

PERAN PROSES REKRUTMEN DAN SELEKSI DALAM MEMBANGUN TENAGA KERJA KOMPETEN: STUDI MAGANG DI PT VICTORY INTERNATIONAL FUTURES

Abdullah¹, Sulastrii Irbayuni²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Email: 22012010225@student.upnjatim.ac.id, sulastrii.ma@upnjatim.ac.id

Abstract

Recruitment and selection are crucial processes in human resource management that play a vital role in ensuring the quality of the workforce recruited by a company. PT Victory International Futures, as a futures brokerage company, implements active and adaptive recruitment strategies through various digital media such as social media and a Customer Relationship Management (CRM) system. According to Simamora (2006), effective recruitment aims to attract potential candidates who meet the organization's needs. This is supported by Rivai (2015), who states that proper selection determines the long-term success of a company. This study uses observation and hands-on practice during the internship at PT Victory International Futures. The findings show that the recruitment and selection processes implemented by the company enhance candidate quality through direct approaches such as canvassing, digital promotion, and orientation training. Moreover, the use of technology in managing candidate data supports the efficiency of the selection process. These findings support Dessler's (2020) view that integrating technology into HR processes can accelerate recruitment and improve accuracy in employee selection. Thus, a structured recruitment and selection practice contributes to developing a competent workforce ready to compete in the futures trading industry.

Keywords: Recruitment, Selection, Human Resources, Futures Trading Industry, Employee Competency, CRM, HR Process Effectiveness.

Abstrak

Rekrutmen dan seleksi merupakan proses penting dalam manajemen sumber daya manusia yang berperan dalam memastikan kualitas tenaga kerja yang direkrut perusahaan. PT Victory International Futures sebagai perusahaan pialang berjangka menerapkan strategi rekrutmen yang aktif dan adaptif melalui berbagai media digital seperti media sosial dan sistem CRM. Menurut Simamora (2006), rekrutmen yang efektif bertujuan menarik kandidat potensial yang sesuai dengan kebutuhan organisasi. Hal ini diperkuat oleh Rivai (2015) yang menyatakan bahwa seleksi yang tepat akan menentukan keberhasilan jangka panjang perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode observasi dan praktik langsung selama pelaksanaan magang di PT Victory International Futures. Hasil temuan menunjukkan bahwa proses rekrutmen dan seleksi yang dilakukan mampu meningkatkan kualitas kandidat melalui pendekatan langsung seperti canvassing, promosi digital, hingga pelatihan orientasi. Selain itu, pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan data kandidat mendukung efisiensi proses seleksi. Temuan ini mendukung pendapat Dessler (2020) bahwa penerapan teknologi dalam proses SDM dapat mempercepat proses rekrutmen serta meningkatkan akurasi dalam seleksi karyawan. Dengan demikian, praktik rekrutmen dan seleksi yang terstruktur turut berperan dalam membentuk tenaga kerja yang kompeten dan siap bersaing di industri perdagangan berjangka.

Kata kunci: Rekrutmen, Seleksi, Sumber Daya Manusia, Industri Perdagangan Berjangka, Kompetensi Karyawan, CRM, Efektivitas Proses SDM

PENDAHULUAN

Menurut Kotler dan Keller (2016), pelayanan terhadap nasabah merupakan elemen strategis dalam membangun kepercayaan dan loyalitas, terutama di sektor keuangan yang dinamis dan kompetitif. Dalam dunia bisnis modern, perusahaan tidak hanya dituntut untuk menyediakan produk yang unggul, tetapi juga memastikan bahwa tenaga kerja yang dimiliki mampu memberikan pelayanan yang profesional dan responsif terhadap kebutuhan pasar. Hal ini sangat relevan bagi industri perdagangan berjangka yang bergantung pada kepercayaan publik serta kecepatan dan ketepatan dalam memberikan informasi dan layanan investasi.

Robbins dan Judge (2017) menyatakan bahwa pengelolaan sumber daya manusia yang efektif harus dimulai sejak proses rekrutmen dan seleksi, dengan fokus pada pengukuran, evaluasi, dan pengembangan kinerja. Dalam praktiknya, proses ini tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja, tetapi juga menjadi fondasi penting dalam menciptakan tim kerja yang berkinerja tinggi dan selaras dengan nilai-nilai organisasi. Oleh karena itu, strategi rekrutmen dan seleksi menjadi faktor penentu dalam membentuk sumber daya manusia yang unggul dan adaptif.

PT Victory International Futures, sebagai perusahaan pialang berjangka yang beroperasi di sektor perdagangan komoditas dan investasi global, menerapkan strategi rekrutmen berbasis teknologi dengan memanfaatkan media sosial dan sistem Customer Relationship Management (CRM). Langkah ini merupakan upaya untuk meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan kandidat, dan membangun citra perusahaan yang profesional di mata pencari kerja. Praktik ini sejalan dengan pemikiran Dessler (2020) yang menekankan pentingnya pemanfaatan teknologi informasi dalam proses e-recruitment untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam pengelolaan data kandidat.

Penelitian ini disusun berdasarkan pengalaman magang yang dilakukan penulis di PT Victory International Futures. Melalui metode observasi dan praktik langsung, penulis mengikuti berbagai tahapan rekrutmen dan seleksi yang diterapkan perusahaan. Hasil dari pengalaman ini menunjukkan bahwa pendekatan rekrutmen yang terstruktur, digital, dan berbasis data memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kualitas kandidat dan efisiensi proses seleksi.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran proses rekrutmen dan seleksi di PT Victory International Futures dalam membentuk tenaga kerja yang kompeten. Selain itu, jurnal ini juga mengidentifikasi tantangan yang dihadapi serta merumuskan rekomendasi untuk peningkatan proses rekrutmen dan seleksi di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Kegiatan ini dilaksanakan sebagai bagian dari program magang terstruktur yang bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam mendalami praktik manajemen sumber daya manusia, khususnya pada proses rekrutmen karyawan di sektor jasa keuangan. Penempatan kegiatan dilakukan di PT Victory International Futures selama dua bulan pada divisi Human Resources Development (HRD). Fokus utama kegiatan adalah pada praktik rekrutmen outbound, yaitu metode rekrutmen yang bersifat aktif dengan menjangkau pelamar secara langsung melalui media digital dan kegiatan lapangan.

Menurut Simamora (2006), rekrutmen merupakan serangkaian aktivitas untuk menarik sejumlah calon tenaga kerja yang memiliki kualifikasi sesuai dengan kebutuhan organisasi. Rekrutmen outbound menjadi penting di era saat ini karena menuntut perusahaan untuk tidak hanya menunggu pelamar datang, tetapi secara proaktif membangun komunikasi dengan calon kandidat melalui berbagai strategi promosi.

Adapun tahapan kegiatan yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi Langsung

Observasi dilakukan untuk memahami proses rekrutmen secara utuh di lingkungan kerja. Penulis mengamati secara langsung bagaimana tim HR menyusun konten promosi lowongan kerja, menyebarkan informasi melalui media sosial (Instagram dan TikTok), menyelenggarakan presentasi melalui TikTok Live, serta melakukan penghubungan dan konfirmasi terhadap kandidat. Selain itu, kegiatan canvassing lapangan juga diamati, di mana tim melakukan promosi langsung di kampus dan ruang publik.

Observasi ini sesuai dengan pendekatan experiential learning menurut Kolb (1984), yang menekankan pentingnya pengalaman langsung dalam memahami dan menginternalisasi proses kerja dalam dunia profesional.

2. Partisipasi Aktif

Selain mengamati, penulis juga turut terlibat dalam berbagai aktivitas teknis yang mendukung proses rekrutmen. Aktivitas tersebut meliputi penyusunan materi promosi, penyebaran informasi kepada pelamar, pengelolaan data kehadiran, serta pengoperasian teknis selama sesi presentasi daring. Penulis juga sempat berperan sebagai moderator dalam TikTok Live, sekaligus membantu merespons pertanyaan dari penonton secara real time.

Menurut Robbins dan Judge (2017), keterlibatan langsung dalam aktivitas organisasi memperkuat pemahaman terhadap nilai-nilai kerja tim, komunikasi organisasi, dan dinamika hubungan kerja antara pelaksana dan manajerial. Dengan berpartisipasi aktif, penulis memperoleh pemahaman tidak hanya dari sisi konsep, tetapi juga dari sudut pandang teknis pelaksanaan.

3. Studi Dokumentasi

Penulis mempelajari berbagai dokumen pendukung yang digunakan perusahaan dalam proses rekrutmen, seperti formulir lamaran kerja, brosur digital lowongan, template pesan promosi, tangkapan layar sistem CRM, dan data kehadiran peserta pelatihan. Dokumentasi ini memberikan konteks administratif dan operasional yang memperkuat pemahaman terhadap strategi yang dijalankan.

Menurut Sugiyono (2019), dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang penting karena menyajikan data objektif dalam bentuk tertulis, visual, atau rekaman yang dapat diverifikasi.

4. Diskusi dan Konsultasi

Kegiatan diskusi dilakukan secara informal dengan staf HR dan pembimbing lapangan untuk memperoleh informasi tambahan mengenai strategi yang digunakan, alasan pemilihan media tertentu, serta kendala yang sering dihadapi. Melalui diskusi ini, penulis juga memperoleh wawasan mengenai evaluasi internal perusahaan terhadap efektivitas promosi rekrutmen, terutama dalam menjangkau kandidat berkualitas.

Diskusi dan konsultasi ini memperkuat pendekatan pembelajaran kontekstual, di mana mahasiswa sebagai peserta magang tidak hanya bekerja, tetapi juga merefleksikan pengalaman dengan bimbingan praktisi profesional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan magang di PT Victory International Futures selama dua bulan memberikan pemahaman yang menyeluruh mengenai implementasi strategi rekrutmen outbound dalam praktik nyata di industri pialang berjangka. Berdasarkan keterlibatan langsung penulis dalam berbagai aktivitas yang dijalankan oleh divisi Human Resources Development (HRD), diperoleh sejumlah temuan yang menunjukkan bahwa strategi rekrutmen outbound yang diterapkan perusahaan mampu menjangkau calon kandidat secara lebih luas dan efektif, meskipun masih menghadapi beberapa kendala dalam proses pelaksanaannya.

Salah satu hasil utama dari kegiatan ini adalah penggunaan media sosial sebagai alat utama dalam mendistribusikan informasi lowongan kerja. Perusahaan secara aktif memanfaatkan Instagram dan TikTok sebagai media promosi yang tidak hanya menyampaikan informasi secara visual, tetapi juga membentuk citra positif perusahaan sebagai tempat kerja yang terbuka terhadap generasi muda. Penggunaan TikTok, khususnya melalui fitur live streaming (TikTok Live), menjadi salah satu metode yang cukup menonjol dalam strategi rekrutmen. Melalui sesi live ini, tim HR dapat menjelaskan informasi lowongan secara langsung, menjawab pertanyaan audiens, serta memberikan gambaran umum tentang industri pialang dan peluang karier yang tersedia. Aktivitas ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga menciptakan komunikasi dua arah yang interaktif dengan audiens, sehingga membangun kepercayaan dan ketertarikan awal terhadap perusahaan.

Selain melalui media digital, perusahaan juga menjalankan promosi rekrutmen secara langsung melalui kegiatan canvassing. Dalam kegiatan ini, tim HR bersama staf magang mendatangi berbagai lokasi strategis seperti kampus, kafe, dan ruang publik lainnya untuk menyebarkan brosur dan memberikan penjelasan secara lisan kepada individu yang berpotensi menjadi pelamar. Kegiatan ini dinilai cukup efektif dalam memperluas jangkauan informasi, terutama kepada masyarakat yang belum aktif mencari kerja melalui media online. Interaksi langsung ini memberikan nilai tambah karena memungkinkan komunikasi yang lebih personal dan responsif terhadap pertanyaan atau kekhawatiran pelamar terhadap pekerjaan yang ditawarkan.

Dari sisi komunikasi, perusahaan menggunakan pendekatan yang fleksibel dan cepat tanggap. Penggunaan WhatsApp sebagai alat komunikasi utama dengan kandidat memungkinkan penyampaian informasi yang ringkas, efisien, dan akrab, sesuai dengan karakteristik generasi muda yang menjadi target utama. Pesan-pesan yang disampaikan kepada pelamar disusun dengan bahasa yang sopan, tetapi tidak terlalu formal, dan disesuaikan dengan situasi komunikasi. Strategi komunikasi ini terbukti meningkatkan responsivitas kandidat, terutama dalam hal konfirmasi kehadiran dan partisipasi dalam tahapan seleksi.

Namun demikian, kegiatan ini juga mengungkapkan beberapa tantangan yang dihadapi perusahaan dalam menjalankan strategi rekrutmen outbound. Salah satunya adalah masih adanya persepsi negatif dari masyarakat terhadap industri pialang berjangka, yang dianggap berisiko tinggi atau tidak stabil. Persepsi ini membuat sebagian pelamar ragu untuk melanjutkan ke tahap seleksi meskipun telah menerima informasi yang cukup. Tantangan lainnya adalah rendahnya tingkat kehadiran pelamar yang telah mendaftar, di mana banyak kandidat yang tidak hadir tanpa konfirmasi, sehingga menyulitkan tim HR dalam mengatur jadwal dan sumber daya yang tersedia.

Untuk menjawab tantangan tersebut, perusahaan terus berupaya meningkatkan konten edukatif dalam materi promosi. Edukasi mengenai legalitas perusahaan di bawah pengawasan BAPPEBTI, serta penjelasan tentang sistem kerja yang realistis dan peluang karier yang rasional, menjadi bagian penting dari setiap komunikasi yang disampaikan. Selain itu, penggunaan sistem CRM (Customer Relationship Management) mendukung pengelolaan data kandidat secara lebih terstruktur dan efisien, sehingga proses seleksi dapat dilakukan dengan lebih sistematis.

Secara keseluruhan, kegiatan magang ini memberikan gambaran yang konkret bahwa strategi rekrutmen

outbound yang diterapkan oleh PT Victory International Futures merupakan bentuk inovasi dalam menghadapi tantangan rekrutmen modern. Pendekatan ini tidak hanya fokus pada menjaring pelamar sebanyak mungkin, tetapi juga membangun hubungan yang kuat antara perusahaan dan masyarakat, khususnya generasi muda yang menjadi target utama. Kegiatan ini juga menjadi sarana pembelajaran berharga bagi penulis dalam memahami

dinamika kerja di bidang sumber daya manusia dan pentingnya adaptasi strategi dalam menghadapi perubahan perilaku pencari kerja di era digital.

KESIMPULAN

Kegiatan magang yang dilaksanakan di PT Victory International Futures telah memberikan pemahaman praktis dan mendalam mengenai implementasi strategi rekrutmen outbound di sektor industri pialang berjangka. Strategi yang dijalankan perusahaan meliputi pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok, pelaksanaan TikTok Live sebagai sarana presentasi interaktif, penggunaan komunikasi langsung melalui WhatsApp, serta pelaksanaan kegiatan canvassing lapangan untuk menjangkau calon pelamar secara lebih luas.

Hasil pengamatan dan keterlibatan langsung menunjukkan bahwa pendekatan outbound yang bersifat aktif dan adaptif memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan visibilitas perusahaan di mata masyarakat, khususnya generasi muda. Selain itu, strategi ini juga mendorong komunikasi yang lebih terbuka dan personal antara perusahaan dan pelamar, serta memperkuat citra perusahaan sebagai institusi yang dinamis dan inklusif.

Namun demikian, tantangan tetap ditemukan dalam bentuk rendahnya tingkat kehadiran pelamar yang telah mendaftar serta adanya persepsi negatif terhadap industri pialang. Perusahaan telah berupaya mengatasi hal ini dengan pendekatan edukatif dan penggunaan sistem manajemen kandidat berbasis teknologi (CRM) untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi proses rekrutmen.

Secara umum, kegiatan ini menunjukkan bahwa strategi rekrutmen outbound yang dirancang dan diimplementasikan secara terarah mampu mendukung terbentuknya proses rekrutmen yang lebih efektif, relevan, dan selaras dengan perkembangan media digital saat ini.

SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan dan pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan kepada PT Victory International Futures dalam pengembangan strategi rekrutmen outbound adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan konten edukatif dalam media promosi digital, seperti pembuatan video informatif yang menjelaskan alur kerja, legalitas perusahaan, serta testimoni dari karyawan aktif guna memperkuat kepercayaan publik terhadap industri pialang berjangka.
2. Menerapkan sistem pra-seleksi berbasis motivasi dan pemahaman kandidat, melalui formulir pendaftaran yang mencakup pertanyaan terbuka untuk menyaring pelamar yang benar-benar berminat dan memiliki pemahaman awal terhadap bidang kerja yang ditawarkan.
3. Mengoptimalkan penggunaan fitur pengingat otomatis (reminder) melalui sistem digital atau aplikasi komunikasi untuk meningkatkan tingkat kehadiran kandidat pada sesi presentasi dan wawancara.
4. Memperluas saluran promosi rekrutmen ke platform lain seperti LinkedIn, Facebook, atau Telegram untuk menjangkau segmentasi pelamar yang lebih beragam dan potensial.
5. Melaksanakan evaluasi berkala terhadap strategi rekrutmen outbound, termasuk mengukur efektivitas tiap kanal promosi, rasio konversi pelamar menjadi karyawan, dan feedback dari kandidat untuk perbaikan proses selanjutnya.
6. Memberikan pelatihan tambahan kepada tim rekrutmen, khususnya dalam keterampilan komunikasi digital dan pengelolaan platform sosial media, agar proses promosi tetap selaras dengan citra profesional perusahaan dan mampu menjangkau audiens secara lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, M. (2009). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice* (11th ed.). London: Kogan Page.
- Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). *Conceptualizing and researching employer branding*. *Career Development International*, 9(5), 501–517.
- Dessler, G. (2020). *Human Resource Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Mangkunegara, A. A. A. P. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2011). *Human Resource Management* (13th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (edisi revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mondy, R. W., & Noe, R. M. (2017). *Human Resource Management* (13th ed.). Pearson.
- Rivai, V. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior* (17th ed.). Pearson Education.
- Simamora, H. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN.