



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:

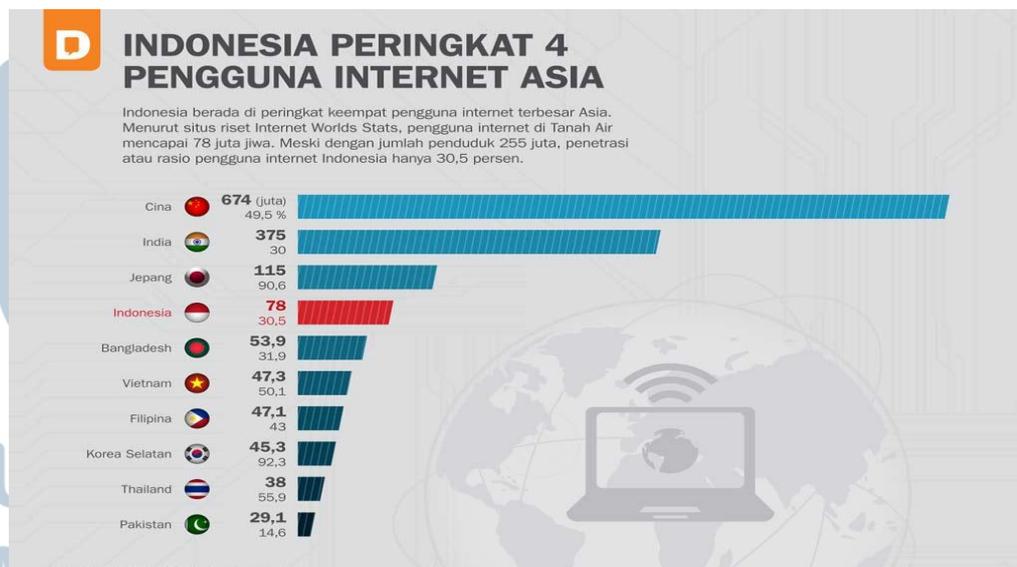
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

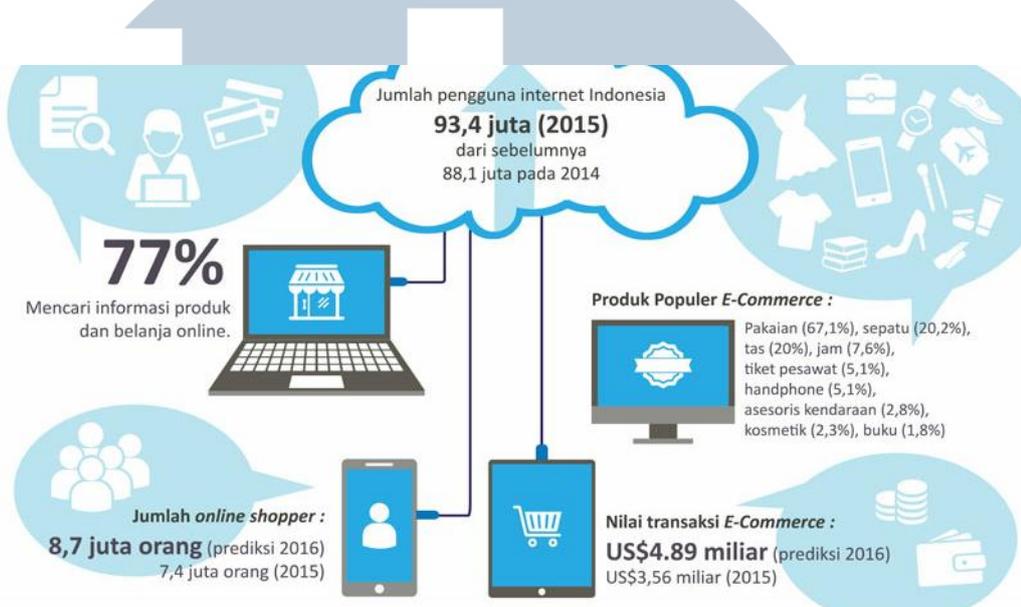
Pada era modern sekarang ini, sangat terlihat jelas bagaimana pengaruh teknologi dan internet yang semakin berkembang dan masuk ke dalam aktivitas masyarakat. Salah satu hal yang sangat terpengaruh oleh teknologi dan internet adalah pola berbelanja masyarakat masa kini. Dimana dengan semakin canggihnya teknologi dan internet, memberikan terobosan baru bagi masyarakat untuk berbelanja cukup dari rumah saja dengan menggunakan gadget. *E-commerce* dapat diartikan sebagai proses berbisnis dengan bantuan teknologi elektronik sehingga menjadi penghubung antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam kegiatan jual-beli produk, servis dan informasi secara elektronik (<http://unpas.ac.id>). Perkembangan bisnis *e-commerce* atau jual beli online di Indonesia meningkat drastis beberapa tahun belakangan, mengingat Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna internet terbesar di dunia.



