

---

# Al-Mustla: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman dan Kemasyarakatan

Volume 7 Nomor 1 Bulan Juni Tahun 2025

<https://jurnal.stainmajene.ac.id/index.php/almutsla/about>

E-ISSN: 2715-5420

---

## Recruiting In Labor Markets

Samirah<sup>1</sup>, Meliana Esmiralda Wijaya<sup>2</sup>, Rika Dwi Ayu

Parmitasari<sup>3</sup>, Alim Syariati<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

<sup>3</sup>Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

<sup>4</sup>Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

[mirasah10@gmail.com](mailto:mirasah10@gmail.com)<sup>1</sup>, [melianaesmiralda9@gmail.com](mailto:melianaesmiralda9@gmail.com)<sup>2</sup>,

[rparmitasari@uin-alauddin.ac.id](mailto:rparmitasari@uin-alauddin.ac.id)<sup>3</sup>, [alim.syariati@uin-alauddin.ac.id](mailto:alim.syariati@uin-alauddin.ac.id)<sup>4</sup>

---

### Keywords :

Recruitment;  
Labor Market;  
Employer

### Abstract

*An effective recruitment process is the foundation for successful human resource management in an organization. This research discusses various factors that contribute to recruitment effectiveness, including the importance of employer branding, a good onboarding process, the use of technology in recruitment, and appropriate interview methods. Strong employer branding marketing can attract more quality candidates, while a positive experience during the onboarding process has a significant effect on employee retention. With the application of technology, companies can expand their talent search reach and improve efficiency in finding suitable candidates. Moreover, the right interview approach plays a central role in determining a candidate's suitability for the position. This research emphasizes the need for an integrated strategy in the recruitment process to achieve optimal results for the company.*

---

### Kata Kunci :

Rekrutmen;  
Pasar Tenaga Kerja;  
Perusahaan

### Abstrak

*Proses rekrutmen yang efektif merupakan fondasi bagi keberhasilan manajemen sumber daya manusia dalam suatu organisasi. Penelitian ini membahas berbagai faktor yang berkontribusi terhadap efektivitas rekrutmen, termasuk pentingnya employer branding, proses onboarding yang baik,*

---

---

*penggunaan teknologi dalam perekrutan, dan metode wawancara yang tepat. Pemasaran employer branding yang kuat dapat menarik lebih banyak kandidat berkualitas, sementara pengalaman positif selama proses onboarding berpengaruh signifikan terhadap retensi karyawan. Dengan penerapan teknologi, perusahaan dapat memperluas jangkauan pencarian talenta serta meningkatkan efisiensi dalam menemukan kandidat yang sesuai. Selain itu, pendekatan wawancara yang tepat memainkan peran sentral dalam menentukan kecocokan kandidat terhadap posisi yang ditawarkan. Penelitian ini menekankan perlunya strategi terintegrasi dalam proses rekrutmen untuk mencapai hasil yang optimal bagi perusahaan.*

---

---

<b>Article History :</b>	<b>Received :</b>	<b>Accepted :</b>
	18 Mei 2025	25 Juni 2025

---

## **PENDAHULUAN**

Berdasarkan ajaran Al-Qur'an dan Hadits, manajemen sumber daya manusia adalah proses mengorganisasikan manusia dan aktivitasnya secara efektif. Manajemen sumber daya manusia juga melakukan hal-hal seperti fungsi sumber daya manusia konvensional, seperti rekrutmen dan seleksi, penilaian kinerja, sistem penghargaan, pelatihan dan pengembangan karier, dan kompensasi. (Bhutta and Sabir 2019)

Menurut perspektif syariah, proses rekrutmen tidak hanya memperhatikan kemampuan teknis, tetapi juga aspek moral dan spiritual yang sangat dipengaruhi oleh prinsip-prinsip Islam. Untuk memastikan kinerja yang optimal, manajemen sumber daya manusia islam bertujuan untuk menghilangkan ketidakadilan, ketidaksetaraan, favoritisme, dan egoisme dalam proses rekrutmen. (Attahiru 2022)

Proses rekrutmen dalam perspektif syariah tidak hanya terfokus pada kompetensi teknis, namun juga aspek spiritual dan etika yang sangat dipengaruhi oleh prinsip-prinsip Islam. Sebagaimana dijelaskan oleh Hanum dan Harahap, variabel seperti kepuasan kerja dan motivasi kerja merupakan faktor yang signifikan dalam meningkatkan kinerja karyawan di lembaga

finansial syariah. Hal ini diharapkan dapat menciptakan lingkungan kerja yang produktif, di mana SDM yang berkualitas dapat berkontribusi secara optimal terhadap kinerja Lembaga.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. konsep rekrutmen dalam perspektif syariah**

Beberapa ahli memberikan pandangan berbeda mengenai pengertian dan proses rekrutmen. Berikut adalah dua definisi yang dapat memberikan gambaran lebih jelas tentang apa yang dimaksud dengan rekrutmen dan bagaimana proses tersebut dijalankan.

Rekrutmen menurut Soetjipto dalam Mohamad Muspawi, mengatakan bahwa rekrutmen adalah proses menarik mengumpulkan minat calon dan pemegang jabatan yang sesuai rencana SDM untuk menduduki suatu jabatan tertentu.

Menurut definisi ini, rekrutmen tidak hanya tentang mencari orang, tetapi juga tentang mencari orang yang tepat sesuai dengan perencanaan strategis organisasi. Fokusnya lebih pada menyinkronkan posisi yang tersedia dengan visi jangka panjang manajemen sumber daya manusia.

Rekrutmen merupakan proses yang esensial dalam manajemen sumber daya manusia, yang berfokus pada identifikasi, penarikan, dan seleksi individu yang sesuai untuk posisi tertentu dalam sebuah organisasi. Menurut Phillips dan Gully, rekrutmen yang efektif berperan signifikan dalam memengaruhi motivasi, kinerja, dan retensi karyawan, serta merupakan fondasi bagi kinerja organisasi secara keseluruhan. (Phillips and Gully 2015) Mereka menekankan pentingnya keterkaitan praktik rekrutmen dengan tujuan strategis organisasi dan konteks yang ada, yang mendefinisikan rekrutmen sebagai praktik yang harus selaras dengan karakteristik dan strategi organisasi.

Definisi rekrutmen juga ditekankan oleh Fathurrohman dan Tsaltsa, yang menyatakan bahwa rekrutmen adalah proses menarik sejumlah besar individu yang berkualitas untuk suatu pekerjaan. Proses ini tidak hanya melibatkan pencarian, tetapi juga upaya untuk menemukan kandidat yang memiliki kualifikasi yang

sesuai dengan kebutuhan organisasi. (Fathurrohman and Tsaltsa 2021) Pandangan ini sejalan dengan definisi yang lebih luas dari Hu et al., yang mengemukakan bahwa rekrutmen dan seleksi adalah cara untuk membawa sumber daya manusia ke dalam posisi dalam suatu organisasi, serta untuk menemukan dan memperoleh pelamar potensial (Hu, Lyu, and Sun 2023).

Sementara itu, Holm menjelaskan bahwa tujuan utama rekrutmen adalah untuk mengidentifikasi, menarik, dan memengaruhi keputusan calon karyawan dalam rangka mendapatkan pegawai yang kompeten dan sesuai untuk organisasi. Dalam konteks ini, praktik dan aktivitas dalam rekrutmen menjadi fundamental, karena menyangkut keputusan strategis yang berdampak pada pengembangan modal manusia di organisasi. Rekrutmen seharusnya bersifat proaktif dengan pendekatan yang terencana dan sistematis, sebagaimana juga dijelaskan oleh Otoo et al., yang menekankan pentingnya menciptakan sejumlah besar aplikasi serta kemampuan divisi SDM untuk melakukan seleksi terbaik di antara para pelamar.

Islam memandang bahwa proses rekrutmen merupakan persoalan yang krusial karena proses rekrutmen berpengaruh terhadap hasil kinerja dan pencapaian tujuan organisasi. Selain itu Islam juga menyatakan bahwa proses rekrutmen harus dilakukan dengan benar dan baik agar tujuan rekrutmen untuk mendapatkan karyawan yang pantas dan patut dapat tercapai.

Proses rekrutmen yang dilakukan dengan sesuai nilai-nilai Islam dapat memberikan dampak positif pada kinerja karyawan. Islam menganjurkan kepada umatnya untuk memilih calon karyawan berdasarkan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan teknis yang dimiliki. Menurut Fasa dalam Sufi Sundadri et al mengatakan bahwa karyawan yang baik adalah individu muslim yang memiliki kemampuan dengan motivasi yang tinggi. Dalam pengembangan kualitas sumber daya manusia (karyawan) adalah merealisasikan dua sifat yang mendasar yaitu kuat dan dapat dipercaya (amanah) Hal ini sesuai dengan Al-Qur'an sebagaimana firman Allah swt dalam surah Al-Qashas ayat 26 :

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْذِنْهُ لِي خَيْرَ مَنْ اسْتَأْذَنَ الْفَوِيُّ الْأَمِينُ ﴿٢٦﴾  
 Terjemahannya : “Salah seorang dari kedua (perempuan) itu berkata, “Wahai ayahku, pekerjakanlah dia. Sesungguhnya sebaik-baik orang yang engkau pekerjakan adalah orang yang kuat lagi dapat dipercaya.”

Dalam Islam dianjurkan untuk memilih kandidat pekerja berdasarkan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan teknis. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya menilai kemampuan calon karyawan selama proses rekrutmen. Dalam hal ini, prinsip Islam menekankan bahwa pemilihan karyawan harus didasarkan pada kualitas dan kemampuan individu, bukan penampilan atau status sosial. Hal ini sangat relevan dalam dunia profesional modern, di mana keterampilan sangat penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Dalam hadis juga dijelaskan tentang kriteria memilih kandidat saat melakukan proses rekrutmen, dalam hadisnya Rasulullah SAW bersabda:

”Barang siapa yang tidak punya integritas (sesungguhnya) maka ia tidak punya iman, dan barang siapa yang tidak menepati janji (atau kontrak) maka ia tidak punya iman”

Dalam Islam seseorang harus memiliki ciri-ciri yang saleh dan bekerja keras, berdedikasi, setia, memiliki komitmen, bertanggung jawab, jujur, tepat waktu, disiplin, dan dapat dipercaya. Sifat-sifat ini cocok dengan elemen pengetahuan dan praktik Manajemen Islam, yang berdampak besar pada karyawan dan organisasi

Dari ayat dan hadis di atas dapat diambil kesimpulan bahwa ada beberapa kriteria khusus yang dapat digunakan sebagai standar dalam proses seleksi atau rekrutmen, yaitu:

1. Kompeten dan Berpengalaman.

Kompeten merupakan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan yang mumpuni di bidang mereka, memahami etika mereka, dan mengapikasinya sesuai dengan ajaran agama.

## 2. Berakhlak Mulia

Sumber daya manusia yang bermoral akan sangat bermanfaat bagi sebuah perusahaan. Akhlak mulia adalah akhlak yang sesuai dengan tuntutan syariat yang dibawa oleh manusia paling mulia, Nabi Muhammad SAW. Orang-orang melakukan amanah tanpa dipaksa atau dipaksa oleh orang lain karena pada prinsipnya orang sholeh adalah sholeh dari hatinya, sehingga segala perbuatannya adalah murni dari hatinya.

## 3. Berargumentasi Yang Shahih

Banyak orang hebat dan pandai berargumentasi, tetapi beberapa tidak dapat diterima. Argumentasi yang baik akan membantu organisasi mencapai visi dan misi. Argumentasi yang sah adalah argumentasi yang mengandung elemen kebenaran yang sesuai dengan syariat sehingga dapat diterima dan bermanfaat bagi organisasi.

## 4. Tidak gila kehormatan

Sumber daya manusia yang tulus akan bekerja untuk organisasi tanpa mengharapkan kompensasi atau jabatan. Mereka yang sangat menginginkan jabatan apapun tidak pantas melakukannya. Ini disebabkan oleh fakta bahwa pekerjaan adalah amanah, dan orang yang beriman sangat berhati-hati dengan amanah.

## 5. Berpandangan luas

Sumber daya manusia yang berpandangan luas akan mampu memecahkan masalah dengan bijaksana karena mereka memecahkan masalah dari berbagai sudut pandang, sehingga masalah tersebut akan diselesaikan dengan bijaksana dan pada akhirnya akan terselesaikan dengan baik.

## **B. Tren Pasar Tenaga Kerja dan Strategi Perekrutan**

Pasar tenaga kerja adalah wadah untuk menawarkan jasa pekerja atau tenaga kerja, menurut Ridwan dalam Wahyu Syarvina. Pasar tenaga kerja adalah tempat di mana penjual dan pembeli pekerjaan berkumpul. Pembeli di pasar ini adalah individu atau organisasi yang membutuhkan jasa karyawan, dan penjualnya adalah pemilik karyawan. Salah satu tujuan penyelenggaraan pasar tenaga kerja adalah untuk mengatur pertemuan antara individu atau

organisasi yang membutuhkan jasa pekerja dengan individu yang sedang mencari pekerjaan.

Pasar tenaga kerja dapat didefinisikan sebagai suatu sistem yang menghubungkan antara pencari kerja dengan pemberi kerja, mencakup seluruh kegiatan dan interaksi di mana tenaga kerja ditawarkan dan dicari. Dalam konteks ini, Widiyasari et al. menjelaskan bahwa pasar tenaga kerja Indonesia mengalami problematika, yaitu ketidakseimbangan antara angkatan kerja dan kesempatan kerja yang tersedia, yang berdampak pada produktivitas tenaga kerja.

Selanjutnya, Ayuningtyas dan Suryanata menekankan pentingnya indikator pasar tenaga kerja dalam menilai daya saing tenaga kerja yang menjadi fokus dalam agenda pembangunan baik di tingkat nasional maupun global. Daya saing tenaga kerja diukur melalui berbagai variabel, termasuk ketersediaan pekerjaan, keterampilan, dan upah yang ditawarkan di pasar.

Hal ini menunjukkan bahwa pasar tenaga kerja bukan hanya sekedar tempat transaksi antara pencari kerja dan pemberi kerja, tetapi juga merupakan arena bagi perbaikan kualitas dan daya saing sumber daya manusia yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi.

### **Tren pasar tenaga kerja meliputi beberapa hal, yaitu :**

1. Keseimbangan antara angkatan kerja dan kesempatan kerja

Data menunjukkan bahwa pasar tenaga kerja di Indonesia pada tahun 2022 mengalami ketidakseimbangan antara jumlah angkatan kerja dan kesempatan kerja yang tersedia. Hal ini mengarah pada tantangan dalam produktivitas dan daya saing tenaga kerja. Widiyasari and others, 'Analisis Variabel Kelembagaan dan Produktivitas Pekerja di Indonesia Tahun 2022'. Penelitian juga menunjukkan bahwa untuk meningkatkan daya saing, penting untuk memperhatikan kualitas angkatan kerja melalui pendidikan dan pelatihan. Widiyasari and others, 'Analisis Variabel

Keiteinaigaikeirjaain Teirhaidaip Produiktivitas Peikeirjai Indoneisiai Taihuin 2022’.

## 2. Penerimaan tenaga kerja asing

Kebijakan pemerintah terhadap penerimaan tenaga kerja asing (TKA) juga memengaruhi pasar tenaga kerja. Peraturan terkait TKA, seperti yang diatur dalam Perpres No. 20 Tahun 2018, bertujuan untuk melindungi hak tenaga kerja domestik sambil memfasilitasi keterampilan yang tidak tersedia di dalam negeri. Hal ini menciptakan tantangan bagi perusahaan lokal dalam bersaing dengan tenaga kerja asing.

## 3. Rekrutmen untuk fresh graduates

Angka serapan pasar tenaga kerja bagi pemuda fresh graduates di Indonesia masih tergolong rendah, meskipun kondisi perekonomian relatif stabil. Penelitian menunjukkan bahwa transisi dari pendidikan ke dunia kerja menjadi krusial, dengan kebutuhan untuk lebih mempersiapkan lulusan agar relevan dengan kebutuhan industri. (Natalia and Putranto 2024) Ini menunjukkan pentingnya pengembangan program magang dan pelatihan.

## 4. Pengaruh upah minimum

Tren peningkatan upah minimum di berbagai daerah mempengaruhi penyerapan tenaga kerja. Studi menunjukkan bahwa meskipun ada kebijakan upah minimum yang berlaku, industri masih mengalami fluktuasi dalam penyerapan tenaga kerja. (Wiguna 2019) Dengan demikian, perusahaan harus beradaptasi dengan kondisi pasar untuk tetap kompetitif dalam merekrut dan mempertahankan karyawan.

**Adapun beberapa Strategi Perekrutan yang dilakukan oleh perusahaan, yaitu:**

### 1. Rekrutmen berbasis teknologi

Proses perekrutan modern kini banyak beralih ke pendekatan digital. Pemanfaatan platform online untuk merekrut calon karyawan memungkinkan perusahaan menjangkau lebih banyak pelamar yang berpotensi. (Devayanti, Fabroyir, and Akbar

2023) Dengan memanfaatkan aplikasi dan situs rekrutmen online, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi dan memperluas cakupan pencarian talenta, sehingga menjangkau talenta yang mungkin belum terpikir untuk dilamar. (Devayanti, Fabroyir, and Akbar 2023)

## 2. Penekanan pada keterampilan

Dengan fokus yang semakin besar pada keterampilan spesifik, perusahaan perlu menerapkan penilaian kualifikasi yang lebih ketat selama proses perekrutan. Menerapkan strategi yang menilai tidak hanya pendidikan, tetapi juga keterampilan praktis yang relevan dengan pekerjaan yang tersedia akan sangat penting. (Sari et al. 2024) Hal ini akan membantu perusahaan menemukan kandidat yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

## 3. Pengembangan program magang dan vokasi

Memperkuat kemitraan dengan institusi pendidikan untuk menciptakan program magang yang bermanfaat bagi mahasiswa dapat meningkatkan kesiapan kerja mereka. Pendidikan vokasi perlu diperkuat agar lulusan memiliki keterampilan yang diperlukan oleh industri, sehingga meningkatkan tingkat serapan pasar tenaga kerja. (Puri and Wicaksono 2023)

## 4. Penerapan praktik perekrutan yang inklusif

Dalam rangka menciptakan lingkungan kerja yang beragam dan inklusif, perusahaan perlu menerapkan praktik perekrutan yang memperhatikan keberagaman. Kesesuaian budaya dan nilai-nilai perusahaan sangat penting untuk mencapai kinerja karyawan yang optimal. (Sari et al. 2024) Selain itu, diversifikasi tim dapat meningkatkan inovasi dan kreativitas dalam organisasi.

## **C. Employer Branding and Attracting Talent (Pencitraan Merek Perusahaan dan Menarik Bakat)**

Employer branding adalah pendekatan yang relatif baru dalam merekrut dan mempertahankan talenta manusia terbaik dalam lingkungan perekrutan yang semakin kompetitif. Istilah tersebut sering digunakan untuk menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan atau organisasi memasarkan penawaran mereka

kepada karyawan baru dan lama, berkomunikasi dengan mereka, dan menjaga loyalitas mereka dengan mempromosikan perusahaan baik di dalam maupun di luar perusahaan, serta memberikan perspektif yang jelas tentang apa yang membuat perusahaan berbeda dan diinginkan sebagai employer. (Hermanto and Maulana 2025)

Employer branding adalah strategi manajerial yang semakin penting dalam konteks dunia kerja saat ini. Dengan meningkatnya persaingan untuk mendapatkan talenta terbaik, organisasi harus menciptakan citra yang menarik bagi calon karyawan. Strategi employer branding tidak hanya fokus pada peningkatan reputasi perusahaan, tetapi juga mengkomunikasikan nilai-nilai dan budaya organisasi yang unik kepada calon kandidat.

Literatur praktisi sumber daya manusia menggambarkan employer branding sebagai sebuah proses tiga langkah. Pertama, perusahaan mengembangkan "proposisi nilai" yang akan diwujudkan dalam merek. Dengan menggunakan informasi mengenai budaya organisasi, gaya manajemen, kualitas karyawan saat ini, citra pekerjaan saat ini, dan kesan terhadap kualitas produk atau layanan, manajer mengembangkan konsep mengenai nilai tertentu yang ditawarkan perusahaan kepada karyawan. (Backhaus and Tikoo 2004)

Langkah kedua mengikuti pengembangan proposisi nilai, perusahaan memasarkan proposisi nilai kepada calon karyawan yang ditargetkan, agen perekrutan, konselor penempatan, dan sejenisnya. Pemasaran eksternal merek perusahaan dirancang terutama untuk menarik populasi target, tetapi juga dirancang untuk mendukung dan meningkatkan produk atau merek perusahaan. Hal yang mendasar dalam employer branding adalah bahwa employer brand harus konsisten dengan semua upaya branding perusahaan lainnya. (Sullivan 1999)

Pemasaran internal merek perusahaan adalah aspek ketiga dari employer branding. Hal ini penting karena membawa "janji" merek yang dibuat untuk merekrut karyawan ke dalam perusahaan dan memasukkannya sebagai bagian dari budaya organisasi.

Tujuan dari pemasaran internal, yang juga dikenal sebagai internal branding, adalah untuk mengembangkan tenaga kerja yang berkomitmen pada serangkaian nilai dan tujuan organisasi yang ditetapkan oleh perusahaan.

Adapun elemen penting employer branding yang kuat dalam perusahaan, yaitu (“Membangun Employer Branding Yang Kuat: Langkah-Langkah Praktis,” n.d.):

1. Kejelasan dan keaslian

Pesan yang disampaikan harus jelas dan benar-benar mencerminkan nilai serta budaya perusahaan. Keaslian sangat penting karena kandidat dapat dengan mudah memverifikasi klaim perusahaan.

2. Employee value proposition (EVP)

Menjelaskan manfaat dan pengalaman unik yang didapatkan karyawan, sehingga menarik kandidat yang sesuai. (Hastin, n.d.)

3. Menyoroti peluang pengembangan

Menampilkan kesempatan pengembangan karier dan jenjang karier menarik kandidat yang ambisius.

4. Pengalaman kandidat yang positif

Setiap interaksi, mulai dari deskripsi pekerjaan hingga wawancara, harus memperkuat employer branding dan meninggalkan kesan positif, bahkan bagi yang tidak diterima. (Annisa 2022)

**Adapun beberapa strategi yang dilakukan perusahaan untuk menarik talenta, yaitu:**

1. Pemasaran internal dan eksternal

Perusahaan perlu melibatkan karyawan dalam proses branding untuk menciptakan kepercayaan dan meningkatkan kepuasan kerja. (Ekhsan and Fitri 2021) Karyawan yang ambil bagian dalam menciptakan citra perusahaan akan lebih cenderung merasa terikat dengan nilai-nilai perusahaan.

2. Penggunaan Media Sosial

Media sosial memainkan peran penting dalam employer branding. Penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan platform

seperti LinkedIn dan Instagram untuk berbagi pengalaman karyawan dan nilai-nilai perusahaan sangat efektif dalam menarik calon karyawan yang berkualitas. (Indra and Widodoatmodjo 2021; Arasanmi and Krishna 2019) Konten yang konsisten dan menarik dapat menciptakan kesan positif tentang perusahaan di kalangan calon pelamar.

### 3. Citra Perusahaan dan Reputasi

Citra perusahaan ini berhubungan erat dengan minat calon karyawan untuk melamar kerja. Reputasi perusahaan dapat dipertahankan melalui testimoni karyawan, penghargaan yang diperoleh, dan kesaksian positif dari pihak luar yang mencerminkan desain dan budaya kerja yang baik. (Tumasjan et al. 2019; WIDIANTI and R 2022) Penting bagi perusahaan untuk tidak hanya menyoroti pencapaian mereka tetapi juga bagaimana mereka memperlakukan karyawan.

### 4. Keterhubungan dengan generasi milenial dan gen z

Dalam rangka menarik talenta generasi muda, perusahaan perlu memahami aspirasi dan nilai-nilai mereka. Penelitian menunjukkan bahwa calon karyawan dari generasi ini sangat memperhatikan isu-isu sosial dan keberlanjutan. (Wijaya and Erlyana 2022) Oleh karena itu, perusahaan yang menunjukkan perhatian terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan akan lebih menarik bagi mereka. (Annisa 2022)

## **D. Perbandingan Perekrutan Internal dan Eksternal**

Dalam dunia manajemen sumber daya manusia, rekrutmen merupakan salah satu kegiatan yang paling krusial dan dapat memengaruhi kinerja organisasi secara keseluruhan. Dua pendekatan utama dalam rekrutmen adalah rekrutmen internal dan eksternal. Artikel ini akan membahas kedua pendekatan tersebut, memberikan analisis mendalam mengenai kelebihan dan kekurangan, serta implikasinya terhadap organisasi.

## 1. Rekrutmen Internal

Rekrutmen internal adalah proses pengisian posisi kosong dalam organisasi dengan memanfaatkan karyawan yang sudah ada, beberapa kelebihan dari pendekatan ini antara lain:

### a. Pengurangan Biaya dan Waktu

Menggunakan karyawan yang sudah ada untuk posisi baru dapat mengurangi biaya yang terkait dengan proses rekrutmen eksternal, seperti iklan lowongan dan biaya perekrutan. (DeVaro, Kauhanen, and Valmari 2019)

### b. Retensi Karyawan

Dengan menawarkan kesempatan perkembangan karir, rekrutmen internal dapat meningkatkan kepuasan dan retensi karyawan. (Arnold et al. 2020)

### c. Pengetahuan Organisasi

Karyawan internal telah memiliki pemahaman yang mendalam tentang visi, misi, dan nilai-nilai organisasi, yang memungkinkan mereka untuk melakukan tugas dengan lebih efektif dibandingkan dengan kandidat eksternal yang harus belajar dan menyesuaikan diri. (Salum, Muhammed, and Haroonah 2023)

## 2. Rekrutmen Eksternal

Rekrutmen eksternal, di sisi lain, melibatkan mencari kandidat di luar organisasi untuk mengisi posisi yang kosong, berikut adalah beberapa kelebihan dari pendekatan ini:

### a. Perspektif Baru

Kandidat eksternal sering kali membawa pengalaman dan perspektif baru yang dapat mendorong inovasi dan kemajuan dalam organisasi. Mereka dapat menawarkan solusi kreatif untuk masalah yang ada dan membantu organisasi tetap relevan di pasar yang terus berubah. (Theurer et al. 2016)

### b. Akses ke Talent Pool yang Luas

Rekrutmen eksternal memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan mereka dan menemukan kandidat dengan kualifikasi yang mungkin tidak tersedia dalam organisasi saat ini. Ini sangat penting dalam situasi di mana keterampilan khusus dibutuhkan. (DeVaro 2020)

## **E. Proses Pelaksanaan Perekrutan dan dampaknya terhadap organisasi**

Perekrutan merupakan langkah kritis dalam manajemen sumber daya manusia (SDM) dan berdampak signifikan pada kinerja serta budaya organisasi. Proses ini tidak hanya melibatkan pemilihan kandidat yang tepat untuk posisi tertentu, tetapi juga berkontribusi pada pembentukan citra organisasi dan daya tariknya bagi talenta terbaik. Dalam analisis ini, kami akan membahas proses pelaksanaan perekrutan, berbagai teknik yang digunakan, dan dampaknya terhadap organisasi. Terdapat beberapa tahapan proses pelaksanaan perekrutan, meliputi:

### **1. Identifikasi Kebutuhan**

Proses perekrutan dimulai dengan analisis kebutuhan organisasi. Manajer perlu mengevaluasi posisi yang kosong dan menentukan keterampilan serta kualifikasi yang dibutuhkan. Hal ini akan menjadi dasar bagi pengembangan deskripsi pekerjaan yang jelas dan menarik. (Dahling et al. 2013)

### **2. Sourcing Kandidat**

Tahap ini melibatkan pencarian kandidat potensial, baik melalui metode internal (promosi karyawan yang ada) maupun eksternal (iklan pekerjaan, penggunaan media sosial, dan perusahaan perekrutan). (DEMİR and FETTAHLIOĞLU 2020) Dalam suatu penelitian, ditemukan bahwa rekrutmen internal dapat memberdayakan karyawan dan membantu dalam manajemen pengetahuan. (Parmar 2020)

### **3. Seleksi dan Wawancara**

Setelah kandidat teridentifikasi, proses wawancara dilakukan untuk menilai keesuaian mereka dengan posisi yang ditawarkan serta budaya organisasi. Karakteristik pewawancara dan pendekatan dalam memilih kandidat sangat mempengaruhi hasil dari proses ini. (Ismail and Karkoulian 2013) Dua pendekatan penting adalah wawancara struktural yang terstandarisasi dan wawancara berbasis perilaku, yang dapat membantu dalam menilai kompetensi dan kecocokan kandidat. (Ismail and Karkoulian 2013)

### **4. Penawaran dan Onboarding**

Setelah kandidat terpilih, penawaran pekerjaan diajukan. Proses onboarding juga penting untuk memastikan bahwa karyawan baru dapat beradaptasi dengan cepat dan efektif dalam lingkungan kerjanya. (Ziobrowska 2023) Penelitian menunjukkan bahwa pengalaman positif selama proses onboarding dapat berdampak signifikan terhadap retensi karyawan di masa depan. (Hanin, Stinglhamber, and Delobbe 2013)

**Adapun beberapa dampak rekrutmen terhadap organisasi, yaitu:**

1. Kinerja Karyawan

Proses perekrutan yang efektif berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Karyawan yang direkrut dengan baik cenderung menunjukkan keterlibatan dan produktivitas yang lebih tinggi. (DEMİR and FETTAHLIOĞLU 2020) Selain itu, pemilihan kandidat yang tepat berkontribusi pada hasil organisasi dan pencapaian tujuan strategis.

2. Reputasi dan Citra Perusahaan

Dengan peningkatan perekrutan yang berbasis strategi branding, organisasi dapat membangun citra sebagai tempat kerja yang menarik. Citra ini dapat menarik lebih banyak kandidat berkualitas yang sesuai dengan visi dan nilai organisasi. (Kalińska-Kula and Staniec 2021) Pemasaran employer branding yang kuat berperan dalam memperkuat daya tarik perusahaan baik di dalam maupun di luar. (Tumasjan et al. 2019)

3. Retensi Karyawan

Strategi perekrutan yang efektif dan proses yang transparan akan membuat karyawan baru merasa dihargai dan diterima, yang pada gilirannya meningkatkan kemungkinan mereka untuk tetap tinggal di perusahaan. Dampak jangka panjangnya adalah pengurangan tingkat turnover, yang dapat menghemat biaya untuk rekrutmen ulang. (Ziobrowska 2023)

4. Keterlibatan Karyawan

Penelitian menunjukkan bahwa karyawan yang merasa terlibat dalam proses rekrutmen, baik sebagai kandidat

maupun sebagai bagian dari tim perekrutan, lebih cenderung untuk memiliki tingkat motivasi dan komitmen yang lebih tinggi terhadap organisasi. (Ismail and Karkoulian 2013) Hal ini menciptakan lingkungan kerja yang positif dan produktif.

#### 5. Inovasi dan Kreativitas

Rekrutmen yang baik dapat membawa perspektif baru ke dalam organisasi, meningkatkan daya saing serta kemampuan berinovasi. (DeVaro, Kauhanen, and Valmari 2019) Kombinasi kandidat internal dan eksternal dapat menciptakan sinergi yang memperkuat kreativitas tim. (Hennekam et al. 2019)

## **PENUTUP**

Dari penelitian dapat kita pahami bahwa proses rekrutmen yang baik memiliki dampak signifikan terhadap motivasi, keterlibatan, dan retensi karyawan di dalam organisasi. Pemasaran employer branding yang efektif dapat memperkuat citra perusahaan dan menarik lebih banyak kandidat berkualitas. Selain itu, pengalaman positif selama proses onboarding sangat berperan dalam meningkatkan kepuasan dan komitmen karyawan baru terhadap organisasi, yang pada gilirannya mendorong produktivitas di tempat kerja.

Penggunaan teknologi dalam proses rekrutmen juga telah terbukti meningkatkan efisiensi dan membantu perusahaan untuk menjangkau calon karyawan yang lebih beragam, terutama di kalangan fresh graduates yang memiliki kualifikasi yang sesuai dengan kebutuhan industri saat ini. Terakhir, penerapan metode wawancara yang sesuai, seperti wawancara berbasis perilaku dan struktural, dapat membantu perusahaan dalam menilai kompetensi dan kecocokan kandidat, sehingga rendahnya angka serapan pasar tenaga kerja dapat diminimalisir, dan proses rekrutmen dapat dikelola dengan lebih baik dalam konteks pasar yang kompetitif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Annisa, Salma. 2022. "Studi Pemetaan Sistematis: Strategi Employer Branding Dalam Keberlanjutan Organisasi Di Era VUCA." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Srinwijaya* 19 (3): 163–76. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v19i3.15666>.
- Arasanmi, Christopher N, and Aiswarya Krishna. 2019. "Employer Branding: Perceived Organisational Support and Employee Retention – The Mediating Role of Organisational Commitment." *Industrial and Commercial Training* 51 (3): 174–83. <https://doi.org/10.1108/ict-10-2018-0086>.
- Arnold, John D, Chad H V Iddekinge, Michael C Campion, Talya N Bauer, and Michael A Campion. 2020. "Welcome Back? Job Performance and Turnover of Boomerang Employees Compared to Internal and External Hires." *Journal of Management* 47 (8): 2198–2225. <https://doi.org/10.1177/0149206320936335>.
- Attahiru, Mustapha Sidi. 2022. "Dampak Rekrutmen / Seleksi Dan Transparansi Terhadap Kinerja Organisasi : Perspektif Islam" 10:48–56.
- Ayuningtyas, Ika, and Muhammad Suryanata. 2022. "Pengelompokan Provinsi Di Indonesia Menurut Indikator Pasar Tenaga Kerja." *Seminar Nasional Official Statistics 2022* (1): 427–36. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2022i1.1489>.
- Backhaus, Kristin, and Surinder Tikoo. 2004. "Conceptualizing and Researching Employer Branding." *Career Development International* 9 (5): 501–17. <https://doi.org/10.1108/13620430410550754>.
- Bhutta, Zahra Masood, and Sara Sabir. 2019. "Kajian Tentang Perspektif Islam Tentang Rekrutmen Dan Proses Seleksi."
- Dahling, Jason J, Leigh Winik, Rebecca Schoepfer, and Samantha L Chau. 2013. "Evaluating Contingent Workers as a Recruitment Source for Full-time Positions." *International Journal of Selection and Assessment* 21 (2): 222–25. <https://doi.org/10.1111/ijsa.12031>.

- DEMİR, Sevda, and Ömer O FETTAHLIOĞLU. 2020. “A Research to Determine the Impact of Talent Management on Corporate Image and Employer Brand.” *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 8 (4): 1237–46. <https://doi.org/10.18506/anemon.644644>.
- DeVaro, Jed. 2020. “Internal Hiring or External Recruitment?” *Izra World of Labor*. <https://doi.org/10.15185/izawol.237.v2>.
- DeVaro, Jed, Antti Kauhanen, and Nelli Valmari. 2019. “Internal and External Hiring.” *Ilr Review* 72 (4): 981–1008. <https://doi.org/10.1177/0019793919842810>.
- Devayanti, Putu P N, Hadziq Fabroyir, and Rizky J Akbar. 2023. “Desain Dan Evaluasi Antarmuka Dan Pengalaman Pengguna Aplikasi MyITS Recruitment Menggunakan Metode User-Centered Design.” *Jurnal Teknik Its* 12 (1). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v12i1.100619>.
- Ekhsan, Muhamad, and Nur Fitri. 2021. “Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)* 1 (2): 97–107. <https://doi.org/10.47709/jebma.v1i2.992>.
- Fathurrohman, Yusuf E, and Rossy M Tsaltsa. 2021. “Implementation of Human Resources Management in Tea Plantations in Indonesia: A Case Study – Pt. Perkebunan Tambi.” *International Journal of Management Research and Social Science* 8 (4). <https://doi.org/10.30726/ijmrss/v8.i4.2021.84026>.
- Hanin, Dorothée, Florence Stinglhamber, and Nathalie Delobbe. 2013. “The Impact of Employer Branding on Employees: The Role of Employment Offering in the Prediction of Their Affective Commitment.” *Psychologica Belgica* 53 (4): 57. <https://doi.org/10.5334/pb-53-4-57>.
- Hanum, Farida, and Muhammad I Harahap. 2022. “Analysis of Factors Affecting Employee Performance at Bank Syariah Indonesia (Bsi) of Adam Malik Branch Office in Medan City.” *Cashflow Current Advanced Research on Sharia Finance and*

- Economic Worldwide* 1 (3): 1–10.  
<https://doi.org/10.55047/cashflow.v1i3.165>.
- Hastin, LI. n.d. “Pentingnya Employer Value Proposition (EVP) Dalam Rekrutmen.”
- Hennekam, Sophie, Jonathan Peterson, Loubna Tahssain-Gay, and Jean-Pierre Dumazert. 2019. “Recruitment Discrimination: How Organizations Use Social Power to Circumvent Laws and Regulations.” *The International Journal of Human Resource Management* 32 (10): 2213–41.  
<https://doi.org/10.1080/09585192.2019.1579251>.
- Hermanto, Irfan Rakan, and Noveri Maulana. 2025. “RANCANGAN STRATEGI EMPLOYER BRANDING PT XYZ” 3 (2): 78–91.  
<https://doi.org/10.56071/jtmsi.v3i2.934>.
- Holm, Anna B. 2012. “E-Recruitment: Towards an Ubiquitous Recruitment Process and Candidate Relationship Management.” *German Journal of Human Resource Management Zeitschrift Für Personalforschung* 26 (3): 241–59.  
<https://doi.org/10.1177/239700221202600303>.
- Hu, Yang, Zhimin Lyu, and Wanting Sun. 2023. “Review of Research on Influencing Factors of Personnel Recruitment.” *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media* 18 (1): 1–7.  
<https://doi.org/10.54254/2753-7048/18/20231272>.
- Indra, Irene R, and Sawidji Widoatmodjo. 2021. “Analisa Strategi Employer Branding Terhadap Minat Melamar Kerja.” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 5 (4): 414.  
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i4.12803>.
- Ismail, Hussein, and Silva Karkoulian. 2013. “Interviewers’ Characteristics and Post-Hire Attitudes and Performance.” *Contemporary Management Research* 9 (4).  
<https://doi.org/10.7903/cmr.10453>.
- Kalińska-Kula, Magdalena, and Iwona Staniec. 2021. “Employer Branding and Organizational Attractiveness: Current Employees’ Perspective.” *European Research Studies Journal* XXIV (Issue 1): 583–603.

- <https://doi.org/10.35808/ersj/1982>.
- MARDIAH, NILA. 2016. "Rekrutmen, Seleksi Dan Penempatan Dalam Perspektif Islam." *Maqdis : Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 1 (2): 223–35.
- "Membangun Employer Branding Yang Kuat : Langkah-Langkah Praktis." n.d.
- Muspawi, Mohamad. 2018. "Menata Strategi Rekrutmen Tenaga Kerja." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 18 (1): 87. <https://doi.org/10.33087/jjubj.v18i1.436>.
- Natalia, Christiayu, and FX G F Putranto. 2024. "Prevalensi Status Bekerja Pemuda Fresh Graduate Di Indonesia: Analisis Data Sakernas." *Seminar Nasional Official Statistics* 2024 (1): 393–400. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2024i1.2249>.
- Otoo, Isaac C, Juliet Assuming, and Paul M Agyei. 2018. "Effectiveness of Recruitment and Selection Practices in Public Sector Higher Education Institutions: Evidence From Ghana." *European Scientific Journal Esj* 14 (13): 199. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p199>.
- Parmar, Alpa. 2020. "Internal Recruiting Strategy as an Instrument for Managing Knowledge Workforce During Critical Times." *Shanlax International Journal of Management* 8 (1): 35–41. <https://doi.org/10.34293/management.v8i1.3204>.
- Phillips, Jean M, and Stanley M Gully. 2015. "Multilevel and Strategic Recruiting." *Journal of Management* 41 (5): 1416–45. <https://doi.org/10.1177/0149206315582248>.
- Puri, Ida Ayu Wayan Regita Iswari, and Padang Wicaksono. 2023. "Pendidikan Vokasi Dan Pengembalian Upah." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 12 (1): 129–39. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i1.56689>.
- Salum, Halima A, Rukkaya W Muhammed, and Nsubuga Haroonah. 2023. "Influence of Internal and External Recruitment Strategies on Employee Retention at the Zanzibar Ministry of Health - Unguja." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 13 (2). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i2/16000>.

- Sari, Derati P, Desy Sandy, Baharuddin Baharuddin, Mira L Bandhaso, and Djusniati Rasinan. 2024. "Penilaian Efektivitas Sistem Perekrutan Dan Seleksi Dalam Peningkatan Kinerja Karyawan Pada Pt. Bitumen Marasende." *Jemsi (Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi)* 10 (1): 136–42. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1793>.
- Sullivan, Sherry E. 1999. "The Changing Nature of Careers: A Review and Research Agenda." *Journal of Management* 25 (3): 457–84. <https://doi.org/10.1177/014920639902500308>.
- Sundari, Sufi, Agung Apriana, and Juhadi. 2024. "Analisis Peran Rekrutmen Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Koperasi Syariah Nusa Ummat Sejahtera Berdasarkan Perspektif Islam Di Kaabupaten Subang" 3 (1): 1–3.
- Syarvina, Wahyu, Fitriani Saragih, and Isnaini Harahap. 2023. "Analisis Pasar Tenaga Kerja Dalam Perspektif Ekonomi Islam" 9 (1): 50–59.
- Theurer, Christian P, Andranik Tumasjan, Isabell M Welpel, and Filip Lievens. 2016. "Employer Branding: A Brand Equity-based Literature Review and Research Agenda." *International Journal of Management Reviews* 20 (1): 155–79. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12121>.
- Tuhfa, Nun. 2019. "Rekrutmen, Seleksi Dan Penempatan Syariah." *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5 (1): 87–102. <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v5i1.91>.
- Tumasjan, Andranik, Florian Kunze, Heike Bruch, and Isabell M Welpel. 2019. "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>.
- WIDIANTI, DITA F, and ARIF MR. 2022. "Pengaruh Employer Attractiveness Dan Corporate Reputation Terhadap Intensi Melamar Kerja Talenta Digital Generasi Z Pada Startup Unicorn Indonesia." *Jurnal Manajemen Daya Saing* 24 (1): 63–79. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v24i1.16169>.

- Widiyasaki, Amalia I, Ikhlasul A'mal, Nabila F P Yunardi, and Fitri Kartiasih. 2023. "Analisis Variabel Ketenagakerjaan Terhadap Produktivitas Pekerja Indonesia Tahun 2022." *Seminar Nasional Official Statistics 2023* (1): 117–26. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2023i1.1855>.
- Wiguna, Atu B. 2019. "Penyerapan Tenaga Kerja Industri Provinsi Jawa Timur: Apakah Upah Minimum Masih Menjadi Faktor Penentu?" *Eces (Economics Social and Development Studies)* 6 (2): 214. <https://doi.org/10.24252/ecc.v6i2.11178>.
- Wijaya, Maxellino P, and Yana Erlyana. 2022. "Perancangan Ulang Identitas Visual Yangko Pak Prpto Dengan Kemasan Sebagai Media Utama." *Ultimart Jurnal Komunikasi Visual* 15 (2): 231–43. <https://doi.org/10.31937/ultimart.v15i2.2788>.
- Wulandari, Gesang S, and Nabitatus Sa'adah. 2019. "Perlindungan Hukum Tenaga Kerja Indonesia Atas Kebijakan Pemerintah Terkait Penerimaan Tenaga Kerja Asing Di Indonesia." *Kanun Jurnal Ilmu Hukum* 21 (2): 313–26. <https://doi.org/10.24815/kanun.v21i2.12823>.
- Ziobrowska, Aneta. 2023. "How to Take Care of the Effectiveness of Recruitment Processes in the Era of a Pandemic?" *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej Zarządzanie* 52 (1): 180–92. <https://doi.org/10.17512/znpcz.2023.4.13>.