Solusi, YK Digital, Gits Indonesia, Suitmedia, Ice House, Sagara Technology dan lainnya.

Sagara Technology merupakan *startup company* bergerak di bidang *software house technology* yang berdiri sejak tahun 2014 di Jakarta. Sagara Technology ini merupakan perusahaan yang cukup terkemuka di industri *software house technology* dalam memberikan layanan seperti *custom software development*, *web app development*, *mobile app development*, *UI/UX design*, *blockchain development* dan lainnya. Sagara Technology merupakan perusahaan yang dikenal sebagai perusahaan yang memiliki misi untuk dapat membantu orang (*people*) memecahkan masalah dengan menciptakan dampak melalui *digital*, *design* dan *hardware* (Sagara Technology, 2021). Hingga saat ini Sagara Technology telah membuat sekitar 100 *website* dan 50 aplikasi *mobile* untuk para kliennya beberapa diantaranya yaitu Telkom Indonesia, Boston Consulting Group, Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (Sagara Technology, 2021).



Gambar 1. 1 Klien Sagara Technology.

Sumber: Data Perusahaan, 2021.

Sagara Technology dapat dikatakan sebagai perusahaan *software house* yang cukup dipercaya oleh masyarakat atau pelaku bisnis di Indonesia yang dibuktikan dari beberapa klien korporat yang telah menjalin kerjasama dengan Sagara Technology. Dari hal tersebut tentu nya dalam membangun kepercayaan kepada klien perusahaan Sagara Technology perlu untuk menjaga kualitas kinerja dari setiap karyawan perusahaan yang juga berpartisipasi dan bertanggung jawab di setiap *project* dari klien untuk dapat bersaing di segmentasi pasar dimana bisnis beroperasi. Salah satu hal yang dapat perusahaan terapkan yaitu perlu membangun adanya *competitive advantage*, yaitu mengacu pada keunggulan perusahaan atas perusahaan saingan yang dapat membantu meningkatkan penjualan bisnis perusahaan dimana perusahaan perlu mengetahui strategi bisnis yang tepat untuk dapat bersaing di industrinya (Brown et al., 2015).

Human resource (HR) merupakan sumber daya yang sangat esensial bagi setiap organisasi dan pengelolaan sumber daya manusia (*human resource*) yang memadai tentunya dapat membantu suatu organisasi untuk mencapai tujuan dan sasarannya (Abdul-Halim et al., 2016). Praktik sumber daya manusia dianggap sebagai praktik yang berorientasi pada hasil yang memungkinkan perusahaan menjadi lebih efektif dan mendapatkan *competitive advantage*. Praktik *human resource* didefinisikan sebagai sekelompok konsisten secara *internal* yang

dirancang untuk meningkatkan kompetensi, motivasi, dan komitmen dari karyawan perusahaan sehingga praktik *human resource* berorientasi pada kinerja bisnis yang unggul dan mencapai *competitive advantage* (Elrehail et al., 2019).

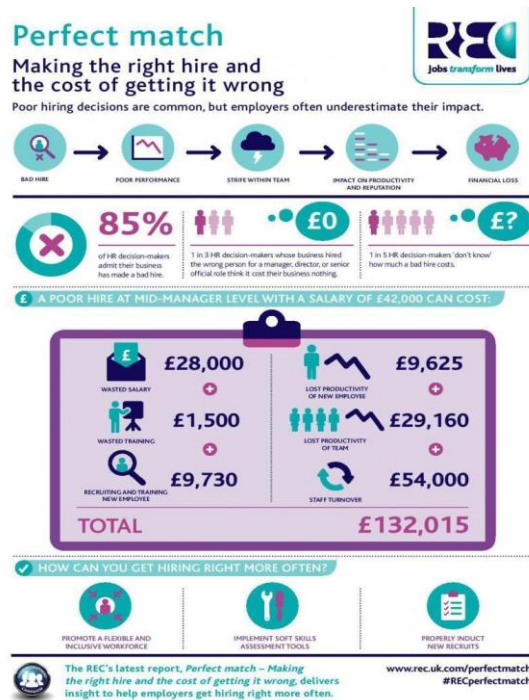
Human resource management (HRM) salah satu proses yang dilakukan untuk dapat mencapai *competitive advantage* yaitu perencanaan dan penyesuaian target kebutuhan jumlah sumber daya manusia yang dibutuhkan oleh perusahaan sehingga ada standar bagi perusahaan kedepannya dalam menggaet kandidat karyawan perusahaan serta memberikan dampak pada kinerja (Lamont et al., 2018). Selain itu juga dalam melakukan akuisisi potensi bersinergi dengan *competitive advantage* dari perusahaan yang terlibat (Rouzies et al., 2018). Modal manusia (*human capital*) digunakan untuk dapat mengetahui bagaimana jumlah ketersediaan keterampilan dan pengetahuan yang diperoleh atau bawaan dalam angkatan kerja dapat berkontribusi pada produktivitas dan pertumbuhan ekonomi (Olugbola, 2017). Keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh tenaga kerja sangat berkontribusi pada daya saing ekonomi nasional dan mendukung pertumbuhan serta keberlanjutan bisnis (Chatterjia dan Kiran, 2017).

Tantangan dalam sumber daya manusia yang berkelanjutan (*sustainable human resource*) salah satunya adalah pemenuhan *talent* yang tepat bagi perusahaan atau disebut sebagai *labour shortage* yaitu kompleksitas dalam mendapatkan karyawan yang dapat mencakup prasyarat yang dibutuhkan oleh perusahaan (Ehnert, 2013). Hal tersebut juga dibahas sebagai *key factors* dalam proses *recruitment* di bidang *human resource* dimana *labour shortages* disebabkan ketika jumlah pekerjaan meningkat tinggi namun perusahaan menghadapi kesulitan untuk menemukan karyawan yang tepat untuk mengisi lowongan yang tersedia (Ho, P. H. K., 2016). Tidak hanya itu, untuk menemukan talenta di era *digital* menjadi salah satu tantangan terbesar yang dihadapi perusahaan dimasa saat ini baik bagi perusahaan besar maupun perusahaan tradisional (Dahlander dan Martin, 2018).

Kementerian Ketenagakerjaan (Kemenaker) (2020) menunjukkan bahwa jumlah ketersediaan tenaga kerja atau pengangguran di Indonesia saat ini berjumlah

9,77 juta atau 7,07% angkatan kerja yang belum ada dipasar kerja dan hal tersebut dinilai cukup banyak. Dari adanya pengangguran, *labour shortage* tetap menjadi tantangan bagi perusahaan dikarenakan adanya faktor *skill shortages* yang disebabkan ketika jumlah pekerja dengan kualifikasi, keterampilan, ataupun pengalaman yang dibutuhkan oleh perusahaan tidak dapat memenuhi posisi pekerjaan tertentu (Ho, P. H. K., 2016). Selain itu ada faktor *applicants may have unknown organizational characteristics* yaitu ketika para pelamar tidak mengetahui karakteristik organisasi dalam mencari karyawan dari informasi deskripsi peluang pekerjaan yang dibutuhkan oleh perusahaan (Liu et al., 2016).

Berkaitan dengan masalah tersebut, peran dari *recruitment* di dalam perusahaan memiliki dampak yang sangat penting dan utama untuk mencukupi kebutuhan *talent* yang bernilai bagi keberlanjutan bisnis perusahaan. Selain itu, untuk menjalankan *recruitment process* yang mencakup *development* dan penggunaan *application forms* untuk pengumpulan informasi terkait latar belakang pelamar kemudian memberikan penilaian terhadap pendidikan pelamar dan mengidentifikasi referensi pekerjaan dari para pelamar tersebut, sehingga memastikan bahwa lamaran sesuai dengan undang-undang ketenagakerjaan yang setara (Dessler, 2015). Penerapan *recruitment process* yang tepat dan baik juga akan mampu meningkatkan daya tarik organisasi dan menarik bakat yang berkualitas bagi perusahaan (Bolander et al., 2017; Swider et al., 2015; Thunnissen dan Van Arensbergen, 2015).



Gambar 1. 2 Akibat Dari Proses Keputusan *Recruitment* Yang Tidak Baik.

Sumber: Robert Half, 2017

Penulis melihat bahwa Sagara Technology sebagai salah satu perusahaan startup di bidang *software house* yang cukup berkembang pesat dan dipercaya oleh para klien sejak tahun 2014. Di tengah meningkatnya kasus COVID-19 di Indonesia dan banyak nya karyawan mengalami PHK maupun lulusan baru yang sedang mencari pekerjaan, Sagara Technology juga terus mengembangkan perusahaan lebih luas lagi sebagai perusahaan di bidang *software house*. Pada awal tahun 2021 untuk jumlah karyawan dalam perusahaan Sagara Technology masih berkisaran 25-49 anggota karyawan saja sementara jumlah pekerjaan dengan klien semakin meningkat namun perusahaan belum memiliki sumber daya yang cukup dan sesuai untuk melengkapi kebutuhan tersebut (Sagara Technology, 2021). Maka dari itu, untuk mengembangkan perusahaan lebih luas lagi dan dapat bersaing dengan pesaing lainnya saat ini *Sagara Technology* perlu untuk menggaet *talent* atau karyawan baru dan membuka beberapa divisi yang sebelumnya belum ada di perusahaan dikarenakan jumlah project yang semakin meningkat.

Untuk mendukung hal tersebut diperlukan peranan dari *Human Resource Department* dengan memanfaatkan serta menerapkan proses *recruitment* dan *selection* yang dinilai mampu meningkatkan daya tarik organisasi (*competitive advantage*) dan menarik lebih banyak potensial kandidat (Bolander et al., 2017). Sehingga penerapan proses *recruitment* dan *selection* yang berkualitas dan tepat akan memberikan hasil yang bernilai juga bagi keberlanjutan bisnis perusahaan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melaksanakan kegiatan magang di Sagara Technology, serta untuk membahas mengenai **“Penerapan *Recruitment & Selection* Proses dalam Bidang *Software House Technology*: Telaah pada PT Sagara Technology”**.

1.2 Tujuan dan Manfaat Kerja Magang

Setiap universitas tentunya memiliki standar dan syarat yang berlaku bagi setiap mahasiswa nya dengan tujuan dapat memberikan lulusan yang berkualitas dan terbaik di lingkungan kerja sehingga terkait hal tersebut Universitas Multimedia Nusantara mewajibkan kepada seluruh mahasiswanya untuk dapat melaksanakan praktik magang yang menjadi syarat bagi mahasiswa lulusan S1 setidaknya 60 hari kerja. Penerapan praktik magang pada mahasiswa dapat memberikan pengetahuan tidak berdasarkan teori saja namun ada pengalaman praktik langsung dimana mahasiswa dapat berkontribusi secara teori dan praktik. Maka dari itu maksud dan tujuan dari praktik kerja magang yang dilakukan yaitu:

1. Untuk mengeksplorasi dan memperoleh pengetahuan penulis terkait proses bisnis di industri *software house technology* khususnya di bagian *human resource department*. Hal tersebut dinilai pada dasarnya bahwa *startup company* akan memiliki perbedaan proses bisnis dengan korporat.
2. Untuk dapat berkontribusi positif dan bernilai untuk perusahaan, terutama di bagian *Recruitment and Selection* yang memberikan dampak bagi penulis dan perusahaan memiliki korespondensi saling menguntungkan.
3. Untuk mengimplementasikan pengetahuan yang dimiliki penulis bersamaan dengan memperoleh pengetahuan baru yang belum diperoleh selama masa

perkuliahan penulis terkait dengan proses *recruitment* dan *selection* di Sagara Technology.

Sementara, manfaat yang dapat diperoleh pada proses pelaksanaan praktik magang yaitu:

1. Meningkatkan pemahaman *end-to-end selection process* yang diterapkan oleh human resource department Sagara Technology pada proses perekrutan, baik di awal perekrutan hingga kandidat karyawan terpilih secara resmi memiliki kontrak kerja di Sagara Technology.
2. Meningkatkan pengalaman kerja nyata terkait di lingkungan kerja sesungguhnya.
3. Meningkatkan *soft skills* yang dimiliki saat ini lebih baik lagi karena dapat berhubungan dengan lebih banyak orang profesional di bidang *human resource*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Ketentuan dalam melaksanakan praktek kerja magang ditetapkan oleh Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara dimana mahasiswa wajib mengikuti praktek kerja magang setidaknya 60 hari kerja dengan 8 jam (waktu kerja)/(480 jam). Adapun rincian pelaksanaan praktik kerja magang yang dilaksanakan oleh penulis sebagai berikut:

- a. Nama Perusahaan : PT Sagara Technology
- b. Bidang Usaha : *Software House/Web Developer*
- c. Alamat : Equity Tower, RT.5/RW.6, Senayan City, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.
- d. Pelaksanaan : 20 April - 20 Juli 2021
- e. Waktu kerja : Senin - Jumat, pukul 09.00 - 17.00
- f. Posisi magang : *Staff of Recruiter Intern*

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah beberapa prosedur kerja magang yang dilakukan oleh penulis dimulai dari mencari informasi lowongan kerja magang sampai dengan penulis direkrut oleh perusahaan untuk melaksanakan praktek kerja magang sebagai berikut.

Tahap pelamaran

- a. Penulis mendapatkan informasi lowongan pekerjaan di perusahaan Sagara Technology melalui *platform* atau *job portal* tech in asia, karena pihak HR Sagara Technology saat itu memposting lowongan hanya melalui *job portal* diantaranya Indeed dan Tech in Asia.
- b. Selanjutnya penulis mengajukan lamaran dengan mengirimkan *resume* kepada pihak HR Sagara Technology langsung melalui *website* atau *job portal* perusahaan di tech in Asia.
- c. Setelah mengajukan lamaran pihak perusahaan Sagara Technology menghubungi penulis melalui email bahwa penulis lolos untuk tahap *recruitment*.

Tahap *recruitment*

- a. Pada tahap *recruitment* penulis diundang oleh pihak HR Sagara Technology untuk melakukan *online interview* menggunakan media google meet.
- b. Setelah melakukan *online interview* dengan pihak HR Sagara Technology, penulis di hubungi oleh user HR Sagara Technology karena dinyatakan lolos untuk kedua tahap.

Tahap final penyusunan berkas

- a. Penulis mendapatkan *offering letter* pada tanggal 20 April 2021 dari pihak perusahaan Sagara Technology.
- b. Penulis mendapatkan kontrak perjanjian kerja magang dari perusahaan Sagara Technology.

Tahap praktek kerja magang

- a. Penulis melaksanakan praktek kerja magang dari 20 April 2021 sampai dengan 20 Juli 2021
- b. Penulis melaksanakan bimbingan magang dengan dosen pembimbing magang yang telah ditetapkan oleh ketua program studi manajemen untuk mendapatkan bimbingan secara teknis saat proses pengerjaan laporan magang.
- c. Penulis mengisi dan menyusun kartu magang dan laporan praktik kerja magang dengan format yang telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara.
- d. Penulis melaksanakan sidang praktik kerja magang yang menjadi syarat kelulusan dari program strata satu (S1) Universitas Multimedia Nusantara, sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan magang praktik kerja magang yang akan dilaksanakan atau dikerjakan penulis yang berjudul “Penerapan *Recruitment & Selection* dalam bidang *Software House Technology*: Telaah pada PT Sagara Technology” sebagai berikut.

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan terkait latar belakang penulisan serta uraian masalah yang terjadi pada industri perusahaan pada saat proses pelaksanaan praktek kerja magang oleh penulis, bersamaan dengan maksud dan tujuan penulis melakukan praktek kerja magang, waktu dan prosedur kerja magang kemudian sistematika penulisan laporan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan terkait gambaran umum perusahaan tempat penulis melaksanakan proses praktik kerja magang, kemudian visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, landasan teori yang

menjadi acuan dan digunakan penulis untuk dapat mendukung penjelasan penulis dalam penyusunan laporan magang.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Bab ini menguraikan terkait pelaksanaan praktik kerja magang yang telah dilaksanakan oleh penulis, meliputi kedudukan penulis selama tiga bulan, posisi atau peran penulis dalam perusahaan tempat melaksanakan praktek kerja magang, kemudian tanggung jawab yang diberikan oleh pembimbing magang kepada penulis untuk dikerjakan selama proses praktek kerja magang serta pemecahan dari masalah yang ditemui oleh penulis selama proses praktek kerja magang di perusahaan.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menguraikan kesimpulan mengenai setiap materi yang penulis peroleh selama melaksanakan proses perkuliahan untuk melihat apakah materi yang telah dipelajari selama di perkuliahan berkaitan dengan kondisi nyata yang ditemui oleh penulis selama beraktivitas langsung untuk menempuh praktek kerja magang di perusahaan. Selain hal tersebut, pada Bab ini juga akan meliputi saran yang dapat bernilai bagi perusahaan tempat penulis menempuh praktek kerja magang yang diberikan oleh penulis kepada perusahaan sehingga perusahaan dapat menjadi lebih baik lagi pada aktivitas bisnis kedepannya.