

BAB II
PERSPEKTIF TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dalam penelitian ini, dan digunakan sebagai acuan dan tolak ukur untuk menyelesaikan masalah. Penelitian terdahulu berguna sebagai bahan kajian dan referensi, serta untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian. Berikut penelitian terdahulu yang berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan peneliti.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Artikel	Penulis	Jenis Penelitian	Desain Penelitian	Kesimpulan
1	Identifikasi Kebutuhan Keterampilan Sekretaris melalui Analisis Konten Lowongan Pekerjaan	Purwanto, Wahyu Rusdiyanto, Yudit Ayu Respati (2020)	Kualitatif	<p>Objek : Iklan lowongan sekretaris di media cetak Kompas dan Kedaulatan Rakyat</p> <p>Populasi : Iklan lowongan sekretaris pemula dari Februari - Juni 2019</p> <p>Sampel : 87 iklan</p> <p>Teknik pengambilan sampel : <i>Purposive Sampling</i></p>	(1) Aspek hard skill banyak ditemukan untuk calon sekretaris adalah kemampuan bahasa inggris, Ms. Office dan keterampilan komputer. (2) Aspek soft skill yang banyak ditemukan adalah keterampilan komunikasi, berpenampilan menarik, jujur

2	Karakteristik Kompetensi Sdm: Content Analysis Iklan Lowongan Pekerjaan Sales Pada E-Recruitment	Sri Nur Kasanah dan Rosaly Franksiska (2016)	Kualitatif	<p>Objek : Situs lowongan pekerjaan online, yaitu Jobstreet.co.id dan Karir.com</p> <p>Populasi : Lowongan kerja sales dalam kurun waktu tahun 2016</p> <p>Sampel : 385 lowongan kerja sales terdiri dari 366 perusahaan berbeda</p> <p>Teknik pengambilan sampel : Sampel non probability, <i>incidental sampling</i></p>	Dari 5 dimensi kompetensi yaitu pengetahuan, keterampilan, konsep diri, karakteristik pribadi, motif dengan beberapa indikator untuk pengamatan kompetensi lowongan pekerjaan sales didapatkan hasil semua indikator tersebut diminta oleh perusahaan dan ternyata ada juga tambahan seperti alat penunjang pekerjaan, IPK, domisili dan kesehatan fisik.
3	Identifikasi Kebutuhan Keterampilan Sekretaris Melalui Konten Lowongan Pekerjaan Di Masa Pandemi Covid-19	Reni Hariyani (2021)	Kualitatif	<p>Objek : Lowongan pekerjaan dari situs daring untuk profesi Sekretaris.</p> <p>Sampel : 40 perusahaan dari 6 situs daring lowongan pekerjaan.</p> <p>Teknik pengambilan sampel: <i>Purposive Sampling</i></p>	Mayoritas perusahaan membutuhkan keterampilan hard skill bagi profesi Sekretaris yaitu keterampilan berbahasa Inggris, mengoperasikan MS. Office dan menggunakan teknologi.

					Sedangkan keterampilan soft skill yaitu memiliki penampilan yang menarik, kemampuan berkomunikasi baik, disiplin.
4	Hard Skills dan Soft Skills pada Bagian Sumber Daya Manusia di Organisasi Industri	M. Untung Manara (2014)	Kualitatif	<p>Objek : Situs lowongan kerja online, yaitu Jobs DB Inc dan Jobstreet, posisi HRD</p> <p>Populasi : iklan lowongan kerja mencantumkan posisi HRD dan psikologi salah satu syarat pendidikan dari bulan Agustus - September 2012</p> <p>Sampel : 100 perusahaan yang mencari lulusan-lulusan perguruan tinggi untuk posisi HRD</p> <p>Teknik analisis data : <i>Content analysis</i></p>	Dua kategori skills yang dibutuhkan perusahaan untuk menempati posisi HRD yaitu hard skills dan soft skills. Pemahaman tentang peraturan ketenagakerjaan merupakan hard skill yang mempunyai frekuensi teratas, sebesar 19,79%, Kategori soft skills memiliki frekuensi teratas adalah kemampuan komunikasi (12,09%),
5	Konten Lowongan Pekerjaan Bidang Administrasi Perkantoran di Masa Pandemi	Tio Prasetyo (2021)	Kualitatif	<p>Objek : Iklan lowongan pekerjaan dari situs jobstreet.co.id, jobs.id, dan indeed</p>	Kebutuhan perusahaan saat merekrut calon karyawan untuk profesi

	Covid-19 di Indonesia			bidang administrasi perkantoran Populasi : Iklan lowongan pekerjaan bulan September - November 2020 Sampel : 50 lowongan pekerjaan dari situs online untuk profesi administrasi perkantoran Teknik pengambilan sampel: <i>Purposive Sampling</i>	Sekretaris, Staf Admin, dan Personal Assistant lebih mengutamakan sikap kejujuran, kemampuan komunikasi yang efektif, memiliki pengetahuan, dan dapat menggunakan teknologi (otomatisasi perkantoran).
6	Analisis Spesifikasi Dan Deskripsi Pekerjaan Untuk Posisi Jabatan Sekretaris Berdasarkan Persyaratan Akademik Dan Non Akademik	Iis Torisa Utami (2019)	Kualitatif	Objek : Iklan lowongan kerja pada 6 situs web yaitu jobstreet.com, jobsdb.com, jobs.id, indeed.com, joble.org, lokerindonesia.com Populasi : Iklan lowongan kerja online pada bulan Oktober-November 2018 (60 hari). Sampel : 100 perusahaan pada 6 situs web Analisis data : Statistik deskriptif dan pengolahan	Untuk persyaratan akademik mayoritas memiliki kualifikasi kemampuan melakukan sistem penyimpanan dokumen dengan tingkat persentase sebesar 17%, sedangkan untuk persyaratan non akademik mayoritas memiliki kemampuan

				data menggunakan aplikasi Ms.Excel.	berkomunikasi dengan baik atau bernegosiasi dengan tingkat persentase sebesar 31%.
7	Analisis Kebutuhan Kompetensi Lulusan Akuntansi	Anda Dwiharyadi, Novi Astrina, Eka Rosalina	Kuantitatif	<p>Objek : Situs iklan lowongan pekerjaan online yaitu loker.id, topkarir.com, karir.com, dan jobstreet.com.</p> <p>Populasi : 705 lowongan kerja industri periode Januari-Juni 2021.</p> <p>Sampel : 334 iklan lowongan bidang keuangan, bidang perpajakan 299 iklan lowongan, dan pada bidang audit 72</p> <p>Teknik pengambilan sampel: Non probability sampling dengan sampling insidental</p>	Keterampilan teknis dasar akuntansi (Technical Skill) yang meliputi, pemahaman dasar akuntansi, penguasaan software akuntansi dan Microsoft office merupakan keterampilan yang paling dibutuhkan oleh dunia kerja. Untuk keterampilan generik (Generic Skill) yang dibutuhkan industri yaitu kemampuan komunikasi.
8	Analisis Lowongan Pekerjaan Studi Kasus : Portal Lowongan Kerja Jobstreet	Eka Majida Agustyani, Ibnu Santoso (2019)	Kualitatif	<p>Objek : Situs iklan lowongan kerja online JobStreet.co.id, data lowongan kerja yang berada di DKI Jakarta.</p>	Lowongan kerja di Jobstreet banyak mencari pelamar dengan latar belakang pendidikan Sistem

