



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 II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Erajaya Swasembada Tbk. didirikan pada tahun 1996. Terlibat dalam distribusi dan bisnis ritel yang menjual produk telekomunikasi seperti ponsel, kartu SIM, *voucher top-up* prabayar, aksesoris, komputer dan gadget elektronik lainnya.

Melalui kekuatan jaringan distribusi nasional yang luas, Erajaya Group menawarkan tempat bagi produsen perangkat *mobile* dan operator jaringan seluler untuk mendistribusikan produknya di Indonesia. Keuntungan ini telah memimpin Erajaya Group untuk menjadi distributor produk telekomunikasi terkemuka di pasar Indonesia, dengan pangsa pasar sebesar 32 % pada tahun 2012, menurut sebuah studi oleh Frost dan Sullivan.

Pada Juni 2013, Erajaya Group mengoperasikan 88 pusat distribusi dan 423 gerai ritel di 17 provinsi di seluruh Indonesia. Erajaya Group juga telah membentuk kemitraan dengan sekitar 18.000 reseller pihak ketiga. Pada Juni 2013, Erajaya menjadi mitra strategis untuk 13 merek top: Acer, Apple, Asus, BlackBerry, Dell, HTC, Huawei, Lenovo, LG, Motorola, Nokia, Samsung dan Sony. Selain itu, Erajaya Group juga menawarkan merek sendiri, Venera. Erajaya juga telah membentuk kemitraan strategis dengan operator jaringan

selular Axis, Esia, Indosat, Telkomsel dan XL untuk mendistribusikan produk mereka.

Erajaya mendominasi pasar produk telekomunikasi dikarenakan kemampuan distribusi yang kuat dan strategi yang efektif. Mulai 2011, Erajaya Group memperkuat strategi ritelnya dengan membuka *One Stop Shopping Outlet*. Erajaya Grup sekarang mengoperasikan 8 outlet Erafone Megastore.

Selain itu, Erajaya Group juga telah meluncurkan gerai ritel berbasis OS. Bekerja dengan teknologi raksasa AS Google, Erajaya Group meluncurkan AndroidNation, gerai ritel yang mengkhususkan diri dalam sistem operasi Android dan yang pertama dari jenisnya di dunia. Outlet pertama dibuka pada bulan Juli 2012 dan ada 4 gerai AndroidNation saat ini pada semester pertama 2013.

Pada tahun 2011, Erajaya Group mengakuisisi PT Teletama Artha Mandiri (TAM), yang terbukti strategi menguntungkan dan memperkuat portofolio produk, baik untuk Erajaya Group dan anak perusahaannya TAM. Pada akhir 2012, TAM mencatat pertumbuhan sebesar 300 %, didorong oleh dukungan keuangan yang kuat dan jaringan distribusi nasional yang disediakan oleh Erajaya Group.

Pada bulan Agustus 2012, Erajaya Group, melalui anak perusahaannya PT Data Citra Mandiri (DCM), mengakuisisi iBox dan bisnis ritel, seperti *handphone* beserta aksesorisnya. iBox adalah penjual ritel terkemuka produk

Apple di Indonesia. Akuisisi ini merupakan langkah strategis oleh Erajaya Group untuk memperluas portofolio produk dan meningkatkan jaringan ritel.

Strategi perusahaan juga merambah ke *e-commerce* melalui *erafone.com*, yang diluncurkan pada awal 2012. Pertumbuhan yang luar biasa dalam penjualan melalui saluran ini tercermin dalam peningkatan volume transaksi konsumen dan kepercayaan yang diberikan oleh produsen merek untuk bermitra dengan *erafone.com* untuk meluncurkan produk baru.

Pada akhir tahun 2011, PT Erajaya Swasembada, *go public* dan mengeluarkan 31,7% saham (kode saham ERAA) di Bursa Efek Indonesia. Sembilan bulan kemudian, pada September 2012, PT Eralink International, pemegang saham pengendali di perusahaan, menjual tambahan 8,3 % saham. Pada akhir 2012, persentase saham yang dimiliki oleh publik adalah 40.03 %.

