



Orbit: Jurnal Ilmu Multidisplin Nusantara

| ISSN (Online) 3064-5883 |
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
DOI: [10.63217/orbit.v2i2.264](https://doi.org/10.63217/orbit.v2i2.264)



Strategi Rekrutmen dalam Manajemen Sumber Daya Manusia

Shafia Salsabila¹, Muhammad Luthfi Wahyudi², Amanda Putriasha³, Sharfina Tamimi⁴, Rivandy Ilham Akbar⁵, Arfian Arfian⁶

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi, Indonesia

202210515194@mhs.ubharajaya.ac.id

²Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi, Indonesia

202210515237@mhs.ubharajaya.ac.id

³Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi, Indonesia

202210515236@mhs.ubharajaya.ac.id

⁴Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi, Indonesia

202210515208@mhs.ubharajaya.ac.id

⁵Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi, Indonesia

202210515185@mhs.ubharajaya.ac.id

⁶Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi, Indonesia arfian@dsn.ubharajaya.ac.id

Corresponding Author: 202210515237@mhs.ubharajaya.ac.id²

Abstract: Recruitment is a crucial process for acquiring human resources that match organizational needs and culture. This article examines recruitment strategies through a literature review of studies from the past ten years. The findings indicate that workforce planning, job analysis, selection of recruitment sources, and the use of digital technology can enhance the effectiveness of candidate sourcing. Challenges faced by organizations include mismatches in candidate competencies and labor market competition. The recommendations include strengthening employer branding, implementing competency-based selection, and utilizing e-recruitment to enable organizations to obtain qualified human resources more efficiently.

Keywords: Recruitment, Human Resource Management (HRM) Strategies, Employer Branding.

Abstrak: Rekrutmen merupakan proses penting untuk memperoleh SDM yang sesuai kebutuhan dan budaya organisasi. Artikel ini mengkaji strategi rekrutmen melalui studi literatur terhadap penelitian sepuluh tahun terakhir. Hasil kajian menunjukkan bahwa perencanaan kebutuhan tenaga kerja, analisis jabatan, pemilihan sumber rekrutmen, serta pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan efektivitas pencarian kandidat. Tantangan yang dihadapi organisasi meliputi ketidaksesuaian kompetensi kandidat dan persaingan pasar kerja. Rekomendasi yang diberikan mencakup penguatan *employer branding*, seleksi berbasis kompetensi, dan penggunaan e-recruitment agar organisasi mampu memperoleh SDM berkualitas secara lebih efisien.

Kata Kunci: Rekrutmen, Strategi MSDM, *Employer Branding*.

PENDAHULUAN

Rekrutmen merupakan tahapan awal yang memiliki peran penting dalam manajemen sumber daya manusia. Melalui proses ini, organisasi berupaya mendapatkan calon karyawan yang tidak hanya dapat memenuhi persyaratan teknis, tetapi sesuai dengan nilai organisasi serta mampu beradaptasi dengan suatu perubahan. Pendekatan rekrutmen yang tepat akan menghasilkan tenaga kerja yang kompeten dan memiliki komitmen tinggi, sehingga dapat meningkatkan efektivitas kerja dan mendukung keberlangsungan organisasi secara berkelanjutan (Barokah & Gunawan, 2023).

Perkembangan kondisi pasar tenaga kerja yang ditandai oleh meningkatnya persaingan global, perpindahan tenaga kerja antar wilayah, serta perubahan dalam tuntutan peran SDM, menjadikan proses rekrutmen perlu dirancang dengan strategi yang lebih terencana dan sistematis. Jika rekrutmen masih dilakukan secara konvensional tanpa perencanaan yang matang, sering terjadi ketidaksesuaian antara kebutuhan organisasi dengan kompetensi calon karyawan yang pada akhirnya dapat menurunkan produktivitas dan memicu tingginya tingkat turnover (Ainin et al., 2025).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi rekrutmen yang terencana, termasuk analisis kebutuhan tenaga kerja, seleksi kandidat berdasarkan kompetensi, hingga pemilihan individu yang sesuai dengan nilai dan budaya organisasi secara nyata dapat meningkatkan mutu sumber daya manusia yang direkrut (Jyothika, 2025). Selain itu, persaingan kerja yang semakin ketat, pemanfaatan teknologi digital dan penguatan citra perusahaan (*employer branding*) dalam proses rekrutmen terbukti memperluas akses terhadap calon pelamar serta menarik individu yang memiliki kualifikasi unggul, sehingga memberikan keunggulan bersaing bagi organisasi.

Sebagian organisasi masih mengalami hambatan dalam menerapkan rekrutmen secara strategis. Contohnya, masih terdapat ketidakmampuan dalam mengidentifikasi kebutuhan SDM secara akurat serta keterbatasan dalam menerapkan seleksi berbasis kompetensi. Situasi ini membuat proses rekrutmen dilakukan secara incidental, cenderung subjektif, dan berpotensi menghasilkan kandidat karyawan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi (Kamilia et al., 2024). Lemahnya *employer branding* dan belum optimalnya penggunaan teknologi digital menyebabkan perusahaan kesulitan dalam menarik kandidat yang berkualitas tinggi. Akibatnya, organisasi sering kali kalah bersaing dan kehilangan talenta potensial kepada perusahaan lain yang memiliki strategi pemasaran citra perusahaan yang lebih efektif.

Adapun tujuan penulisan artikel ini adalah memberikan kajian yang sistematis mengenai strategi rekrutmen dalam MSDM yang sesuai dengan dinamika organisasi saat ini. Artikel ini juga mengidentifikasi pendekatan terbaik untuk membantu organisasi memperoleh SDM yang kompeten secara lebih efisien. Di samping itu, artikel ini bertujuan menawarkan rekomendasi penerapan strategi rekrutmen yang responsif terhadap perubahan pasar tenaga kerja, perkembangan digital, serta tuntutan kompetensi masa kini.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur (*literature review*) yang bersifat sistematis dan terstruktur. Sumber referensi diperoleh dari artikel ilmiah nasional dan internasional. Data dikumpulkan melalui pencarian kata kunci seperti *recruitment strategy*, *employer branding*, and *MSDM*. Literatur yang ditemukan kemudian diseleksi berdasarkan relevansi, tahun terbit yaitu sepuluh tahun terakhir, serta kontribusi terhadap pembahasan strategi rekrutmen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Rekrutmen

Rekrutmen dapat diartikan sebagai prosedur yang bertujuan untuk menarik para calon potensial yang memenuhi syarat untuk menduduki posisi yang tersedia di dalam organisasi. Menurut Handoko (2016) rekrutmen merupakan usaha yang bertujuan untuk memperoleh calon karyawan yang memenuhi syarat, sehingga memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi dan memilih kandidat yang paling tepat. Mathis et al. (2016) menjelaskan rekrutmen digambarkan sebagai proses untuk mengidentifikasi kandidat yang memiliki kompetensi dan karakteristik yang sesuai dengan tuntutan posisi serta prinsip-prinsip dasar organisasi.

Tujuan Rekrutmen

Tujuan rekrutmen adalah memperoleh kandidat terbaik yang sesuai dengan kebutuhan organisasi, baik dari sisi kompetensi maupun karakteristik. Rekrutmen memiliki peran untuk memastikan ketersediaan tenaga kerja berkualitas untuk mencapai tujuan organisasi (Grace M et al., 2024). Selain itu, rekrutmen bertujuan menciptakan pilihan kandidat yang memadai sehingga proses seleksi dapat berjalan secara objektif. Fungsi rekrutmen mencakup untuk menarik tenaga kerja yang potensial, membangun citra positif perusahaan sebagai tempat kerja, serta menekankan risiko kekurangan tenaga kerja (Kharisma & Wening, 2023). Dengan rekrutmen yang efektif, organisasi mampu meningkatkan produktivitas, mengurangi *turnover*, serta menjaga kualitas dan stabilitas kinerja organisasi.

Metode Internal dan Eksternal

Dalam proses rekrutmen, organisasi dapat menggunakan dua pendekatan utama yaitu metode internal dan eksternal. Metode internal dilakukan dengan mengisi posisi jabatan menggunakan sumber daya yang ada di dalam organisasi, seperti promosi, rotasi, atau mutasi. Metode internal dinilai lebih menghemat biaya, cepat dalam proses adaptasi, serta mampu meningkatkan motivasi karyawan. Sebaliknya, metode eksternal menjaring kandidat dari luar organisasi melalui lowongan pekerjaan, job fair, dan media digital sehingga organisasi memiliki peluang lebih luas untuk menentukan kandidat terbaik dan meningkatkan keragaman kompetensi yang lebih besar (Aira et al., 2024).

Konsep *Job Fit* dan *Organizational Fit*

Menurut Herawati et al. (2025) konsep kecocokan jabatan (*job fit*) menjadi aspek penting dalam menentukan efektivitas penempatan karyawan dalam organisasi. Ketika seseorang ditempatkan pada posisi yang sesuai dengan kompetensinya, peluang untuk mencapai kinerja yang optimal semakin tinggi karena pekerja mampu menjalankan tugas sesuai standar yang dibutuhkan. *Job fit* berpengaruh terhadap komitmen dan motivasi kerja karena individu merasa nyaman dan mampu beradaptasi dengan tugas yang diberikan. Sementara itu, kecocokan budaya organisasi (*organizational fit*) berfokus pada sejauh mana nilai, sikap, dan kepercayaan individu selaras dengan budaya dan norma, serta sistem nilai suatu organisasi (Noviani & Rizqi, 2024). Ketika kesesuaian ini tercapai, hubungan sosial di tempat kerja menjadi lebih harmonis, keterlibatan serta kepuasan meningkat, dan tingkat turnover menurun karena karyawan cenderung bertahan lebih lama.

Strategi Rekrutmen MSDM

Strategi Rekrutmen dalam MSDM adalah serangkaian langkah dan pendekatan yang digunakan organisasi untuk menarik, menyaring, dan memperoleh kandidat terbaik sesuai kebutuhan jabatan dan budaya perusahaan (Batubara & Rizky, 2024). Strategi ini tidak hanya fokus pada mendapatkan pelamar, tetapi memastikan kualitas tenaga kerja yang direkrut selaras dengan tujuan organisasi (Batubara & Rizky, 2024). Proses rekrutmen dimulai dari perencanaan kebutuhan tenaga kerja untuk menentukan jumlah dan kualifikasi pegawai, diikuti analisis jabatan guna memetakan tugas serta kompetensi yang diperlukan. Organisasi kemudian membangun *employer branding* agar menarik pelamar berkualitas, dan memilih sumber rekrutmen baik internal (promosi, mutasi) maupun eksternal (job portal, media sosial, kerja

sama kampus) (Patricya & Samiyah, 2025). Pemanfaatan *teknologi e-recruitment* memperluas jangkauan dan meningkatkan efisiensi. Seleksi dilakukan berbasis kompetensi untuk memastikan kesesuaian dengan tuntutan pekerjaan dan budaya organisasi. Selain itu, talent pool dan program referral membantu menyediakan kandidat potensial. Dengan strategi yang terencana dan terintegrasi, perusahaan dapat memperoleh SDM yang kompeten serta mendukung kinerja organisasi (Arifin, 2022).

Faktor

Strategi rekrutmen dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci, di antaranya kondisi pasar tenaga kerja, kebutuhan organisasi, citra perusahaan, serta perkembangan teknologi. Kondisi pasar tenaga kerja menentukan ketersediaan kandidat, tingkat persaingan, serta rentang kompetensi yang dapat diperoleh organisasi. Ketika pasar tenaga kerja kompetitif, perusahaan perlu meningkatkan daya tarik melalui kompensasi, fleksibilitas kerja, dan employer branding (Armstrong & Taylor, 2020). Selain itu, kebutuhan organisasi yang meliputi jumlah tenaga kerja, spesifikasi kompetensi, dan urgensi posisi juga mempengaruhi cara perusahaan merancang strategi rekrutmen yang efektif. *Employer branding* menjadi faktor penting lainnya karena citra perusahaan menentukan sejauh mana kandidat tertarik untuk melamar. Perusahaan dengan reputasi positif lebih mudah menjaring talenta unggul dibandingkan perusahaan dengan citra lemah. Dalam era digital, teknologi seperti e-recruitment, artificial intelligence, dan sistem *applicant tracking system* (ATS) turut mempengaruhi proses rekrutmen karena mampu mempercepat penyaringan kandidat, meningkatkan efisiensi, dan memperluas jangkauan pelamar (Nikolaou, 2021).

Tantangan

Organisasi menghadapi berbagai tantangan dalam menerapkan strategi rekrutmen. Salah satu tantangan utama adalah mismatch antara kebutuhan kompetensi dengan kualitas kandidat yang tersedia. Hal ini disebabkan oleh ketidaksesuaian kompetensi lulusan dengan kebutuhan industri serta meningkatnya tuntutan kemampuan teknis dan soft skills pada era digital (Patricya & Samiyah, 2025). Tantangan lainnya adalah keterbatasan anggaran rekrutmen yang membuat perusahaan sulit menerapkan metode seleksi yang lebih komprehensif atau menggunakan teknologi berbasis digital. Selain itu, perusahaan juga menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya tarik dibandingkan pesaing. Dalam kondisi talent war, perusahaan harus memiliki proporsi nilai yang kuat, termasuk kompensasi, budaya kerja, dan peluang pengembangan karier. Kurangnya transparansi informasi lowongan, lambatnya proses seleksi, dan komunikasi yang kurang efektif dengan kandidat dapat menurunkan minat pelamar berkualitas (Jeske & Shultz, 2016).

Implikasi atau Rekomendasi

Untuk menghadapi tantangan tersebut, organisasi perlu melakukan perencanaan rekrutmen yang lebih terstruktur dan berbasis data. Penggunaan analisis kebutuhan tenaga kerja (workforce planning) membantu organisasi menentukan jumlah dan kompetensi SDM yang diperlukan secara tepat (Mukhlis & Bahits, 2023). Selain itu, organisasi disarankan memperkuat employer branding melalui media sosial, website resmi, dan program hubungan dengan kampus (campus hiring) agar menjadi pilihan utama bagi kandidat potensial (Salsabila & Pudjoprastyono, 2025). Pemanfaatan teknologi digital seperti e-recruitment, ATS, dan AI menjadi rekomendasi penting karena mampu mempercepat proses penyaringan kandidat dan meningkatkan akurasi seleksi. Metode seleksi berbasis kompetensi juga perlu diperkuat melalui tes psikologi, wawancara berbasis perilaku (behavioral interview), serta assessment center untuk meminimalkan subjektivitas (Assidiqie & Sakapurnama, 2025). Selain itu, membangun talent

pool dan program referral internal terbukti efektif dalam menjaring kandidat berkualitas secara lebih efisien.

KESIMPULAN

Rekrutmen merupakan proses strategis yang berpengaruh langsung terhadap kualitas SDM dan keberlangsungan organisasi. Untuk memperoleh kandidat yang kompeten, organisasi perlu menerapkan strategi rekrutmen yang komprehensif mulai dari perencanaan kebutuhan tenaga kerja, analisis jabatan, pemilihan sumber rekrutmen yang tepat, hingga penggunaan teknologi digital. Tantangan seperti keterbatasan kandidat, persaingan pasar tenaga kerja, serta rendahnya employer branding dapat diatasi melalui penguatan strategi berbasis data, pemanfaatan teknologi, dan peningkatan kualitas proses seleksi. Dengan penerapan strategi rekrutmen yang efektif, organisasi mampu meningkatkan produktivitas, mengurangi turnover, serta menciptakan SDM yang selaras dengan visi dan budaya perusahaan.

REFERENSI

- Ainin, R. Q., Soesiawan, T. P., & Alkaf, M. (2025). ANALISIS PEKERJAAN DAN REKRUTMEN THE ROLE HUMAN RESOURCE PLANNING IN JOB ANALYSIS AND. 36–45.
- Aira, S., Yudiana, P., & Sunarsi, D. (2024). *Implementasi Rekrutmen Karyawan Pada PT. Victory Chinglub Indonesia Kab. Tangerang*. 1, 253–265.
- Arifin, A. L. (2022). *Peran Departemen Sumber Daya Manusia dalam Perencanaan , Rekrutmen Dan Seleksi Untuk Mendapatkan SDM Unggul*. 9(2), 272–285.
- Armstrong, M., & Taylor, S. (2020). *Handbook of Human Resource Management*.
- Assidiqie, S. N., & Sakapurnama, E. (2025). Efektivitas Assessment Center dalam Seleksi dan Promosi Jabatan di Polri. *Jurnal Konseling Dan Pendidikan*, 13(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.29210/1149600>
- Barokah, F. U., & Gunawan, A. (2023). *Strategi Rekrutmen dan Seleksi yang Efektif untuk Meningkatkan Kualitas Tenaga Kerja Pendahuluan Metode*. 01(02), 60–65.
- Batubara, K., & Rizky, M. C. (2024). *Peran Human Capital Management Dalam Perekutan Tenaga Kerja*. 6(3), 72–80.
- Grace M, V., Lay, A. C., Hardini, A. T. H., & Rizky, B. A. (2024). *Pentingnya Perencanaan Sumber Daya Manusia Dalam Sebuah Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Bunga Astha Rizky*. 2(2), 144–155.
- Handoko, T. H. (2016). *Manajemen personalia dan sumberdaya manusia*. Bpfe.
- Herawati, W., Tanjung, B. J., & Tesmanto, J. (2025). *Implementasi Person-Organizational Fit Pada Tahap Rekrutmen Dan Seleksi Di PT. Izone Indonusa Jakarta*. 5(3).
- Jeske, D., & Shultz, K. S. (2016). *Using social media content for screening in recruitment and selection : pros and cons*. <https://doi.org/10.1177/0950017015613746>
- Jyothika, D. (2025). *A Study on the Impact of Recruitment and Selection Processes on Employee Hiring Performance*. 39–46.
- Kamilia, N. D., Amalia, R. A., Az, J., Vaesya, Z., Arifin, C., & Anshori, M. I. (2024). *Studi Literatur : Pentingnya Perencanaan Personel , Rekrutmen , dan Seleksi Untuk Keberlangsungan Organisasi Bisnis*. 2(2).
- Kharisma, I. M., & Wening, N. (2023). *Peran Rekrutmen dan Seleksi Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan: Sebuah Tinjauan Literatur Sistematik*. 7(1), 61–80.
- Mukhlis, A., & Bahits, A. (2023). *Strategi Perencanaan Sumber Daya Manusia Untuk Meningkatkan Kinerja Organisasi Pendahuluan*. 7(1), 41–50.
- Nikolaou, I. (2021). *What is the Role of Technology in Recruitment and Selection ?* 1–6. <https://doi.org/10.1017/SJP.2021.6>
- Noviani, N. R. A., & Rizqi, M. A. (2024). *Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Person Organization Fit Sebagai Variabel Mediasi*. 23(3), 351–369.
- Patricya, M., & Samiyah. (2025). *Proses rekruitment dan seleksi tenaga kerja*. 1(2), 133–146.
- Salsabila, N., & Pudjoprastyono, H. (2025). *Utilization of Digital Technology in Employer branding*

as a Recruitment Strategy at PT Victory International Futures. 9(3), 307–312.