				<p>Populasi : Data iklan lowongan kerja dari tanggal 2 Desember - 15 Januari 2020.</p> <p>Teknik pengumpulan data : Dilakukan dengan cara web-scraping, menggunakan bantuan robot pada software Kapow Katalyst.</p>	<p>Informasi, lulusan S1, dan minimal 1 tahun pengalaman. Perusahaan yang mengiklankan banyak yang bergerak di bidang pelayanan keuangan dan berlokasi di Jakarta Selatan.</p>
9	<p>Eksplorasi Keterampilan Komunikasi Yang Dibutuhkan Pasar Kerja Bidang Akuntansi</p>	<p>Luh Mei Wahyuni, I Ketut Suwintana, I G A Oka Sudiadnyani (2019)</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Objek : Iklan lowongan kerja pada harian kompas dan e-recruitment</p> <p>Populasi : Data iklan lowongan kerja dalam kurun empat bulan dari bulan Maret – Juni 2018</p> <p>Sampel : 200 iklan, dan sebanyak 39 posisi</p> <p>Metode : Metode observasi non-partisipan (<i>non-partisipant observation</i>).</p>	<p>Posisi yang sering muncul adalah Accounting Staff, Accounting Supervisor, Finance Staff, Tax Staff, dan Accounting Staff.</p> <p>Keterampilan komunikasi yang diperlukan oleh pasar kerja akuntansi dalam bisnis diantaranya keterampilan komunikasi interpersonal, keterampilan komunikasi dalam organisasi dan keterampilan</p>

					komunikasi dalam eksplorasi.
10	Peran Kompensasi dan E-Recruitment: Analisis Minat Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Millennial	Shalahuddin, Meilia Fatika Sari, Nurul Hidayat	Kuantitatif	<p>Lokasi : Universitas Borneo Tarakan</p> <p>Populasi : Alumni Universitas Borneo Tarakan Fakultas Ekonomi dengan jumlah keseluruhan sebanyak 450 orang,</p> <p>Sampel : 225 responden dari jurusan manajemen dan ekonomi pembangunan.</p> <p>Variabel Terikat : Y-Calon karyawan generasi milenial</p> <p>Variabel Bebas : X1- Kompensasi X2-E-Rekrutmen</p>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kompensasi berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan dan E-recruitment juga berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan.
11	Hubungan Perekrutan Dan Penilaian Sumberdaya Manusia Dalam Rangka Penerimaan Calon Kandidat Karyawan Kontrak Pada PT Delifood Sentosa Korpindo Jatiuwung	Nurhadi (2016)	Kuantitatif	<p>Lokasi : PT Delifood Sentosa Korpindo Jatiuwung</p> <p>Populasi : Karyawan Kontrak</p> <p>Sampel : 30 responden</p> <p>Variabel Terikat : Y-Karyawan</p> <p>Variabel Bebas : X1- SDM X2-Rekrutmen</p>	Terdapat hubungan antara perekrutan dan penilaian sumberdaya manusia terhadap penerimaan calon kandidat karyawan kontrak PT Delifood Sentosa Korpindo Tangerang

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Rekrutmen

2.2.1.1 Pengertian Rekrutmen

Menurut Casio (2003) dan Munandar (2001) rekrutmen adalah suatu proses penerimaan calon tenaga kerja untuk memenuhi kebutuhan akan tenaga kerja pada suatu unit kerja dalam suatu organisasi atau perusahaan. Prosesnya dimulai saat akan kebutuhan merekrut karyawan baru dinyatakan hingga lamaran mereka diterima.

Rekrutmen adalah kegiatan untuk menarik sejumlah pelamar agar tertarik dan melamar ke perusahaan sesuai dengan kualifikasi yang diinginkan. Setelah dilakukannya proses rekrutmen, maka untuk mendapatkan karyawan yang baik dan bermutu sesuai jumlah yang dibutuhkan, maka perlu adanya proses seleksi. (Kasmir, 2017)

Perekrutan adalah proses menarik orang-orang pada waktu yang tepat, dalam jumlah yang cukup, dan dengan persyaratan yang layak, untuk melamar kerja pada pekerjaan-pekerjaan pada organisasi. Ketika perekrutan online dilibatkan, makna tersebut tidak berubah. Sebagai contoh, pada waktu yang tepat bisa berarti dalam sebulan atau dua bulan dengan metode perekrutan tradisional. Sebaliknya dengan perekrutan online, waktu yang tepat

bisa berarti seminggu, sehari atau mungkin lebih singkat lagi.
(Mondy, 2008)

Rekrutmen merupakan cara sebuah perusahaan untuk mendapatkan calon karyawan yang diharapkan. Dengan melalui proses-proses seperti menyeleksi karyawan, mengidentifikasi informasi karyawan, dan menempatkan karyawan sesuai kemampuannya. (Mangkunegara, 2015)

2.2.1.2 Indikator Rekrutmen

Menurut Hasibuan (2009), sistem rekrutmen adalah sebagai berikut:

1. Dasar penarikan

Dasar penarikan calon karyawan harus ditetapkan lebih dahulu agar para pelamar yang memasukkan lamarannya sesuai dengan pekerjaan atau jabatan yang diminatinya.

2. Sumber penarikan

Sumber penarikan karyawan berasal dari rekrutmen internal dan rekrutmen eksternal perusahaan, yaitu:

- a. Sumber rekrutmen internal, dalam rekrutmen meliputi karyawan yang ada sekarang yang dapat diaclonkan untuk dipromosikan, dirotasikan tugasnya serta mantan karyawan yang dikaryakan atau dipanggil kembali

- b. Sumber rekrutmen eksternal, merupakan sumber untuk mendapatkan karyawan dari luar perusahaan yang memiliki bobot atau kualifikasi tertentu.

3. Metode penarikan

Metode-metode rekrutmen adalah cara-cara spesifik yang digunakan untuk menarik para karyawan potensial ke dalam perusahaan. Metode penarikan karyawan terbagi dua, yaitu

- a. Metode tertutup adalah ketika penarikan kerja diinformasikan kepada para karyawan atau orang-orang tertentu saja. Akibatnya, lamaran yang masuk relatif sedikit sehingga kesempatan untuk mendapatkan calon karyawan yang baik menjadi sulit.
- b. Metode terbuka adalah ketika penarikan diinformasikan secara luas dengan memasang iklan pada media massa, cetak maupun elektronik agar tersebar luas ke masyarakat. Penarikan metode terbuka lebih sering digunakan perusahaan agar diharapkan lamaran banyak masuk sehingga kesempatan untuk mendapatkan karyawan yang kualifikasi lebih besar.

2.2.1.3 Proses Rekrutmen

Beberapa tahapan dalam proses pelaksanaan rekrutmen antara lain:

1. Mengidentifikasi jabatan yang lowong dan berapa jumlah tenaga yang diperlukan.

Proses rekrutmen dimulai saat adanya bidang pekerjaan baru di perusahaan, karyawan dipindahkan atau dipromosikan ke posisi lain, mengajukan permintaan pengunduran diri adanya PHK, atau karena pensiun yang direncanakan. Dengan melihat dinamika dari beberapa hal tersebut dan mencocokkannya dengan perencanaan sumber daya manusia yang sudah tersusun (jika ada) maka akan diketahui jabatan apa saja yang sedang lowong dan berapa jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan untuk mengisi jabatan tersebut.

2. Mencari informasi jabatan melalui analisis jabatan

Untuk memperoleh uraian jabatan (job description) dan spesifikasi jabatan (job specification) sebagai landasan dalam membuat persyaratan jabatan yang harus dibuat secara hati-hati dan sejelas mungkin agar dalam penerapannya tidak ditemui berbagai kerancuan yang mengganggu proses selanjutnya.

3. Menentukan sumber kandidat yang tepat

Dua alternatif untuk mencari kandidat yakni dari dalam perusahaan atau dari luar perusahaan. Jika diambil dari dalam, apabila kebutuhan staf untuk masa yang akan datang telah direncanakan, maka perlu juga diketahui siapa kira-kira

karyawan yang ada saat ini yang dapat dipindahkan atau dipromosikan. Jika kandidat harus dicari dari luar perusahaan maka perlu dipertimbangan dengan cermat metode rekrutmen yang tepat untuk mendapatkan kandidat tersebut.

4. Memilih metode-metode rekrutmen yang paling tepat untuk jabatan.

Metode rekrutmen yang dapat dipilih oleh perusahaan dalam melakukan rekrutmen seperti iklan, employee referrals, walk-ins dan write-ins, Depnakertrans, perusahaan pencari tenaga kerja, lembaga pendidikan, organisasi buruh, dan lain sebagainya. Perusahaan juga dapat memilih lebih dari satu metode, tergantung situasi dan kondisi yang terjadi saat itu. Metode perekrutan akan berpengaruh besar terhadap banyaknya lamaran yang masuk ke dalam perusahaan. Metode perekrutan calon karyawan baru terdiri dari:

5. Memanggil kandidat-kandidat yang memenuhi persyaratan jabatan

Mengumpulkan berkas-berkas lamaran mereka, dan meminta mereka mengisi formulir lamaran pekerjaan yang telah disediakan untuk selanjutnya diproses dalam tahap seleksi

6. Menyeleksi kandidat

Prosedur seleksi perlu dilakukan jika :

- a. Pelaksanaan tugas pada jabatan yang akan diisi memerlukan ciri-ciri fisik dan psikis tertentu yang tidak dimiliki oleh setiap orang
- b. Terdapat lebih banyak kandidat yang tersedia dibandingkan jumlah jabatan yang akan diisi. Terdapat beberapa teknik atau metode seleksi yang dapat digunakan oleh perusahaan. Hal terpenting untuk diperhatikan adalah bahwa masing-masing teknik seleksi mengukur karakteristik tertentu, sehingga akan memberi informasi yang berbeda-beda mengenai kandidat. Pemilihan suatu teknik/metode sebagai predictor dalam prosedur seleksi sangat tergantung pada: ciri-ciri pekerjaan, validitas dan reliabilitas metode, persentase calon yang terseleksi, dan biaya penggunaan teknik tertentu. Beberapa teknik seleksi yang sering digunakan adalah formulir lamaran, data biografi, referensi dan rekomendasi, wawancara, test kemampuan dan kepribadian, test fisik, test simulasi pekerjaan dan assessment center.

7. Membuat penawaran kerja.

Setelah proses seleksi dianggap cukup dan petugas rekrutmen sudah dapat menentukan kandidat terbaik untuk jabatan tertentu, maka selanjutnya perlu dipersiapkan penawaran kerja. Kegiatan pada tahap ini adalah mempersiapkan

perjanjian kerja, memperkenalkan secara lebih mendalam tentang peraturan dan kondisi kerja di perusahaan, dan memastikan kapan kandidat akan mulai bekerja. Hal terpenting dalam tahap ini adalah petugas rekrutmen harus menyiapkan kandidat cadangan untuk mengantisipasi kalau kandidat pertama menolak tawaran kerja atau terjadi hal-hal tak terduga.

8. Mulai bekerja.

Setelah kandidat menerima penawaran kerja, sehingga pada saat yang bersangkutan sudah menjadi pegawai maka masih perlu dibantu agar karyawan dapat bekerja secara optimal dan bertahan untuk waktu yang lama. karyawan yang bersangkutan harus dimonitor dan dinilai kinerjanya secara teratur, serta diberikan pelatihan dan pengembangan. Pada tahap ini petugas rekrutmen perlu mengkaji ulang cara-cara yang dipakai dalam merekrut dan menyeleksi pegawai, Hal ini sangat penting demi mencegah masalah-masalah yang mungkin timbul setelah karyawan diterima bekerja.

2.2.2 E-Recruitment

2.2.2.1 Pengertian E-Recruitment

Menurut (Parry dan Tyson, 2008), E-recruitment yaitu suatu kegiatan yang menggunakan internet atau social media untuk menarik kandidat atau para calon karyawan yang memiliki bakat

atau berkompeten. Dalam E-Recruitment ini perusahaan memanfaatkan situs perusahaan mereka, organisasi, maupun menggunakan iklan untuk memberitahukan adanya lowongan pekerjaan secara online.

(Galanaki, 2002) mendefinisikan rekrutmen online (e-recruitment) bahwa mengacu pada posting lowongan di situs web perusahaan atau website vendor rekrutmen online, dan memungkinkan pelamar untuk mengirimkan resume mereka secara elektronik melalui e-mail atau dalam beberapa format elektronik.

Dapat disimpulkan bahwa E-Recruitment adalah sebuah informasi lowongan pekerjaan yang dikemas dalam bentuk iklan atau komersial yang berguna untuk merekrut karyawan secara online, untuk mendapatkan karyawan yang dibutuhkan perusahaan.

2.2.2.2 Keunggulan dan Kekurangan E-Recruitment

Keunggulan menerapkan E-Recruitment (Chapman & Webster, 2003 dalam Purnomo, 2013) antara lain yaitu:

1. Penghematan biaya, yaitu mengurangi anggaran dalam proses merekrut karyawan.
2. Kemudahan dalam perekrutan calon kandidat, yaitu menjadikan proses rekrutmen karyawan lebih efektif dan efisien.

3. Kemudahan penggunaan bagi organisasi, yaitu organisasi lebih mudah dalam menentukan calon kandidat yang berkompeten.
4. Meningkatkan proses perekrutan karyawan, yaitu proses rekrutmen karyawan menjadi lebih mudah karena menghemat biaya dan waktu.
5. Keberhasilan dalam menemukan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan.

Kekurangan penerapan E-Recruitment :

- a. Lowongan Fiktif, banyaknya iklan lowongan kerja yang tidak mencantumkan perusahaan yang jelas, atau yang tidak memiliki ijin usaha resmi dengan tujuan untuk mencari keuntungan dari pencari kerja dengan berbagai cara seperti menarik bayaran dan menawarkan lowongan pekerjaan yang sebenarnya tidak ada.
- b. Kerahasiaan, adanya penyalahgunaan data CV yang digunakan oleh pihak tertentu untuk menawarkan barang atau jasa.

2.2.2.3 Indikator E-Recruitment

Davis et al (1980) dalam (Fridantara dan Muafi, 2015) menjelaskan bahwa indikator E-Recruitment adalah :

1. Dirasakan kegunaannya, berkaitan dengan seberapa jauh orang yakin bahwa dengan menggunakan teknologi dapat

meningkatkan kinerja. Perceived of Usefulness, terdiri dari beberapa poin, yaitu:

- a. Menggunakan situs e-recruitment memungkinkan untuk mencari pekerjaan dengan cepat, yaitu tanggapan bahwa menggunakan e-recruitment dapat mempercepat proses pencarian pekerjaan.
- b. Menggunakan situs e-recruitment dapat meningkatkan pencarian kerja, tanggapan bahwa menggunakan e-recruitment meningkatkan proses pencarian kerja.
- c. Menggunakan sistem e-recruitment untuk mencari pekerjaan sangat efektif, tanggapan bahwa menggunakan e-recruitment untuk pencarian pekerjaan sangat efektif.
- d. Menggunakan situs e-recruitment memudahkan dalam mencari pekerjaan, tanggapan bahwa menggunakan e-recruitment memudahkan pada pencarian pekerjaan.

2. Perceived of ease, berkaitan dengan sejauh mana orang percaya bahwa teknologi mudah digunakan. Perceived of ease, terdiri dari beberapa poin, yaitu:

- a. Belajar situs e-recruitment itu sangat mudah, tanggapan bahwa mempelajari situs e-recruitment merupakan hal yang sangat mudah.
- b. Dengan menggunakan situs e-recruitment sangat mudah untuk melakukan hal yang diinginkan, tanggapan bahwa

pengguna mudah melakukan apa yang diinginkan dengan situs e-recruitment.

- c. Berinteraksi dengan situs e-recruitment sangat jelas dan dapat dimengerti, tanggapan bahwa interaksi pengguna melalui situs e-recruitment jelas dan mudah dimengerti.
- d. Untuk menjadi ahli dalam menggunakan situs e-recruitment itu mudah, tanggapan bahwa mudahnya penggunaan situs e-recruitment sehingga ia menjadi mahir

2.2.2.4 Proses E-Recruitment

Proses rekrutmen online Menurut (Marwansyah, 2012) terdiri dari langkah-langkah berikut ini :

1. Identifikasi kebutuhan rekrutmen;
2. Penyerahan persyaratan jabatan;
3. Persetujuan persyaratan jabatan melalui job database;
4. Memposting pekerjaan ke internet;
5. Pencarian job database secara online oleh pencari kerja;
6. Pra penyaringan atau evaluasi-diri secara online (online prescreening/online self-assessment);
7. Penyerahan lamaran oleh pelamar secara langsung ke database pelamar;
8. Pencarian database pelamar secara online untuk seleksi kandidat;
9. Evaluasi lamaran atau resume secara online;

10. Wawancara oleh recruiter atau manajer rekrutmen;
11. Penyaringan pra-penerimaan secara online;
12. Penawaran pekerjaan dan kontrak kerja.

2.2.3 Kompetensi

Kompetensi mengandung bagian kepribadian yang melekat pada seseorang dengan perilaku yang dapat diprediksi pada berbagai keadaan dan pekerjaan. Memiliki sumber daya manusia yang kompeten merupakan keharusan bagi perusahaan. Mengelola sumber daya manusia berdasarkan kompetensi memungkinkan lebih menjamin keberhasilan dalam mencapai tujuan. Sebagian besar perusahaan memakai kompetensi sebagai dasar dalam memilih calon karyawan, mengelola kinerja, pelatihan, pengembangan dan pemberian kompensasi.

2.2.3.1 Pengertian Kompetensi

Spencer dan Spencer (dalam Sudarmanto, 2009) mengemukakan, kompetensi adalah karakteristik dasar perilaku individu yang berhubungan dengan kriteria acuan efektif dan atau kinerja unggul didalam pekerjaan atau situasi. Dengan kata lain, kompetensi merupakan landasan dasar karakteristik orang dan mengidentifikasikan cara berperilaku atau berpikir, menyamakan situasi, dan mendukung untuk periode waktu cukup lama.

Kompetensi menurut David Mc. Clelland (dalam Yani, 2012) adalah karakteristik mendasar yang dimiliki seseorang yang

berpengaruh langsung terhadap, atau dapat memprediksikan kinerja yang sangat baik. Dengan kata lain, kompetensi adalah hal luarbiasa apa yang lebih sering dilakukan seseorang, pada lebih banyak situasi, dengan hasil yang lebih baik, daripada apa yang dilakukan penilai kebijakan.

Menurut (Mangkunegara, 2012) kompetensi sumber daya manusia adalah kompetensi yang berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, kemampuan dan karakteristik kepribadian yang mempengaruhi secara langsung terhadap kinerjanya yang dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

2.2.3.2 Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Seseorang Diterima Kerja

Menurut Werther & Davis (2002) dalam (Suwatno, 2003) dikatakan faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dan dapat mempengaruhi seseorang diterima kerja adalah sebagai berikut :

1. Faktor Prestasi

Akademis Tenaga kerja yang mempunyai atau memiliki prestasi akademis yang tinggi dapat diterima kerja ditempatkan pada tugas dan pekerjaan yang memerlukan wewenang dan tanggung jawab yang besar. Sedangkan bagi karyawan yang mempunyai prestasi akademis yang rendah, maka dapat dipertimbangkan untuk diterima atau tidak, atau dapat ditempatkan pada tugas dan pekerjaan yang memerlukan

wewenang dan tanggung jawab yang rendah. Sehingga latar belakang pendidikan yang pernah dialami sebelumnya harus pula dijadikan bahan pertimbangan.

2. Faktor Pengalaman

Pengalaman kerja sebelumnya ketika seseorang pernah bekerja di tempat lain, perlu mendapat perhatian dalam penempatan karyawan, apalagi jika seseorang karyawan tersebut melamar pada bidang yang sama atau sejenis di tempat sebelumnya.

3. Faktor Kesehatan Fisik dan Mental

Manajer sumber daya manusia haruslah mempertimbangkan juga dalam penerimaan karyawan berdasarkan kesehatan fisik dan mental karyawan yang akan ditempatkan pada bagian perusahaan tersebut.

4. Faktor Status Perkawinan

Status perkawinan ini merupakan faktor yang perlu dipertimbangkan juga oleh manajer sumber daya manusia dalam penerimaan karyawan. Karyawan wanita yang telah memiliki suami dan anak, maka sebaiknya dipertimbangkan terlebih dahulu, dapat memberikan manfaat bagi perusahaan atau sebaliknya.

5. Faktor Usia

Disini dimaksudkan bahwa faktor usia juga perlu mendapat pertimbangan. Jika karyawan sudah berusia agak tua sebaiknya ditempatkan pada pekerjaan yang tidak perlu mempunyai resiko tenaga fisik dan tanggung jawab yang berat, tetapi untuk karyawan yang masih berusia muda maka perlu diberikan tanggung jawab yang agak berat.

6. Gestur Tubuh (Bahasa Tubuh),

Dalam wawancara kerja, seseorang akan terlihat tegang, ini dilihat dari gerak jalan yang pendek, duduk yang hanya memakai ujung kursi, tidak seluruh kursi dipakai, berbicara yang terbata-bata. Dan jika seseorang percaya diri, ini terlihat dari genggamannya yang kuat saat ia baru datang di ruang wawancara kerja, berbicara yang sistematis, tidak terbata-bata, tidak melakukan gerakan berulang seperti menggosok-gosok hidung, memainkan benda yang ada disekitarnya.

7. Riwayat Hidup

Riwayat hidup seseorang mempengaruhi dia diterima atau tidaknya, karena dari situ pewawancara dapat melihat latar belakang si pelamar kerja.

2.2.3.3 Indikator Kompetensi Sumber Daya Manusia

Sebagai karakteristik individu yang melekat, kompetensi terlihat pada cara berperilaku seseorang di tempat kerja. Kompetensi memiliki ciri atau karakteristik yang dipakai untuk membedakan

antara seseorang yang berkinerja unggul dengan seseorang yang berkinerja rata-rata atau seseorang yang perilaku efektif dan perilaku yang tidak efektif. karakteristik kompetensi bagi organisasi, dapat membantu proses rekrutmen, seleksi, menentukan imbalan, pengembangan sumber daya manusia dan penilaian kinerja

Menurut David Mc.Clelland dalam (Yani, 2012) kompetensi memiliki 6 (enam) indikator atau elemen dasar, yaitu :

1. Keterampilan (*skill*) adalah kemampuan untuk mengerjakan sesuatu dengan baik, misalnya keterampilan membaca laporan keuangan, menghitung uang, menggunakan komputer, keterampilan berkomunikasi.
2. Pengetahuan (*knowledge*) adalah informasi yang diketahui seseorang dalam bidang tertentu, misalnya pengetahuan tentang prinsip-prinsip dasar akuntansi, hukum, perbankan, perkreditan.
3. Peran sosial (*social role*) adalah gambaran atau citra yang diproyeksikan seseorang terhadap orang lain (lingkungannya). Misalnya karena perilakunya yang baik, seseorang dianggap sebagai guru atau pemimpin oleh lingkungannya.
4. Citra diri (*self image*) adalah cara seseorang memandang dirinya sendiri, misalnya memandang diri sendiri sebagai seorang guru, bankir, atau pemimpin.

5. Sifat (*traits*) adalah karakteristik-karakteristik atau pembawaan seseorang yang muncul secara konsisten pada perilaku seseorang, misalnya menjadi pendengar yang baik, rajin, proaktif, ramah.
6. Motif (*motive*) adalah hal-hal yang mendorong seseorang untuk bertindak.

2.2.4 Lowongan Pekerjaan

2.2.4.1 Pengertian Lowongan Pekerjaan

Lowongan berasal dari kata dasar lowong. Menurut Kamus Bahasa Indonesia, lowong adalah kosong, terluangnya suatu jabatannya sehingga dapat ditempati oleh seseorang. Lowongan pekerjaan adalah tersedianya posisi jabatan yang kosong sehingga dapat ditempati oleh seseorang untuk bekerja (Susilawati, 2018)

Lowongan kerja adalah sebuah kesempatan kerja pada posisi tertentu di instansi atau tempat usaha yang tersedia untuk individu maupun kelompok yang telah memenuhi persyaratan yang dibutuhkan. (Kusmianti, 2015)

2.2.4.2 Unsur-Unsur Lowongan Pekerjaan

Berikut unsur-unsur yang harus dipenuhi sebuah iklan lowongan pekerjaan menurut (Rifka, 2022) :

- a. Attention

Sebuah iklan lowongan pekerjaan harus menarik perhatian agar pencari kerja mengetahui lowongan pekerjaan tersebut. Contoh iklan lowongan pekerjaan ditempatkan di posisi tertentu pada halaman media massa agar pandangan pencari kerja langsung tertuju ke iklan tersebut.

b. Interest

Unsur menarik juga kurang memberikan efek pada suatu iklan jika tidak dibarengi dengan unsur interest. Pasalnya, unsur ini dapat menumbuhkan minat pencari pekerjaan untuk melamar kerja.

c. Desire

Iklan lowongan pekerjaan juga harus membuat pencari kerja menginginkan pekerjaan tersebut. Misalnya dengan mencantumkan tunjangan yang akan diperoleh apabila lolos seleksi pekerja.

d. Action

Selain ketiga unsur di atas, contoh iklan lowongan pekerjaan juga harus membuat pencari kerja benar-benar melakukan usaha untuk mendapatkan pekerjaan yang ditawarkan. Misalnya dengan mencantumkan alamat ke mana dan pada siapa lamaran kerja harus dikirim atau mencantumkan alamat email personalia.

2.2.5 Lowongan Pekerjaan Frontliner Customer Service

2.2.5.1 Pengertian Frontliner

Menurut (Tarmoezi, 2000) Frontliner adalah barisan dibagian paling depan yang mempunyai peran penting sebagai aktivitas utama didepan, serta terdapat karyawan yang melakukan kontak secara langsung dengan tamu (*guest contact*).

Frontliner adalah sebuah kategori pekerjaan dalam suatu perusahaan biasanya perbankan dan jasa lainnya. Secara umum frontliner bertugas untuk melayani customer secara langsung. Jabatan dalam kategori frontliner bisa meliputi : CS atau *Customer Service*, teller bank, *receptionist*, dan lain-lain. (P Kiling, 2016)

Tugas frontliner secara umum adalah memberikan informasi dengan jelas dan lengkap kepada pelanggan dari suatu perusahaan. Fungsi frontliner adalah menjadi garda depan dari suatu perusahaan yang bersentuhan langsung dengan pelanggan, oleh karena itu diharapkan selalu memberikan kesan yang menarik setiap waktu. Seorang frontliner juga dituntut untuk selalu memberikan kesan terbaik kepada pelanggan, memiliki kemampuan informatif kepada nasabah, berpenampilan menarik, mampu bekerja sama dengan tim maupun berkerja sendirian, memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dan jelas.

2.2.5.2 Pengertian Customer Service

Kata *costumer service* berasal dari dua kata yakni “*costumer*” yang berarti pelanggan, dan “*service*” yang mengandung arti pelayanan. Istilah *costumer service* dapat diartikan sebagai pelayanan pelanggan. (IBI, 2014)

Menurut (Kasmir, 2014) Secara umum, pengertian *Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang diberikan seseorang sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Customer service adalah posisi jabatan yang bertugas untuk memberikan pelayanan serta kepuasan kepada pelanggan, memberikan informasi dan menyelesaikan keluhan tentang produk yang dihadapi oleh tamu atau nasabahnya. (Fernandes, 2018)

2.2.5.3 Fungsi Customer Service

Adapun fungsi *Customer Service* menurut Kasmir (2014) adalah :

1. Resepsionis *Customer Service* berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke perusahaan.
2. Deskman *Customer Service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi.
3. Salesman *Customer Service* berfungsi sebagai orang yang menjual produk perusahaan sekaligus sebagai pelaksana cross selling.

4. *Customer Relation Officer Customer Service* berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh pelanggan. termasuk merayu atau membujuk agar pelanggan tetap bertahan tidak lari dari perusahaan yang bersangkutan apabila menghadapi masalah.
5. Komunikator *Customer Service* berfungsi sebagai orang yang menghubungi pelanggan dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara perusahaan dengan pelanggan.

2.2.5.4 Tugas Customer Service

Adapun menurut (Kasmir, 2014) tugas-tugas *customer service* yang sesuai dengan fungsinya adalah sebagai berikut :

1. Sebagai Resepsionis

Bertugas menerima tamu yang datang ke perusahaan dengan ramah tamah, sopan, tenang, simpatik, menarik dan menyenangkan. Dalam hal ini *customer service* harus bersikap selalu memberi perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas. Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam. Selama melayani pelanggan *customer service* tidak diperkenankan merokok, makan, minum, atau berbincang-bincang dengan sesama karyawan.

2. Sebagai Deskman

Bertugas memberikan informasi mengenai produk-produk perusahaan, menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk, menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk serta membantu pelanggan yang membutuhkan pertolongan, seperti mengisi formulir.

3. Sebagai Salesman

Bertugas menjual produk, melakukan cross selling, mengadakan pendekatan dan mencari pelanggan baru, berusaha membujuk pelanggan yang baru dan berusaha mempertahankan pelanggan yang lama serta berusaha mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi pelanggan, termasuk keberatan dan keluhan pelanggan.

4. Sebagai Customer Relation Officier

Bertugas menjaga image atau citra perusahaan. Tugas detailnya adalah membina hubungan baik dengan seluruh pelanggan, sehingga pelanggan merasa senang, puas, dan semakin percaya kepada perusahaan. Tugas yang terpenting adalah sebagai penghubung antara perusahaan dengan seluruh pelanggan.

5. Komunikator

Bertugas memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada pelanggan. Disamping itu, juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi

berbagai hal yang ada kaitanya dengan produk atau perusahaan secara keseluruhan

2.2.5.5 Dasar Pelayanan Customer Service

Dasar-dasar pelayanan perlu dikuasai oleh seorang *Customer Service* sebelum melaksanakan tugasnya, mengingat karakter masing-masing pelanggan sangat beragam. Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami tersebut yakni sebagai berikut (Kasmir, 2014) :

1. Berpakain dan berpenampilan rapi dan bersih,
2. Percaya Diri, bersikap akrab, dan penuh senyum.
3. Menyapa dengan lembut.
4. Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
6. Bergairah dalam melayani pelanggan dan tunjukkan kemampuannya.
7. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.
8. Mampu menyakini pelanggan memberikan kepuasan.

2.2.5.6 Kompetensi Customer Service

Kompetensi merupakan segala sesuatu yang dilakukan pada seseorang yang mempunyai kemampuan melaksanakan pekerjaan dengan hasil yang memuaskan. Adapun beberapa kompetensi yang

harus di miliki pada *Customer Service* menurut (Meldiana dan Rahadi, 2020) yaitu :

1. Memahami tentang produk perusahaannya dengan detail dan jelas.
2. Mempunyai etika kerja yang tinggi
3. Pandai berkomunikasi pada pelanggan
4. Wajib memiliki sifat positif pada pelanggan
5. Memiliki rasa percaya diri di depan pelanggan agar percaya
6. Harus bisa menjadi orang yang menyenangkan di depan pelanggan

2.2.6 Media Sosial

Media sosial adalah media online di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Puspita, 2017). Media sosial mengacu pada penggunaan teknologi berbasis web dan seluler yang dapat diakses dengan mudah kapan saja dan dimana saja karena dapat diakses melalui smart phone dan komputer. Hal tersebut yang dapat memberikan peluang bagi para pengusaha dan pemasar untuk dapat memanfaatkan media sosial tersebut untuk melakukan komunikasi pemasaran promosi kapan saja dan dimana saja. Beberapa media sosial yang sangat digemari dan memiliki jutaan pengguna di Indonesia adalah facebook, twitter, instagram,

youtube, blog, dan lainnya. Bagi perusahaan dan pemasar hal ini merupakan suatu potensi dan kesempatan yang sangat besar untuk digunakan sebagai salah satu alat komunikasi untuk promosi dan pemasaran. Sosial media memungkinkan berbagi informasi antara pengguna menjadi lebih mudah (Akrimi dan Khemakem. 2012). Adapun menurut (Puntoadi, 2011) penggunaan atau pemanfaatan media sosial adalah sebagai berikut :

- a. Keunggulan membangun personal branding melalui social media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audienslah yang akan menentukan. Berbagai social media dapat menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mendapatkan popularitas di sosial media. (Puntoadi, 2011).
- b. Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal serta membangun keterikatan yang lebih dalam (Puntoadi, 2011).

Media sosial memiliki dampak besar pada kehidupan saat ini yang banyak memempertemukan berbagai cara pandangan dari banyak orang dalam media sosial. Media sosial dapat membuat yang tadinya tidak berarti menjadi lebih berarti melalui fungsi viral yang dimilikinya, begitu juga produk atau iklan yang besar dapat seketika menjadi kecil dengan

media sosial. Pemanfaatan yang baik dari media sosial sebenarnya dapat turut membantu pengembangan berbagai hal seperti halnya popularitas dan bisnis karena media sosial dapat turut membangun pandangan publik. Dengan perkembangan media sosial saat ini, semakin memberikan kemudahan bagi masyarakat didalam mendapatkan kebutuhan akan informasi dalam segala hal termasuk mengenai bisnis. Salah satu media sosial yang semakin banyak digunakan saat ini adalah media sosial Instagram.

2.2.7 Instagram

2.2.7.1 Pengertian Instagram

Menurut Bambang (dalam Untari, 2018) Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Atmoko, 2012).

2.2.7.2 Keunggulan Instagram

Instagram merupakan aplikasi yang tumbuh dengan cepat dari segi bisnis maupun pengguna sejak awal berdiri hingga sekarang. Pada media sosial instagram ini juga banyak menjaring iklan, semua pengguna Instagram dapat mengiklankan akun miliknya, tidak hanya terbatas pada pemilik merek bisnis saja. Instagram memiliki keunggulan menurut (Pradani dan Lindawati , 2020) yaitu :

1. Tidak Ada Batasan Tempat

Disini para pelaku usaha dapat memasarkan usaha industri krestifnya tanpa harus bingung tempat dimana harus dipasarkan, melainkan cukup dengan mempunyai salah satu akun media sosial yang populer untuk memasarkannya.

2. Tidak Ada Batasan Waktu

Demikian halnya dengan waktu yang juga bisa dilakukan pemasaran kapan saja tanpa harus menunggu pagi, siang atau malam.

3. Dapat Meminimalisir Biaya

Jika biasanya promosi dengan dan memasarkan barang masih harus menyewa tempat, namun dengan adanya sosial media biaya tersebut dpat dihilangkan atau dikurangi dengan adanya sosial media.

4. Lebih Mudah dalam memilih sasaran

Dalam sosial media biasanya terdapat pilihan sasarn siapa yang dapat terhubung dengan akun kita, dengan demikian

maka kita akan lebih mudah memilih siapa sasaran pemasaran produk yang akan kita lakukan.

5. Memudahkkan Komunikasi dan kedekatan dengan calon konsumen

Hampir setiap orang sekarang ini mempunyai akun media sosial sebagai wadah komunikasi dan berekspresi, hal ini juga dapat membantu pengusaha industri kreatif untuk berkomunikasi sehingga dapat lebih dekat dengan calon konsumen.

Instagram merupakan aplikasi yang tumbuh dengan cepat dari segi bisnis maupun pengguna sejak awal berdiri hingga sekarang. Pada media sosial instagram ini juga banyak menjangking iklan, semua pengguna Instagram dapat mengiklankan akun miliknya, tidak hanya terbatas pada pemilik merek bisnis saja. Hingga saat ini Instagram juga digunakan sebagai media bisnis toko online, dimana banyak public figure mempromosikan barang-barang dagangan toko online tersebut dengan cara endorsement (bentuk kerjasama antara kedua pihak yang saling menguntungkan) (Indriani, 2017). Pemanfaatan Instagram sekarang ini bukan hanya sebagai media pribadi tetapi juga digunakan untuk kepentingan bisnis baik secara individual maupun perusahaan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan

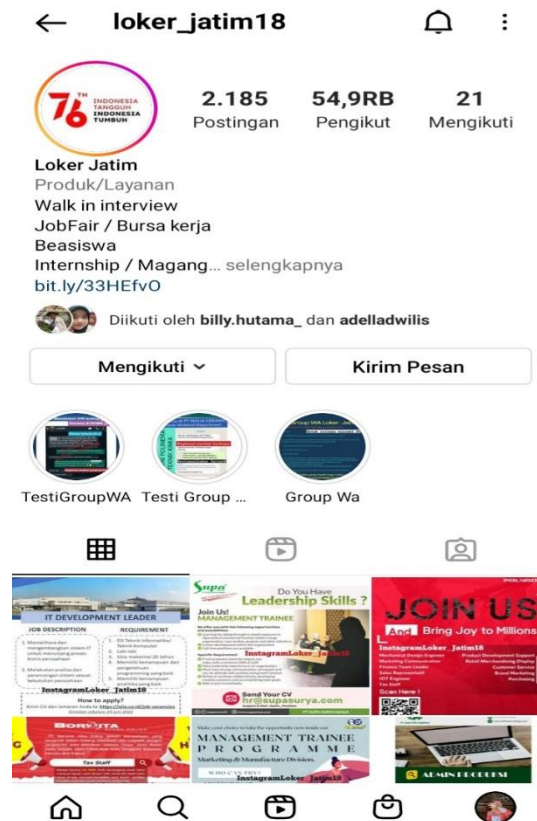
adanya iklan-iklan pemasaran dan juga adanya berbagai informasi lowongan kerja pada instagram.

2.2.8 Iklan Lowongan Pekerjaan Pada Instagram @Loker_Jatim18

Iklan lowongan pekerjaan merupakan awal dari proses rekrutmen, dimana sebuah lowongan posisi kerja terbuka dari perusahaan, yang dipublikasikan melalui berbagai saluran media baik online maupun cetak. Iklan lowongan pekerjaan adalah iklan yang menginformasikan tersedianya posisi jabatan di suatu perusahaan yang bisa ditempati oleh pekerja baru. Iklan lowongan pekerjaan dibuat oleh perusahaan untuk memberikan informasi kepada orang-orang bahwa perusahaan membutuhkan tenaga kerja baru, di dalam iklan tersebut tercantum kompetensi yang harus dimiliki calon tenaga kerja sebagai syarat seleksi tenaga kerja, supaya perusahaan dapat memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan tenaga kerja yang berkualitas tinggi sesuai dengan syarat kompetensi yang dibutuhkan perusahaan. Iklan lowongan kerja menjadi salah satu hal penting dalam melihat trend keterampilan dan kompetensi yang dibutuhkan dunia kerja. Analisis atas berbagai persyaratan yang terdapat dalam iklan lowongan kerja dapat memberikan gambaran keterampilan lulusan yang diinginkan pada dunia kerja.

Saat ini teknologi berkembang semakin pesat, adanya teknologi ini sangat membantu mempermudah aktivitas manusia sehari-hari maupun aktivitas dalam sektor bisnis. Salah satunya adalah proses rekrutmen

karyawan baru, banyak perusahaan yang telah meninggalkan cara konvensional dalam merekrut karyawan, seperti mengiklankan melalui media cetak koran, majalah dan lainnya. Dengan adanya teknologi mempermudah perusahaan dalam merekrut karyawannya dengan membuat iklan lowongan pekerjaan secara online yang lebih mudah, kemudian informasi iklan lowongan pekerjaan ini dapat di muat di media sosial khususnya Instagram sebagai media informasi terkait kebutuhan tenaga kerja baru oleh perusahaan kepada masyarakat luas. Sekarang sudah banyak terdapat akun informasi lowongan kerja di Instagram sebagai penyedia informasi lowongan pekerjaan yang memuat berbagai iklan lowongan pekerjaan dari berbagai perusahaan. Salah satu akun Instagram yang khusus memberikan informasi mengenai lowongan pekerjaan ini adalah [loker_jatim18](#). Berikut ini tampilan dari akun Instagram [loker_jatim18](#).



Gambar 2.1 Instagram Akun @loker_jatim18

Loker_jatim18 merupakan akun Instagram yang menyajikan informasi mengenai semua iklan lowongan pekerjaan yang berada di seluruh Jawa Timur. Hadirnya berbagai lowongan kerja online pada Instagram ini sangat membantu masyarakat luas khususnya generasi milenial yang telah terbiasa dengan segala jenis informasi online melalui media sosial yang dapat diakses kapanpun dengan mudah.

Berikut ini contoh dari iklan lowongan pekerjaan *Customer Service* yang terdapat di Instagram akun @loker_jatim18 :

BUMI UNDAK INDONESIA

BRI

PT. BANK RAKYAT INDONESIA (Persero) Tbk
OPEN RECRUITMENT

“BRILiaN Internship Program”

InstagramLoker_Jatim18

Jabatan Frontliner (CS/Teller)

“BRILiaN Internship Program”

Jabatan Frontliner (CS/Teller)

Persyaratan Administrasi :

1. Pendidikan
 - SMA/SMK dengan nilai rata-rata 7,0
 - D1-S1 dengan IPK minimal 2,75
2. Usia
 - SMA/SMK minimal 18 dan Maksimal 20 Tahun (belum berusia 21 tahun saat mengikuti seleksi)
 - D1-S1 Maksimal 24 Tahun (belum berusia 25 tahun saat mengikuti seleksi)
3. Belum menikah dan tidak menikah saat mengikuti program pemagangan
4. Memiliki communication skill yang baik dan berpenampilan menarik
5. Tinggi badan pria (170 cm) dan Wanita (160 cm)
6. Diutamakan berdomisili di wilayah Surabaya dan sekitarnya

Dokumen Terlampir :

- Foto berwarna seluruh badan ukuran 4R
- Pas Photo berwarna ukuran 4x6
- Fotocopy KTP, KK, Ijazah, Transkrip Nilai
- Surat Keterangan Belum Menikah dari Kelurahan
- Foto Copy SKCK

Surat Lamaran dikirim ke:
 Kantor Cabang BRI Surabaya Manukan
 Jalan Manukan Tama No. 208 Surabaya (60185)
 atau Kirim lewat E-mail :
 brikancasbymanukan@gmail.com
 dengan subject : lamaran_BIP BATCH2_NAMA PELAMAR_NO WA AKTIF

APPLY NOW
Periode :
16 Mei - 21 Mei 2022

Gambar 2.2 Iklan Lowongan Pekerjaan Jabatan *Frontliner Customer Service*



WE ARE HIRING
JOIN OUR TEAM



infomedia
Your Digital CX Partner
by Telkom Indonesia

Untuk Salah Satu Perusahaan Penyedia Layanan Telekomunikasi Terbesar di Indonesia

CUSTOMER SERVICE REPRESENTATIVE

MALANG

REQUIREMENTS

- ✓ Pendidikan Minimal D3
- ✓ Maksimal Usia 26 Tahun
- ✓ Wanita tinggi badan min 160 cm
- ✓ Berpenampilan Menarik
- ✓ Bisa Berkomunikasi dengan Baik
- ✓ Aktif Bermedia Sosial
- ✓ Bisa bekerja secara mandiri dan juga team
- ✓ Pola pikir Analitis, detail oriented dan mampu bekerja multi tasking
- ✓ Mempunyai skill service willingness

APPLY :



<https://bit.ly/lamarcsrgtmalang>



 [rekrutmen.infomedia](https://www.instagram.com/rekrutmen.infomedia)

 087830931276 / 082116979100 (WA Only)

 recruit.infomedia.co.id/job

 **PT Infomedia Nusantara**
Jl. RS Fatmawati, No.77-81, Cipete Utara,
Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan - 12150

Gambar 2.3 Iklan Lowongan Pekerjaan Jabatan *Customer Service*