2.2 Profil Perusahaan

Lokasi kerja magang penulis di E-DNA (Erajaya Development and Assessment Center) yang beralamat di Jalan Hayam Wuruk no. 108. Plaza Hayam Wuruk lantai 19, Jakarta Barat.

Gambar 2.1 E-DNA (*Erajaya Development and Assessment Center*)

E-DNA Erajaya Development and Assessment Center



2.2.1 Visi Perusahaan

Menyediakan produk telekomunikasi dan solusi untuk meningkatkan kualitas hidup.

2.2.2 Misi Perusahaan

Menjadi pemimpin distributor langsung, akses terpadu untuk pemakai dan pengecer, dan menyediakan jajaran lengkap dari produk seluler serta solusi.

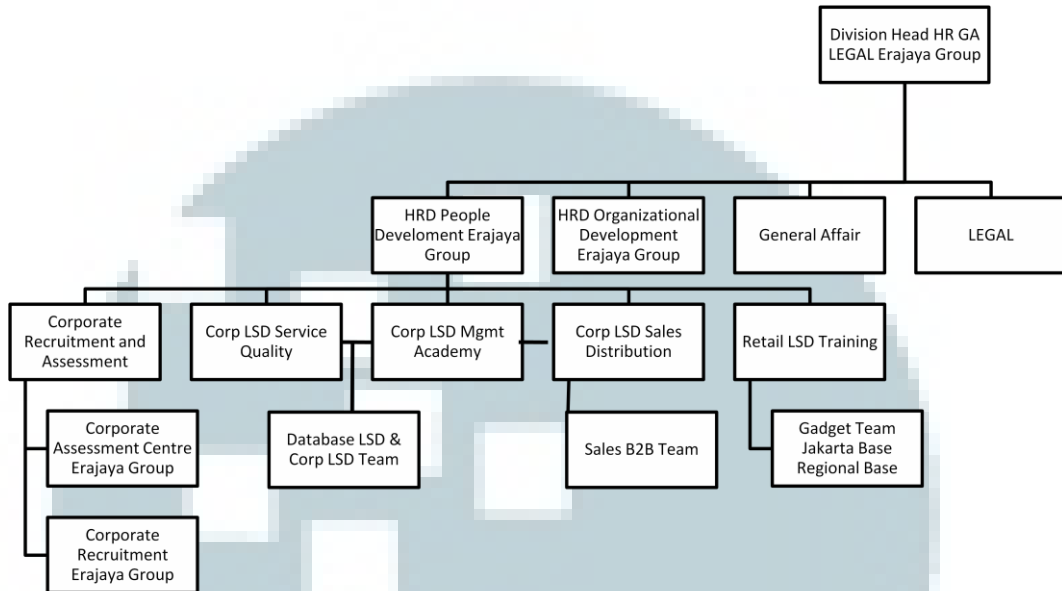
2.2.3 Core Value

- Integritas
- Dinamis dan Inovatif
- Saling Menghormati
- Mengorientasikan Konsumen
- Pembelajaran yang terus-menerus

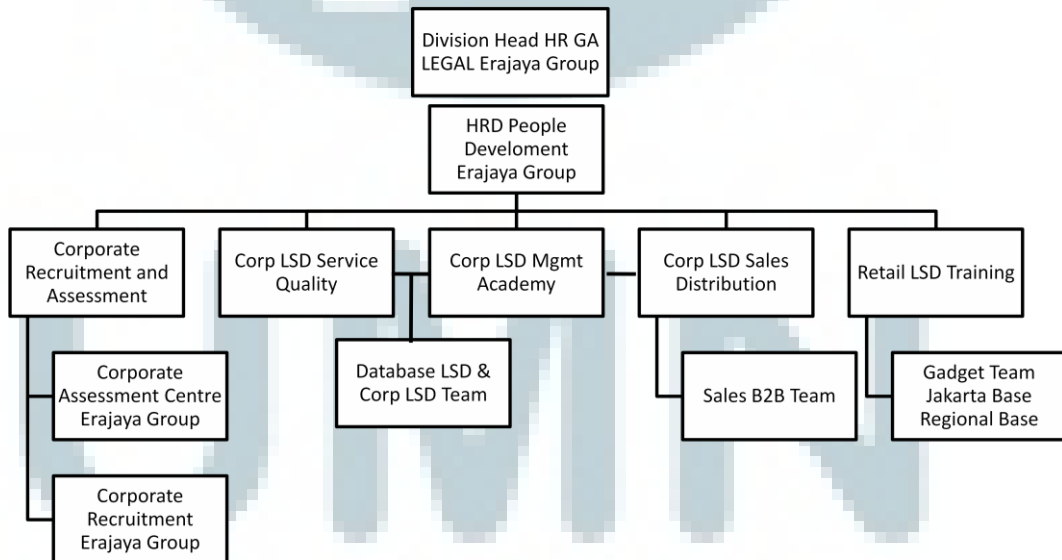
2.3 Struktur Organisasi

Dalam penulisan laporan magang ini, penulis hanya memaparkan struktur organisasi secara garis besar dan grup divisi dimana penulis ditempatkan.

Gambar 2.2 Struktur Organisasi HR, GA, dan Legal



Gambar 2.3 Struktur Organisasi *HR People Development*



2.4 Hubungan Teori dengan Pekerjaan

2.4.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

Berikut merupakan definisi beberapa ahli mengenai manajemen sumber daya manusia.

Dessler (2008:2) *Human Resources Management* berpendapat manajemen sumber daya manusia:

“The policies and practices involved in carrying out the “people” or human resource aspects of a management position, including recruiting, screening, training, rewarding, and appraising.

Penjabaran manajemen sumber daya manusia di atas adalah suatu kebijakan dan praktek yang melibatkan dan membawa seseorang atau aspek sumber daya manusia dari posisi manajemen, termasuk perekrutan, memilih, melatih, memberikan penghargaan, dan penilaian.

Menurut Griffin,dkk (2007:214) *Business*, manajemen sumber daya manusia adalah rangkaian kegiatan organisasi yang ditujukan pada usaha untuk menarik, mengembangkan, dan mempertahankan angkatan kerja yang efektif.

Sedangkan menurut Armstrong (2008:5) *Strategic Human Resource Management*, manajemen sumber daya manusia adalah strategi dan pendekatan yang searah untuk mengelola asset yang paling berharga di dalam organisasi. Asset yang paling berharga yang dimaksud adalah sumber daya manusia yang bekerja didalam organisasi baik yang

berkontribusi secara individual maupun kolektif untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut Angelo Kinicki (2008:288) *Management*, manajemen sumber daya manusia (SDM) secara umum memiliki tiga proses, yaitu :

a. Attracting

Attracting berbicara mengenai proses merekrut individu untuk menjadi bagian dari organisasi. Proses ini terdiri dari menganalisa pekerjaan yang dibutuhkan organisasi, melakukan perencanaan sumber daya manusia, rekrutmen, dan melakukan seleksi.

b. Developing

Proses ini berbicara tentang keadaan saat individu tersebut sudah berada dalam suatu organisasi. Kegiatan ini lebih berorientasi ke arah pengenalan budaya organisasi, sejarah, struktur dan segala sesuatu yang berkaitan dengan organisasi. Selanjutnya adalah pelatihan, yaitu proses untuk melatih individu dalam jangka pendek agar dapat melakukan tugasnya dengan maksimal. Terakhir adalah pengembangan terhadap individu secara jangka panjang agar dapat berkontribusi lebih untuk suatu organisasi.

c. Maintaining

Maintaining berbicara tentang penilaian kinerja, pengelolaan karier, remunerasi, seperti tunjangan dan *benefit*.

Dari penjabaran beberapa ahli di atas, manajemen sumber daya manusia memiliki arti yang sangat besar bagi kemajuan suatu

perusahaan. Manajemen sumber daya manusia dapat menentukan tingkat kualitas karyawan yang berada dalam suatu perusahaan.

2.4.2 Pengertian Rekrutmen

Dessler (2008:126) *Human Resource Management*, menjelaskan:

“Employee recruiting means finding and/or attracting applicants for the employer’s open positions.”

Kalimat di atas jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi: perekrutan karyawan berarti mencari dan/atau menarik pelamar untuk posisi yang terbuka atau tersedia untuk pencari kerja.

Pengertian perekrutan menurut Griffin dan Ebbert (2006:213) dalam bukunya *Business*:

“Recruiting is the process of attracting qualified persons to apply for the jobs that are open.”

Kalimat di atas menjelaskan bahwa perekrutan adalah proses menarik orang-orang untuk melamar pada posisi atau kesempatan kerja yang terbuka.

U
M
M
N

2.4.3 Proses Rekrutmen

Gambar 2.4 Proses Rekrutmen Pravin Durai (2010:136) *Human Resource Management*

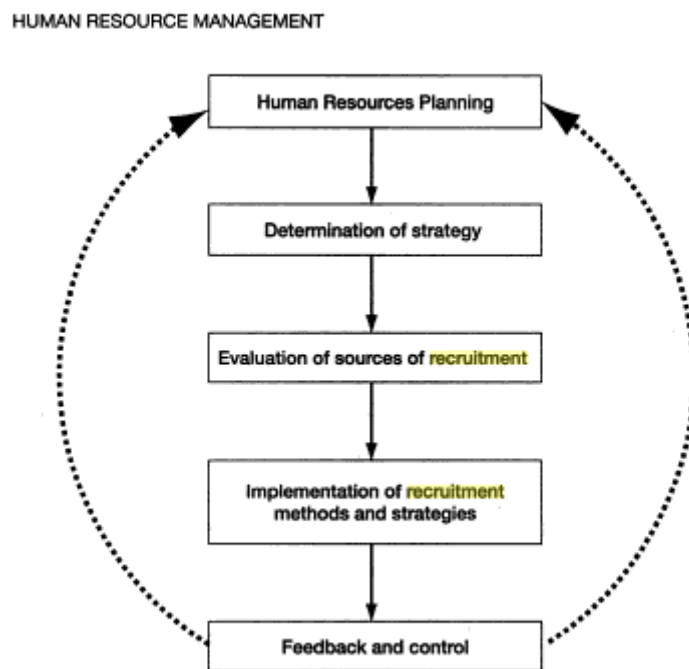


Figure 6.1

Steps in the Recruitment Process

Rekrutmen memiliki beberapa proses yang saling terkait:

1. Human Resources Planning

Proses rekrutmen yang pertama adalah membuat perencanaan. Melakukan analisa mengenai sumber daya manusia yang dibutuhkan dan selaras dengan tujuan organisasi. Perencanaan disini meliputi posisi pekerjaan serta keterampilan dan kemampuan yang dibutuhkan untuk dapat memenuhi kebutuhan organisasi.

2. Determination of Strategy

Menentukan strategi yang akan digunakan adalah tahap kedua dalam proses *recruitment*. Tahap ini untuk memilih penggunaan sumber-sumber *recruitment* apa yang akan digunakan.

3. Evaluation of the Sources of Recruitment

Langkah berikutnya adalah melakukan evaluasi dan penilaian sumber daya manusia yang sudah ada. Jika sumber daya manusia yang sudah ada tidak dapat dimanfaatkan, perusahaan mencari karyawan baru dengan membuka lowongan kerja.

4. Implementation of Recruitment Methods and Strategies

Setelah melalui ketiga tahap sebelumnya, selanjutnya adalah melakukan penerapan sumber dan metode *recruitment* yang telah ditetapkan.

5. Feedback and Control

Tahap terakhir adalah melakukan evaluasi tentang keefektifan proses *recruitment* yang telah dilakukan. Kualitas dan kuantitas pelamar merupakan indikator keberhasilan dari proses *recruitment*.

2.4.4 Sumber rekrutmen

Menurut Dessler (2008:130), terdapat dua sumber *recruitment* yaitu sumber *internal* dan sumber dari luar atau *eksternal* yang masing-masing memiliki kelebihan dan kelemahan.

1. Sumber Internal

Sumber internal, dengan kata lain karyawan perusahaan atau promosi dari dalam, seringkali menjadi sumber kandidat terbaik.

Kelebihan rekrutmen sumber internal:

- Mengetahui kekuatan dan kelemahan kandidat.
- Tidak ada yang dapat mengalahkan kelebihan dari mengetahui kekuatan dan kelemahan kandidat setelah bekerja dengan mereka selama beberapa waktu.
- Kandidat yang berasal dari dalam perusahaan akan lebih berkomitmen terhadap perusahaan.
- Semangat kerja akan naik jika karyawan melihat promosi sebagai penghargaan untuk loyalitas dan kompetensi karyawan tersebut.
- Kandidat dari dalam seharusnya lebih sedikit memerlukan orientasi dan barangkali juga lebih sedikit memerlukan pelatihan jika dibandingkan dengan kandidat dari luar.

Rekrutmen sumber internal selain mempunyai kelebihan juga mempunyai kekurangan yang dapat menjadi boomerang bagi perusahaan, diantaranya:

- Karyawan yang mengajukan lamaran dan gagal, akan membuat mereka kecewa. Untuk memperbaiki keadaan ini sebaiknya menjelaskan kepada pengaju lamaran mengapa mereka ditolak. Selain itu juga memberitahu mereka tindakan perbaikan apa yang dapat diambil agar lebih sukses untuk kepentingan masa depan.

- Banyak perusahaan meminta para manajernya untuk memasang iklan lowongan kerja dan melakukan *interview* terhadap semua kandidat *internal*. Biasanya manajer sudah mengetahui siapa kandidat internal yang ingin dipekerjakan. Seringkali manajer menggunakan pihak lain melakukan *interview* untuk menghindari bias dalam penilaian *interview*.

2 Sumber *eksternal*

a. *Recruitment* lewat internet

Kelebihan:

- Menghemat biaya untuk publikasi lowongan
- Menghasilkan respon yang lebih cepat
- Jangka waktu lowongan lebih lama

Kekurangan:

- Masih banyak pencari kerja yang tidak memanfaatkan teknologi internet dalam mencari pekerjaan.
- Perusahaan dibanjiri resume pelamar sehingga *recruiter* menghabiskan lebih banyak waktu untuk memilih kandidat yang memenuhi persyaratan.

b. *Recruitment* melalui universitas

Kelebihan:

- Dapat mengetahui kualitas yang dihasilkan dari universitas tersebut

Kelemahan:

- Menghabiskan banyak biaya dan menghabiskan banyak waktu karena harus mengatur jadwal, mencetak brosur , alokasi tenaga untuk menjaga pameran.

2.4.5 Seleksi

Menurut Dessler (2008:164) *Human Resource Management*, melakukan seleksi untuk memilih karyawan yang tepat sangat penting untuk tiga

alasan utama:

1. Kinerja

Karyawan dengan kemampuan yang tepat akan bekerja dengan memberikan kemampuan terbaiknya untuk perusahaan.

2. Biaya

Jika mendapatkan karyawan yang tidak tepat, perusahaan akan menyia-nyiakan biaya yang sudah dikeluarkan untuk karyawan tersebut.

3. Kewajiban hukum

Dalam proses seleksi, perusahaan seharusnya mengetahui kandidat yang sedang diproses mempunyai catatan kriminal atau tidak. Hal tersebut dapat menghindarkan perusahaan dari kejadian yang tidak diinginkan.

2.4.5.1 Proses Seleksi

Menurut Griffin dan Ebbert (2006:213) dalam *Business*, terdapat empat proses penyeleksian dalam merekrut karyawan:

1. *Application Forms*

Tahap pertama dalam penyeleksian adalah meminta kandidat untuk mengisi suatu formulir yang berfungsi untuk mengumpulkan informasi tentang pengalaman bekerja, latar belakang pendidikan, dan lain-lainnya yang terkait dengan pekerjaan.

2. *Tests*

Tes untuk mengukur kemampuan, keterampilan, sikap, dan pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan. Tes tersebut biasanya dijadikan bahan untuk memprediksi kesuksesan pekerjaan.

3. *Interviews*

Interview dilakukan untuk mengetahui pengetahuan, sistematisa berpikir, sifat, dan sikap kandidat karyawan .

4. *Other Technique*

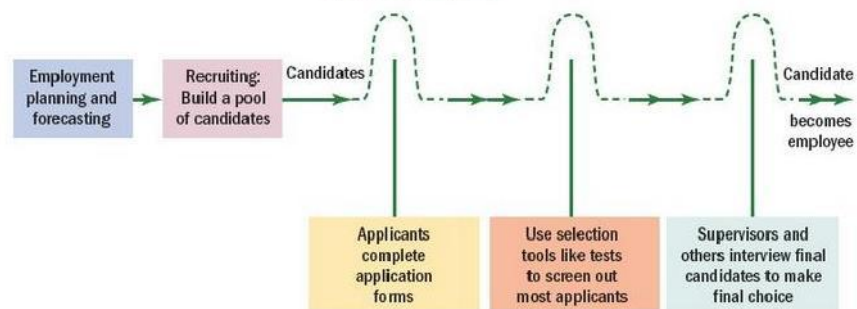
Organisasi juga menggunakan alat penyeleksian lain yang bervariasi sesuai dengan keadaan. Tes kebohongan, ujian fisik, tes untuk mendeteksi pemakaian obat-obatan, dan lain-lain.

2.7.6 Proses Rekrutmen dan Seleksi

Gambar 2.5 Langkah-langkah dalam Proses Rekrutmen dan Seleksi Gary

Dessler (2013:164) *Human Resource Management*

STEPS IN RECRUITMENT AND SELECTION PROCESS



The recruitment and selection process is a series of hurdles aimed at selecting the best candidate for the job.

Proses Rekrutmen dan Seleksi:

1. Menentukan posisi pekerjaan yang akan diisi, melalui *personnel planning dan forecasting*

Kegiatan ini merupakan tahap awal dalam proses rekrutmen dan seleksi. Tidak hanya menentukan posisi untuk diisi, tetapi juga cara untuk mengisinya. *Personnel planning* mencakup semua posisi pekerjaan. Tahap ini berhubungan dengan rencana strategi perusahaan, seperti rencana untuk memasuki bisnis baru, membangun rencana baru, maupun perencanaan anggaran yang mempengaruhi semua aspek perusahaan. Tahap ini meliputi:

- kegiatan analisa sumber daya manusia yang dibutuhkan,
- penentuan strategi yang akan dipakai dalam proses rekrutmen,
- evaluasi sumber daya manusia yang sudah ada,

- penerapan strategi yang dipakai
- evaluasi keefektifan proses rekrutmen

2. Membangun *pool of candidates* untuk setiap pekerjaan dengan merekrut kandidat internal maupun eksternal.

Setelah melakukan tahap pertama, perusahaan akan mendapatkan banyak resume dari pelamar. Hal tersebut hasil dari memasang iklan lowongan pekerjaan di dalam maupun di luar perusahaan. Kemudian melakukan seleksi terhadap resume pelamar yang memenuhi syarat atau dinilai berkualitas. Hasil tersebut dimasukkan ke dalam suatu *folder* dengan masing-masing posisi pekerjaan untuk diundang melakukan proses seleksi.

3. Mendapatkan *application form* yang lengkap dari kandidat.

Setelah itu perusahaan mendapatkan data diri lengkap yang diinginkan perusahaan melalui *application form* yang diberikan kandidat. Data dari *application form* dapat digunakan untuk membantu perusahaan membuat keputusan final.

4. Menggunakan alat penyeleksian seperti berbagai tes, investigasi latar belakang, dan pemeriksaan fisik untuk mengidentifikasi kelayakan kandidat.

Pada tahap ini, para kandidat akan diberikan berbagai tes. Hasil tes ini akan dijadikan bahan pertimbangan perusahaan membuat keputusan untuk menentukan kandidat yang lolos ke tahap selanjutnya maupun keputusan penentuan karyawan baru.

5. Menentukan pihak dari perusahaan yang akan melakukan eksekusi untuk melakukan *interview* kepada kandidat.

Tahap terakhir, pihak perusahaan yang berkepentingan melakukan *interview* kepada kandidat. Kegiatan ini merupakan tahap final untuk menentukan kandidat pilihan yang akan menjadi karyawan.