Sumber : Katadata, 2016

Gambar 1.1 Peringkat Pengguna Internet di Asia

Perhitungan pasar *e-commerce* di Indonesia memang masih dalam perkiraan, namun pemerintah mencanangkan tahun 2020 bisa mencapai US\$ 130 miliar (<http://marketeers.com>).



Sumber : KOMINFO, 2015

Gambar 1.2 Prospek Bisnis *E-commerce* di Indonesia

Meningkatnya potensi *e-commerce* didukung oleh pengguna internet di Indonesia. Data dari *Social Research & Monitoring* soclab.com menunjukkan pada tahun 2014 sebanyak 88,1 juta jiwa kemudian meningkat dengan pesat pada tahun 2015 sebanyak 93,4 juta jiwa (<http://kominfo.go.id>). Sedangkan pada tahun 2016 jumlah *online shopper* mencapai 8,7 juta jiwa dengan nilai transaksi sekitar 4,89 miliar dolar AS (<http://tribunnews.com>).

Melihat peluang pasar yang terbilang besar, PT Social Bella Indonesia (Sociolla) yang merupakan perusahaan *e-commerce* yang bergerak di bidang ritel khusus kosmetik, *skincare* sekaligus *tools* kecantikan lainnya memanfaatkan kesempatan ini untuk menarik hati para konsumen khususnya wanita. Pola berbelanja online seperti sekarang ini menimbulkan rasa kekhawatiran akan keaslian barang/produk yang dijual. Sociolla dikatakan unggul dalam hal ini karena menjunjung tinggi keaslian produk serta kepuasan konsumen atas produk yang mereka pasarkan secara online. Sesuai dengan

visi Sociolla yaitu menjadi situs berbelanja produk kecantikan secara online yang terpercaya dan terlengkap di Indonesia, dimulai dari menjalin kerjasama dengan *brand partner* resmi lebih dari 1000 *brand* dan 3000 produk, selain itu juga telah memiliki perjanjian resmi penjualan eksklusif dengan beragam *brand* premium internasional. Selain itu dari segi *packaging* yang membuat konsumen merasa senang dan aman untuk berbelanja secara online karena didukung dengan *packaging* yang rapi dan unik. Sociolla juga memiliki beberapa unit usaha diantaranya *Beauty Clique*, *Beautylink*, *Beauty Journal* dan *Sociovit* (<http://sociolla.com>). Semua aktivitas bisnis tersebut dapat berjalan tentunya tidak terlepas dari dukungan dari sumber daya manusia yang ada di dalamnya untuk mendukung dan membantu proses bisnis berjalan dengan baik dan terus berkembang.

Sumber daya manusia merupakan salah satu peranan penting dalam kemajuan suatu perusahaan. Peningkatan kinerja perusahaan didukung oleh seberapa besar kemampuan atau kompetensi yang dimiliki karyawan yang ada di dalam perusahaan tersebut. Peranan Manajemen sumber daya manusia (MSDM) menjadi sangat penting dalam mencapai tujuan perusahaan karena MSDM yang akan merencanakan, mengorganisir, dan kemudian memelihara sumber daya yang dimiliki perusahaan. Tahap rekrutmen dan seleksi merupakan langkah awal dalam perusahaan untuk mendapatkan sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk mendukung kinerja perusahaan pada masa yang akan datang.

Perusahaan dalam berbagai industri seringkali menghadapi kendala dalam proses menemukan orang yang berkompeten, hal ini tentunya berdampak pada produktifitas perusahaan karena pencarian tidak selalu membuahkan hasil yang baik. Sangat jarang perusahaan akan langsung menemukan kandidat atau calon karyawan yang sesuai dengan visi, misi bahkan *value* perusahaan (<http://www.forbes.com>). Dengan adanya kendala tersebut, dituntut untuk seorang *Human Capital* dapat menerapkan fungsi dari MSDM kedalam proses rekrutmen dan seleksi. PT Social Bella Indonesia (Sociolla) memiliki proses rekrutmen yang diawali dengan adanya permintaan dari *user* yang ingin merekrut untuk posisi yang sedang dibutuhkan, kemudian *user* akan meminta

persetujuan dari manajer atau atasannya mengenai kebutuhan tersebut. Peran manajer adalah untuk melihat apakah posisi tersebut benar-benar memerlukan orang baru atau masih bisa diatasi. Jika disetujui oleh manajer maka selanjutnya diperlukan juga persetujuan dari Direktur terlebih dahulu untuk melihat ketersediaan budget. Setelah itu kemudian akan disampaikan kepada divisi *Human Resources* untuk melakukan proses rekrutmen sesuai dengan posisi yang dibutuhkan. Pada tahap ini, seorang *Human Capital* perlu menganalisis apa metode yang tepat untuk digunakan dalam perekrutan saat itu. Apabila tersedia sumber daya manusia dari dalam perusahaan maka akan dilakukan promosi (*Internal Recruitment*). Namun jika tidak tersedia maka akan dilakukan *External Recruitment*, salah satunya dengan cara melakukan *job posting* melalui beberapa *Social Media*. Penulis akan menghubungi kandidat yang lolos ke tahap *interview* via telepon dan mengirimkan *email invitation* untuk kandidat. Setelah kandidat mengkonfirmasi kesediaan untuk hadir dalam proses *interview* maka selanjutnya penulis akan segera *arrange* jadwal *interview* dengan *user*. Setelah tahap *interview*, *user* akan mempertimbangkan beberapa kandidat yang telah di *interview* apabila sesuai dengan kualifikasi dan kebutuhan perusahaan maka *Offering Letter* yang merupakan surat tanda kesepakatan kerja serta dokumen administrasi lainnya akan dikirimkan kepada kandidat calon karyawan.

Dari beberapa proses diatas, maka penulis ingin mengetahui dan mempelajari lebih dalam lagi mengenai **Proses Rekrutmen dan Seleksi karyawan yang diterapkan pada perusahaan PT Social Bella Indonesia (Sociolla).**

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.2 Tujuan dan Manfaat Kerja Magang

Tujuan dan Manfaat dari pelaksanaan kerja magang yang penulis lakukan di PT Social Bella Indonesia antara lain :

1. Menerapkan sekaligus mengembangkan teori-teori yang telah didapatkan selama perkuliahan pada dunia kerja secara nyata khususnya teori mengenai rekrutmen dan seleksi.
2. Membekali diri dengan pengetahuan, *soft skills* serta menumbuhkan sikap profesionalisme sebagai seorang *Human Capital* yang sangat diperlukan dalam dunia kerja di masa yang akan datang.
3. Memahami bagian-bagian strategi *Human Capital* secara nyata dalam dunia kerja, khususnya pada proses Pengadaan Sumber Daya Manusia dengan cara yang efektif dan efisien.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Detail waktu pelaksanaan kerja magang adalah sebagai berikut :

1. Periode Kerja Magang : 29 Juni – 17 Oktober 2017
2. Jam Kerja Magang : 09.00 – 18.00 WIB
3. Hari Kerja : Senin - Jumat
4. Tempat : PT Social Bella Indonesia (Sociolla)
5. Penempatan : Grand Aries Niaga
Jl. Taman Aries Blok E1/2KL
Meruya Utara – Jakarta Barat

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Beberapa tahap prosedur yang dilakukan penulis sebelum melaksanakan program kerja magang sesuai dengan syarat&ketentuan dari Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara diantaranya adalah :

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S

M
U
L
T
I
M
E
D
I
A

N
U
S
A
N
T
A
R
A

A. Tahap Pengajuan

1. Tahap Pengajuan Surat Keterangan Magang

Setelah mendapatkan perusahaan yang ingin dituju sebagai tempat kerja magang, maka penulis mengajukan surat Keterangan Magang 1 (KM 1) dengan mengisi formulir yang telah disediakan untuk pembuatan surat pengantar kerja magang dari pihak kampus (KM 2) yang telah ditandatangani oleh Ketua Program Studi Manajemen untuk diberikan kepada perusahaan yang dituju.

2. Menyampaikan surat pengantar kerja magang yang telah diberikan oleh Universitas Multimedia Nusantara kepada perusahaan tempat dilaksanakan kerja magang, dengan tujuan mendapatkan surat keterangan dari perusahaan bahwa penulis telah diterima di perusahaan tersebut dan akan melaksanakan kerja magang dalam periode waktu yang telah disepakati.

3. Surat keterangan dari perusahaan kemudian diberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mendapatkan formulir kehadiran kerja magang, formulir realisasi kerja magang, dan formulir laporan penilaian kerja magang

B. Tahap Pelaksanaan

1. Penulis mengikuti pembekalan magang yang bersifat wajib dan diadakan oleh program studi, dimana penulis mendapatkan beberapa arahan yang diperlukan selama melaksanakan kerja magang. Pembekalan magang bersifat wajib karena hanya mahasiswa yang telah mengikuti pembekalan magang yang akan diperbolehkan mengambil mata kuliah *internship* dan untuk mendapatkan dosen pembimbing magang.

2. Penulis mulai mencari dan mengirimkan CV kepada perusahaan yang membuka kesempatan bagi mahasiswa untuk melaksanakan program kerja magang (*internship*). Informasi

mengenai lowongan atau kesempatan *internship* ini dapat dilihat pada email yang diberikan oleh Universitas Multimedia Nusantara dan juga melalui portal website yang menyediakan informasi lowongan kerja.

3. Jika perusahaan yang dituju telah menerima CV dan kemudian perusahaan menginformasikan mengenai kesempatan untuk mengikuti interview maka penulis memenuhi panggilan interview sesuai dengan jadwal dan tempat yang telah ditentukan oleh perusahaan.
4. Perusahaan kemudian akan memberikan informasi apabila penulis diterima dan dapat bergabung di perusahaan tersebut. Selanjutnya perusahaan memberikan *Offering Letter* kepada penulis dimana surat tersebut berisi kesepakatan-kesepakatan terkait dengan program kerja magang yang akan dilaksanakan termasuk dengan periode waktu yang telah disepakati bersama. Dan setelah penulis menerima kesepakatan yang ada, maka program kerja magang segera dilaksanakan.
5. Selama praktek kerja magang, pembimbing lapangan atau *supervisor* yang bertanggung jawab atas kinerja penulis.

C. Tahap Akhir

1. Setelah praktek kerja magang selesai (60 hari efektif), pekerjaan yang telah dilakukan selama praktek kerja magang di jabarkan kedalam laporan magang dengan dibimbing oleh Bapak/Ibu dosen pembimbing.
2. Penulis diwajibkan untuk mengikuti bimbingan penyusunan laporan praktek kerja magang minimal sebanyak 6 kali pertemuan dengan mengisi formulir sebagai acuan untuk catatan perubahan atau saran disetiap pertemuan yang diberikan oleh Bapak/Ibu dosen pembimbing;
3. Laporan praktek kerja magang yang telah selesai dibuat akan diperiksa terlebih dahulu sebelum diajukan untuk ujian sidang

laporan kerja magang. Apabila sudah sesuai, laporan kerja magang akan mendapatkan pengesahan dari Bapak/Ibu dosen pembimbing dan Ketua Program Studi.

4. Setelah semua susunan dan syarat laporan kerja magang sudah lengkap, dosen pembimbing akan menjadwalkan ujian praktek kerja magang.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan praktek kerja magang adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis membahas tentang latar belakang dari topik yang penulis angkat, maksud dan tujuan praktek kerja magang, waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang serta sistematika penulisan laporan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

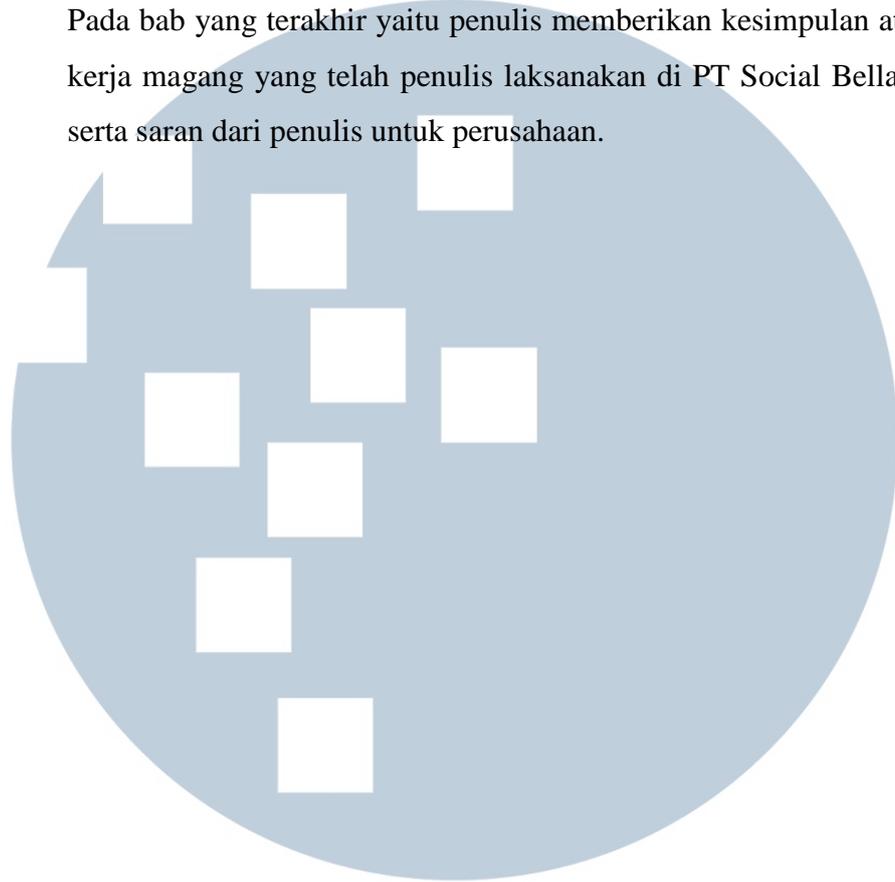
Pada bab ini penulis membahas sejarah singkat dari perusahaan PT Social Bella Indonesia, struktur organisasi, visi dan misi perusahaan, serta landasan teori yang berkaitan dengan laporan kerja magang diantaranya teori Manajemen, *Human Capital*, Rekrutmen dan Seleksi.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini penulis menjabarkan tentang pelaksanaan kerja magang yang berisi posisi atau jabatan penulis di dalam perusahaan selama magang berlangsung serta tanggung jawab apa saja yang diberikan kepada penulis untuk dikerjakan, kemudian kendala apa saja yang penulis hadapi selama proses kerja magang beserta solusinya.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab yang terakhir yaitu penulis memberikan kesimpulan atas praktek kerja magang yang telah penulis laksanakan di PT Social Bella Indonesia serta saran dari penulis untuk perusahaan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA