



# Analisis Rekrutmen Karyawan Melalui Media Online Pada Ini Vie Hospitality

NK Nikita Putri Adnyani<sup>1</sup>

Ni Wayan Sumetri<sup>2</sup>

I Gusti Ngurah Sanjaya<sup>3</sup>

Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali



## Abstract

*The recruitment process is a step taken by the company to obtain the best human resources to fill the available positions. In today's modern era, recruitment methods are no longer limited to conventional methods, but also utilize online media to disseminate job vacancy information and attract suitable candidates. This research aims to find out what platforms are used in disseminating vacancy information and recruiting quality candidates, to find out the employee recruitment process through online media, to find out the obstacles to employee recruitment through online media, and to find out the effectiveness of employee recruitment through online media in Ini Vie Hospitality. This research is a qualitative research with data collection techniques through observation, documentation, and interviews with employees who have an understanding of the topic being studied. The findings of the study show that the recruitment process through online media has gone well, although there are still some obstacles. Overall, this method is considered effective in terms of the number of applicants obtained, cost efficiency, and time required during the process.*

## Abstrak

Proses rekrutmen merupakan langkah yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh sumber daya manusia terbaik guna mengisi posisi yang tersedia. Di era modern saat ini, metode rekrutmen tidak lagi terbatas pada cara-cara konvensional, melainkan juga memanfaatkan media online untuk menyebarkan informasi lowongan kerja serta menarik kandidat yang sesuai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui platform apa saja yang digunakan dalam menyebarkan informasi lowongan dan menjangkau kandidat berkualitas, untuk mengetahui proses rekrutmen karyawan melalui media online, untuk mengetahui kendala rekrutmen karyawan melalui media online, dan untuk mengetahui efektivitas rekrutmen karyawan melalui media online pada Ini Vie Hospitality. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara terhadap karyawan yang memiliki pemahaman mengenai topik yang dikaji. Temuan penelitian menunjukkan bahwa proses rekrutmen melalui media online telah berlangsung dengan baik, meskipun masih ditemui beberapa kendala. Secara keseluruhan, metode ini dinilai efektif dari sisi jumlah pelamar yang diperoleh, efisiensi biaya, dan waktu yang dibutuhkan selama proses berlangsung.

Kata kunci: Rekrutmen karyawan: Media Online: Efektivitas

Key words: Employee recruitment: Online Media: Effectiveness

Correspondence: <sup>1</sup>[nikitaputriadnyani2018@gmail.com](mailto:nikitaputriadnyani2018@gmail.com), <sup>2</sup>[wayansumetri@pnb.ac.id](mailto:wayansumetri@pnb.ac.id), <sup>3</sup>[gustingurahsanjaya@pnb.ac.id](mailto:gustingurahsanjaya@pnb.ac.id)

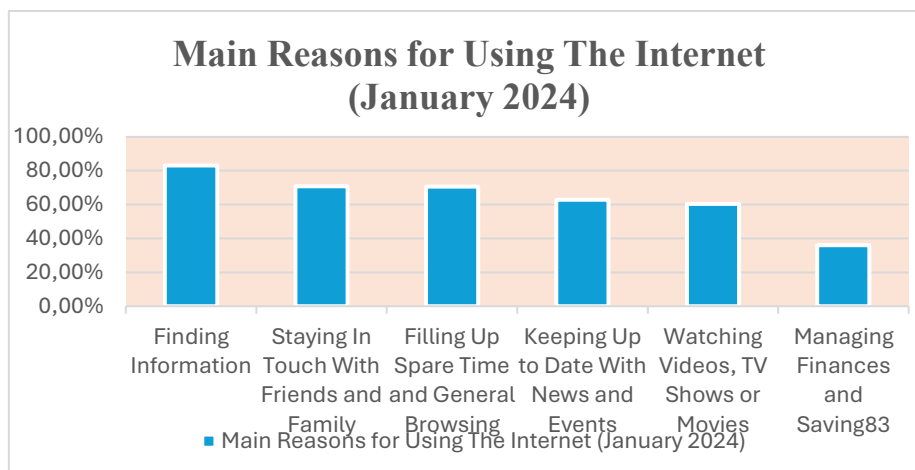
## I. Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang semakin pesat, perusahaan dituntut untuk beradaptasi dengan berbagai perubahan, termasuk dalam hal pengelolaan sumber daya manusia (SDM). SDM merupakan elemen vital dalam organisasi, karena keberhasilan suatu perusahaan sangat bergantung pada kualitas dan kompetensi tenaga kerja yang dimilikinya. Menurut Ajabar (2020), SDM adalah kunci utama dalam menjalankan tujuan organisasi, sementara Silitonga (2020) menegaskan bahwa manajemen SDM mencakup proses pengorganisasian, perencanaan, pengarahan, dan pengawasan terhadap berbagai kegiatan seperti seleksi, pelatihan, penempatan, dan pengembangan tenaga kerja. Dengan demikian, SDM yang berkualitas akan menjadi aset strategis bagi perusahaan dalam meningkatkan produktivitas, inovasi, dan daya saing di pasar yang kompetitif.

Salah satu aspek penting dalam manajemen SDM adalah proses rekrutmen. Rekrutmen merupakan langkah awal dalam memperoleh tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Nurmayitah (2023) menyatakan bahwa rekrutmen adalah proses untuk menarik dan menyaring sebanyak mungkin pelamar yang memenuhi kualifikasi untuk mengisi posisi yang tersedia. Dalam praktiknya, rekrutmen telah mengalami transformasi signifikan dari metode konvensional seperti iklan di media cetak, menjadi metode berbasis digital yang lebih efisien dan efektif. Jayabalan (2020) mendefinisikan e-recruitment sebagai

pemanfaatan teknologi berbasis web oleh perusahaan untuk merekrut karyawan, termasuk dalam proses wawancara, penyaringan pelamar, dan penilaian kandidat.

Gambar 1 Hasil survey pengguna di Indonesia



Sumber: we are social (data digital Indonesia 2024)

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perusahaan untuk memanfaatkan media online sebagai sarana utama dalam proses rekrutmen. Media online memungkinkan penyebaran informasi lowongan kerja secara luas, cepat, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan. Pada gambar 1 terlihat bahwa berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh *We Are Social* pada tahun 2024, sebanyak 83,1% pengguna internet di Indonesia menggunakan internet untuk mencari informasi, 70,9% untuk berkomunikasi dengan teman dan keluarga, dan 70,6% untuk mencari inspirasi dan ide baru. Data ini menunjukkan bahwa media online telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Indonesia, termasuk dalam konteks pencarian pekerjaan.

Sejalan dengan tren tersebut, perusahaan-perusahaan di Indonesia mulai mengadopsi media online sebagai strategi utama dalam proses rekrutmen. Salah satu perusahaan yang telah menerapkan strategi ini adalah *Ini Vie Hospitality*, sebuah perusahaan manajemen yang bergerak di sektor hospitality dan mengelola berbagai properti seperti villa, resort, beach club, playground, dan spa. Sejak berdiri pada tahun 2011 dengan hanya dua unit properti, *Ini Vie Hospitality* telah berkembang pesat dan mengelola hingga 63 unit properti pada tahun 2024. Pertumbuhan ini tentu saja meningkatkan kebutuhan akan tenaga kerja yang terampil dan profesional untuk memastikan operasional setiap unit berjalan optimal.

Untuk memenuhi kebutuhan SDM yang terus meningkat, *Ini Vie Hospitality* memanfaatkan berbagai platform media online dalam proses rekrutmen, seperti Jobstreet, Indeed, Glints, website perusahaan, serta media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan email. Berdasarkan data internal perusahaan, Jobstreet merupakan platform yang paling efektif dalam menjaring kandidat, sementara Glints menjadi platform dengan jumlah pelamar paling sedikit. Efektivitas penggunaan media online dalam rekrutmen tidak hanya dilihat dari jumlah pelamar, tetapi juga dari efisiensi biaya dan waktu yang dibutuhkan selama proses berlangsung.

Penggunaan media online dalam rekrutmen memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan. Menurut Nankervis et al. (2019) dan Silva (2023), teknologi dalam rekrutmen dapat meningkatkan efektivitas SDM, mengurangi biaya, dan membantu pengambilan keputusan terkait pelatihan, rekrutmen, dan evaluasi karyawan. Farosah Ramadhani (2024) menambahkan bahwa efektivitas rekrutmen online dapat diukur melalui indikator seperti jumlah pelamar berkualitas, durasi proses, dan beban biaya yang dikeluarkan. Dengan demikian, media online tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi strategi penting dalam manajemen SDM modern.

Namun, meskipun memberikan banyak manfaat, penggunaan media online dalam rekrutmen juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satu kendala yang dihadapi oleh *Ini Vie Hospitality* adalah banyaknya CV yang masuk namun tidak sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan. Selain itu, beberapa kandidat sulit dihubungi atau membatalkan jadwal wawancara secara mendadak. Untuk mengatasi kendala tersebut, perusahaan disarankan untuk menggunakan sistem penyaringan otomatis seperti *Applicant Tracking System* (ATS) yang dapat membantu dalam menyeleksi CV berdasarkan kata kunci yang relevan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi proses dan efektivitas penggunaan media online dalam rekrutmen karyawan pada Ini Vie Hospitality. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengetahui mekanisme rekrutmen melalui media online yang diterapkan oleh perusahaan, serta untuk mengevaluasi efektivitasnya dari aspek jumlah pelamar, biaya, dan waktu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam dengan karyawan yang memiliki pemahaman mengenai proses rekrutmen.

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen SDM, khususnya terkait dengan strategi rekrutmen di era digital. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam merancang strategi rekrutmen yang lebih efektif dan efisien. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi akademisi dan peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai rekrutmen berbasis media online.

Dalam konteks Ini Vie Hospitality, proses rekrutmen melalui media online telah dilakukan secara sistematis dan terstruktur. Tahapan rekrutmen dimulai dari pengajuan kebutuhan tenaga kerja oleh user, pembuatan dan publikasi job posting oleh tim HCD Creative, proses screening CV oleh tim rekrutmen, wawancara tahap pertama dengan tim HCD, wawancara tahap kedua dengan hiring manager, tes psikologi (IQ, CRC, DISC), hingga tahap offering dan penandatanganan kontrak kerja. Setiap tahapan dilakukan dengan mempertimbangkan efisiensi waktu dan efektivitas hasil yang diperoleh.

Efektivitas rekrutmen melalui media online pada Ini Vie Hospitality dapat dilihat dari beberapa indikator. Pertama, jumlah pelamar yang masuk melalui media online sangat banyak dan mencakup pelamar dari berbagai daerah, tidak hanya dari Bali. Kedua, biaya yang dikeluarkan untuk proses rekrutmen melalui media online relatif lebih rendah dibandingkan dengan metode konvensional seperti job fair atau walk-in interview. Ketiga, waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan proses rekrutmen melalui media online lebih singkat, yaitu sekitar satu minggu, dibandingkan dengan metode konvensional yang memerlukan persiapan dan pelaksanaan yang lebih kompleks.

Dengan mempertimbangkan berbagai aspek tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media online dalam proses rekrutmen pada Ini Vie Hospitality telah memberikan dampak positif yang signifikan. Meskipun masih terdapat beberapa kendala, perusahaan telah menunjukkan komitmen untuk terus meningkatkan efektivitas proses rekrutmen melalui inovasi dan pemanfaatan teknologi. Penelitian ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana media online dapat menjadi solusi strategis dalam menghadapi tantangan rekrutmen di era digital.

## **II. Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena rekrutmen karyawan melalui media online pada perusahaan Ini Vie Hospitality. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara komprehensif melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian, serta memperoleh pemahaman yang lebih kaya mengenai proses, kendala, dan efektivitas rekrutmen yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut Sugiyono (2019), metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme dan digunakan untuk meneliti objek dalam kondisi yang alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci dalam pengumpulan dan analisis data.

Dalam pelaksanaan penelitian ini, data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan beberapa informan yang terlibat langsung dalam proses rekrutmen di Ini Vie Hospitality, seperti Assistant Recruitment Manager, Recruitment Officer, dan Talent Acquisition Coordinator. Wawancara dilakukan secara terstruktur dan terbuka untuk memperoleh informasi yang akurat dan relevan mengenai tahapan rekrutmen, media yang digunakan, serta kendala yang dihadapi selama proses berlangsung. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap aktivitas rekrutmen di perusahaan, guna memperoleh gambaran nyata mengenai pelaksanaan rekrutmen melalui media online. Observasi ini dilakukan dengan mengamati proses job posting, screening CV, pelaksanaan wawancara, hingga penandatanganan kontrak kerja.

Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti dokumen internal perusahaan, artikel ilmiah, jurnal penelitian terdahulu, serta situs web yang relevan dengan topik penelitian. Menurut Sugiyono (2018), data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber lain, dan berfungsi sebagai pelengkap untuk memperkuat hasil analisis. Dalam penelitian ini, dokumen seperti poster lowongan kerja, format undangan wawancara, dan formulir aplikasi kerja digunakan sebagai bahan dokumentasi untuk mendukung validitas data primer yang telah dikumpulkan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga tahapan utama yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan cara menyederhanakan dan memilah data yang relevan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif yang menggambarkan proses rekrutmen secara sistematis dan menyeluruh. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan, di mana peneliti menyimpulkan hasil temuan berdasarkan data yang telah dianalisis, serta memberikan rekomendasi yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan efektivitas rekrutmen.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang bermakna dalam pengembangan strategi rekrutmen berbasis media online, khususnya bagi perusahaan di sektor hospitality yang menghadapi tantangan dalam menjaring tenaga kerja berkualitas secara efisien dan efektif.

### **III. Hasil dan Pembahasan**

#### **3.1 Hasil Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana proses rekrutmen karyawan melalui media online diterapkan oleh Ini Vie Hospitality, serta untuk menilai efektivitas metode tersebut dari berbagai aspek. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan, ditemukan bahwa perusahaan telah menerapkan sistem rekrutmen yang cukup sistematis dan terstruktur, dengan memanfaatkan berbagai platform digital sebagai media utama dalam menjaring kandidat.

Proses rekrutmen di Ini Vie Hospitality dimulai dari pengajuan kebutuhan tenaga kerja oleh masing-masing unit atau departemen kepada tim Human Capital Department (HCD). Setelah menerima form permintaan karyawan yang mencantumkan posisi, jumlah, dan kualifikasi yang dibutuhkan, tim HCD akan berkoordinasi dengan bagian kreatif untuk membuat poster lowongan kerja. Poster tersebut kemudian dipublikasikan melalui berbagai platform digital seperti Jobstreet Express, Glints, Indeed, HHRMA, LinkedIn, serta media sosial seperti Instagram dan Facebook. Selain itu, perusahaan juga memanfaatkan website resmi sebagai kanal informasi rekrutmen. Menurut Ibu Poolina, Assistant Recruitment Manager, penggunaan media online dinilai lebih efektif dibandingkan media cetak karena jangkauannya yang lebih luas dan efisien dari segi waktu dan biaya.

Setelah lowongan dipublikasikan, tim rekrutmen akan melakukan proses screening terhadap CV yang masuk. Proses ini dilakukan secara manual dengan menyeleksi kandidat yang sesuai dengan kualifikasi yang telah ditentukan. Kandidat yang lolos tahap ini akan dihubungi melalui WhatsApp untuk mengikuti wawancara tahap pertama bersama tim HCD. Jika dinyatakan lolos, kandidat akan melanjutkan ke tahap wawancara kedua bersama user atau hiring manager. Sebelum mengikuti wawancara kedua, kandidat diwajibkan mengisi formulir aplikasi kerja (employment application) secara online. Dalam beberapa kasus, pengisian formulir dilakukan secara offline saat wawancara berlangsung, terutama jika kandidat mengalami kendala teknis.

Setelah melewati dua tahap wawancara, kandidat yang dinyatakan lolos akan mengikuti serangkaian tes psikologis, yaitu tes IQ, CRC (Customer Reference Check), dan DISC (Dominance, Influence, Steadiness, Conscientiousness). Tes ini bertujuan untuk menilai kecocokan karakter dan kemampuan kandidat dengan kebutuhan perusahaan. Jika hasil tes memuaskan dan telah mendapat persetujuan dari pihak internal, maka kandidat akan menerima penawaran kerja (offering) yang mencakup informasi mengenai gaji, tunjangan, tanggal mulai bekerja, dan ketentuan lainnya. Setelah menyetujui penawaran tersebut, kandidat akan menandatangani kontrak kerja dan resmi menjadi bagian dari Ini Vie Hospitality.

Dalam pelaksanaannya, proses rekrutmen melalui media online di Ini Vie Hospitality tidak lepas dari berbagai tantangan. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah banyaknya CV yang masuk namun tidak sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan. Hal ini menyebabkan proses screening menjadi cukup memakan waktu dan tenaga. Selain itu, beberapa kandidat yang telah dijadwalkan untuk wawancara sering kali membatalkan secara mendadak atau tidak hadir tanpa konfirmasi. Kendala lainnya adalah kesulitan dalam menemukan kandidat yang sesuai untuk posisi-posisi strategis seperti manajer atau asisten manajer, meskipun perusahaan telah menggunakan iklan berbayar seperti Instagram Ads untuk menjangkau kandidat dari luar Bali.

Meskipun demikian, secara umum proses rekrutmen melalui media online dinilai efektif oleh pihak perusahaan. Hal ini terlihat dari jumlah pelamar yang masuk melalui platform digital yang sangat banyak dan beragam, baik dari dalam maupun luar daerah. Menurut Bapak Dewa, Recruitment Officer, platform Jobstreet Express menjadi kanal yang paling banyak menjaring kandidat, diikuti oleh Indeed dan HHRMA.

Keberagaman pelamar ini memberikan perusahaan lebih banyak pilihan dalam menyeleksi kandidat yang sesuai dengan kebutuhan.

Efektivitas rekrutmen juga terlihat dari efisiensi biaya yang dikeluarkan. Dibandingkan dengan metode konvensional seperti job fair atau walk-in interview, penggunaan media online jauh lebih hemat karena tidak memerlukan biaya logistik, sewa tempat, atau perjalanan dinas. Biaya yang dikeluarkan hanya terbatas pada iklan berbayar di platform tertentu, yang dinilai sebanding dengan hasil yang diperoleh. Selain itu, proses rekrutmen melalui media online juga lebih cepat. Dalam kondisi normal, seluruh proses mulai dari job posting hingga penandatanganan kontrak dapat diselesaikan dalam waktu sekitar satu minggu, tergantung pada kesiapan kandidat dan user.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa Ini Vie Hospitality telah menerapkan kombinasi metode rekrutmen internal dan eksternal. Untuk posisi tertentu, perusahaan memberikan kesempatan promosi kepada karyawan existing, seperti daily worker yang diangkat menjadi staff kontrak. Selain itu, perusahaan juga menghubungi kembali kandidat dari lamaran sebelumnya jika dinilai masih relevan dengan posisi yang dibutuhkan. Strategi ini dinilai efektif dalam mengisi posisi dengan cepat dan mengurangi biaya rekrutmen.

Dari sisi dokumentasi, perusahaan memiliki sistem administrasi yang cukup rapi. Setiap tahapan rekrutmen didokumentasikan dengan baik, mulai dari form permintaan karyawan, poster lowongan, daftar kandidat, hasil wawancara, hingga kontrak kerja. Dokumentasi ini tidak hanya berfungsi sebagai arsip, tetapi juga sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas proses rekrutmen di masa mendatang.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses rekrutmen melalui media online di Ini Vie Hospitality telah berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang memuaskan. Meskipun masih terdapat beberapa kendala, perusahaan telah menunjukkan upaya yang serius dalam mengoptimalkan proses rekrutmen melalui pemanfaatan teknologi digital. Ke depan, perusahaan disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan sistem penyaringan otomatis seperti Applicant Tracking System (ATS) guna mempercepat proses screening dan meningkatkan efisiensi kerja tim rekrutmen. Dengan demikian, Ini Vie Hospitality dapat terus mempertahankan keunggulannya dalam menjaring tenaga kerja yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

### **3.2 Hasil Analisis dan Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses rekrutmen karyawan melalui media online yang diterapkan oleh Ini Vie Hospitality telah berjalan secara sistematis dan cukup efektif. Proses ini mencakup tahapan-tahapan yang dimulai dari pengajuan kebutuhan tenaga kerja, pembuatan dan publikasi lowongan kerja, screening CV, wawancara, tes psikologi, hingga offering dan penandatanganan kontrak kerja. Temuan ini sejalan dengan teori rekrutmen yang dikemukakan oleh Chandra (2021), yang menyebutkan bahwa proses rekrutmen idealnya melibatkan analisis posisi, identifikasi job description dan job specification, penentuan sumber pelamar, serta strategi komunikasi yang efektif untuk menarik kandidat.

Penggunaan media online sebagai sarana utama dalam proses rekrutmen memberikan dampak positif yang signifikan terhadap efektivitas dan efisiensi pelaksanaan rekrutmen. Platform seperti Jobstreet Express, Indeed, Glints, HHRMA, LinkedIn, serta media sosial seperti Instagram dan Facebook, terbukti mampu menjangkau pelamar dari berbagai daerah, bahkan di luar Bali. Hal ini memperluas cakupan pencarian kandidat dan meningkatkan peluang perusahaan untuk memperoleh tenaga kerja yang sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan. Temuan ini mendukung hasil penelitian oleh Ramadhani dan Rizqi (2024), yang menyatakan bahwa media online mampu menjaring pelamar berkualitas secara lebih luas dan cepat dibandingkan metode konvensional.

Efektivitas rekrutmen melalui media online juga tercermin dari efisiensi biaya dan waktu yang dihasilkan. Dibandingkan dengan metode konvensional seperti job fair atau walk-in interview, media online tidak memerlukan biaya logistik, sewa tempat, atau perjalanan dinas. Biaya yang dikeluarkan hanya terbatas pada iklan berbayar di platform tertentu, seperti Instagram Ads, yang dinilai sebanding dengan hasil yang diperoleh. Selain itu, waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan seluruh proses rekrutmen relatif singkat, yaitu sekitar satu minggu. Hal ini sejalan dengan pendapat Nankervis et al. (2019) dan Silva (2023), yang menekankan bahwa teknologi dalam rekrutmen dapat meningkatkan efektivitas SDM, mengurangi biaya, dan mempercepat pengambilan keputusan.

Namun demikian, proses rekrutmen melalui media online juga menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu kendala utama adalah banyaknya CV yang masuk namun tidak sesuai dengan kualifikasi yang ditetapkan oleh perusahaan. Hal ini menyebabkan proses screening menjadi cukup memakan waktu dan tenaga. Selain itu, beberapa kandidat yang telah dijadwalkan untuk wawancara sering kali membatalkan secara mendadak atau tidak hadir tanpa konfirmasi. Kendala lainnya adalah kesulitan dalam menemukan

kandidat yang sesuai untuk posisi strategis seperti manajer atau asisten manajer, meskipun perusahaan telah menggunakan iklan berbayar untuk menjangkau kandidat dari luar daerah.

Kendala-kendala tersebut menunjukkan bahwa meskipun media online memberikan banyak keuntungan, perusahaan tetap perlu melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap sistem rekrutmen yang diterapkan. Salah satu solusi yang dapat dipertimbangkan adalah penggunaan sistem penyaringan otomatis seperti *Applicant Tracking System* (ATS). ATS dapat membantu tim rekrutmen dalam menyeleksi CV secara lebih efisien berdasarkan kata kunci yang relevan dengan kualifikasi yang dibutuhkan. Dengan demikian, proses screening dapat dilakukan secara lebih cepat dan akurat, serta mengurangi beban kerja tim rekrutmen.

Selain itu, perusahaan juga perlu memperjelas informasi lowongan kerja yang dipublikasikan agar pelamar dapat melakukan *self-screening* sebelum mengirimkan lamaran. Informasi yang rinci mengenai kualifikasi, tanggung jawab, dan persyaratan posisi akan membantu mengurangi jumlah pelamar yang tidak relevan dan meningkatkan kualitas kandidat yang masuk. Strategi ini sejalan dengan prinsip komunikasi efektif dalam rekrutmen yang dikemukakan oleh Thamrin (2019), yaitu menarik pelamar yang kompeten dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Dari sisi internal, Ini Vie Hospitality juga telah menerapkan strategi rekrutmen yang inklusif dengan memberikan kesempatan promosi kepada karyawan existing, seperti daily worker yang diangkat menjadi staff kontrak. Strategi ini tidak hanya menghemat biaya rekrutmen, tetapi juga meningkatkan loyalitas dan motivasi karyawan. Pendekatan ini mendukung teori manajemen SDM yang dikemukakan oleh Hasibuan (2019), yang menekankan pentingnya pengembangan dan promosi internal sebagai bagian dari strategi pengelolaan tenaga kerja.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa rekrutmen melalui media online merupakan strategi yang relevan dan efektif di era digital, khususnya bagi perusahaan di sektor hospitality yang membutuhkan tenaga kerja dalam jumlah besar dan beragam. Meskipun terdapat beberapa kendala, perusahaan dapat mengatasinya dengan inovasi teknologi, perbaikan sistem komunikasi, dan penguatan strategi internal. Dengan demikian, Ini Vie Hospitality dapat terus meningkatkan kualitas proses rekrutmen dan mempertahankan daya saingnya dalam industri yang dinamis.

#### **IV. Kesimpulan dan Saran**

##### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan pada Ini Vie Hospitality, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Proses rekrutmen melalui media online yang dilakukan oleh Ini Vie Hospitality telah berjalan secara sistematis. Perusahaan memanfaatkan platform digital yaitu Glints, Indeed, HHRMA, LinkedIn, Jobstreet Express, serta media sosial (Instagram, facebook) untuk mempublikasikan lowongan pekerjaan. Proses rekrutmen ini dimulai dari analisis kebutuhan tenaga kerja, job posting, menentukan sumber dan metode rekrutmen, screening, interview, offering, dan penempatan kerja, yang menunjukkan bahwa tahapan rekrutmen telah dilaksanakan secara baik dan terstruktur walaupun masih ada kendala yang dapat diatasi.
2. Efektivitas rekrutmen karyawan melalui media online pada Ini Vie Hospitality dalam pelaksanaannya telah efektif dilakukan, dilihat dari jumlah pelamar yang banyak, efisiensi biaya, dan waktu pelaksanaan, dalam hal mana rekrutmen melalui media online ini memungkinkan perusahaan menjangkau pelamar lebih luas, mempercepat proses penyebaran informasi lowongan, dan menghemat biaya.

##### **Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Mengingat tingginya jumlah pelamar yang masuk ke perusahaan, diharapkan agar perusahaan mulai menggunakan sistem penyaringan otomatis seperti *Applicant Tracking System* (ATS) guna mempercepat proses screening dan mengurangi beban kerja tim rekrutmen.
2. Untuk menghindari kerugian akibat pembatalan wawancara oleh kandidat, disarankan untuk menyiapkan kandidat cadangan yang memiliki kualifikasi sesuai, sehingga proses rekrutmen tetap dapat berjalan tanpa hambatan dan tidak membuang waktu.

Untuk meminimalisir masuknya pelamar yang tidak sesuai kualifikasi, perusahaan disarankan memperjelas dan memperinci informasi lowongan kerja yang dipublikasikan agar pelamar dapat melakukan *self-screening* sebelum melamar.

## Daftar Pustaka

- Ajabar. (2020). *Manajemen sumber daya manusia*. Deepublish.
- Chandra, E. R. (2021). *Pengantar manajemen sumber daya*. Yayasan Kita Menulis.
- Farosah Ramadhani, & Rizqi, M. A. (2024). Analisis efektivitas penerapan proses rekrutmen online pada salah satu PT penyedia tenaga kerja di kota Gresik. *Jurnal Ilmiah Bisnis & Kewirausahaan*.
- Hasibuan, M. S. (2019). *Manajemen sumber daya manusia* (Edisi ke-8). Raja Grafindo Persada.
- Jayabalan, N. (2020). The role of OCBE on green HRM towards performance sustainability. *Creativity and Innovation Management*, 29(3), 388–399.
- Nankervis, A., Baird, M., Coffey, J., & Shields, J. (2019). *Human resource management: Strategy and practice* (9th ed.). Cengage Learning.
- Nurmasyitah, P. E. (2023). Rekrutmen dan seleksi sumber daya manusia dalam organisasi pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*.
- Silitonga, P. E. (2020). *Peningkatan kinerja SDM melalui motivasi, kepemimpinan, komitmen dan lingkungan kerja*. Penebar Media Pustaka.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Thamrin. (2019). *Perencanaan manajemen sumber daya manusia*.
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Retrieved from <https://wearesocial.com>