

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Digital Inti Data (DINTA), berlokasi di Jakarta Barat, adalah perusahaan kreatif di bidang teknologi informasi (TI) yang memberdayakan para profesional muda untuk memberikan kontribusi unggul dalam industri ini melalui keunggulan kompetensi dan inovasi berkelanjutan. DINTA secara khusus fokus pada penyediaan layanan pengembangan perangkat lunak yang disesuaikan dengan kebutuhan klien dengan jangkauan layanan yang luas, termasuk kemitraan, konsultasi TI, pelatihan perangkat lunak, pengembangan perangkat lunak, dan integrasi sistem, DINTA berdedikasi untuk membantu perencanaan dan pembangunan aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan baik di berbagai sektor.



Gambar I.1 Logo PT Digital Inti Data

Sumber: <https://www.dinta.co.id/> (2022)

PT Digital Inti Data (DINTA) merupakan perusahaan dengan jangkauan nasional yang beroperasi di berbagai sektor industri dan bisnis dengan mengembangkan berbagai produk digital dan layanan terbaiknya. Sebagai mitra bisnis yang selalu inovatif dan solutif, PT Digital Inti Data menyediakan layanan konsultasi TI yang cermat dan solusi pengembangan perangkat lunak yang disesuaikan dengan pendekatan yang terintegrasi, PT Digital Inti Data membantu klien untuk memahami dan merencanakan kebutuhan aplikasi yang dibutuhkan, serta memastikan integrasi yang lancar dengan sistem yang ada. Melalui dukungan teknis yang berkelanjutan, PT Digital Inti Data bertujuan untuk

meningkatkan efisiensi dan produktivitas operasional klien, sambil memastikan kualitas dan keamanan sistem yang diterapkan. Selain itu, PT Digital Inti Data juga menawarkan layanan pelatihan perangkat lunak yang dirancang khusus untuk memperkaya kemampuan teknis dan kreatif karyawan klien. Pendekatan yang terfokus pada kebutuhan bisnis dan pengguna akhir, pelatihan yang diselenggarakan oleh PT Digital Inti Data membantu mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam lingkungan kerja yang terus berkembang. PT Digital Inti Data tidak hanya menjadi penyedia solusi TI yang handal, tetapi juga mitra yang berkomitmen untuk membantu klien mencapai potensi penuh dalam era digital ini



Gambar I. 2 Perusahaan PT Digital Inti Data
Sumber: Google Maps (2024)

PT Digital Inti Data (DINTA) memiliki visi yang jelas dalam menjadi perusahaan IT yang serba guna, dengan tujuan memenuhi kebutuhan dari seluruh aspek bisnis klien. Selain itu, dengan didukung oleh 7 karyawan tetap untuk mencapai kesuksesannya PT Digital Inti Data juga memiliki misi untuk mendidik masyarakat lebih lanjut tentang teknologi informasi (IT). Visi ini tercermin dalam berbagai kegiatan dan layanan yang disediakan oleh perusahaan, yang bukan bertujuan hanya untuk memberikan solusi teknologi yang inovatif, namun bertujuan meningkatkan pemahaman umum tentang pentingnya IT dalam era digital ini.

Filosofi PT Digital Inti Data (DINTA) terinspirasi dari Agile Manifesto yang menekankan kreativitas, fleksibilitas, dan kolaborasi dalam pengembangan perangkat lunak. PT Digital Inti Data berkomitmen menghasilkan perangkat lunak yang bisa berfungsi dengan baik dan menarik, tetapi juga memberikan nilai tambah yang signifikan bagi klien. Selain itu, PT Digital Inti Data menekankan pentingnya kolaborasi dengan pelanggan dalam setiap tahapan pengembangan produk serta menjaga profesionalis tinggi dalam membangun komunitas dan kerja tim yang efektif.

PT Digital Inti Data fokus pada tiga area utama: kemitraan, konsultasi IT, dan pelatihan perangkat lunak. Melalui kemitraan dengan berbagai entitas bisnis, PT Digital Inti Data bertujuan membangun hubungan yang saling menguntungkan dan berkelanjutan. Sebagai konsultan IT, DINTA membantu klien memecahkan masalah teknologi informasi dan menawarkan solusi terbaik untuk pengembangan sistem. Program pelatihan perangkat lunak PT Digital Inti Data bertujuan meningkatkan keterampilan dan kinerja karyawan, memastikan penggunaan teknologi informasi yang efektif di lingkungan kerja. Pendekatan holistik dan berorientasi pada pelanggan, PT Digital Inti Data berkomitmen menjadi mitra andal dan inovatif dalam memenuhi kebutuhan teknologi informasi.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals* (SDGs) adalah gagasan global yang memiliki tujuan besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh, baik di tingkat internasional maupun nasional. SDGs terdiri dari 17 sasaran utama yang telah disetujui oleh negara-negara maju dan berkembang dalam Sidang Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada September 2015. Sasaran-sasaran ini mencakup berbagai aspek krusial, seperti pengentasan kemiskinan, penghapusan kelaparan, peningkatan layanan kesehatan dan kesejahteraan, pemberian akses terhadap pendidikan berkualitas, dan pencapaian kesetaraan gender. Selain itu, sasaran ini juga melibatkan peningkatan akses terhadap air bersih dan sanitasi, penyediaan energi yang terjangkau serta

ramah lingkungan, dan penciptaan peluang kerja yang layak untuk mendukung pertumbuhan ekonomi. SDGs juga berfokus pada pengembangan industri, inovasi, dan infrastruktur, mengurangi ketimpangan, serta mendorong pembangunan kota yang berkelanjutan. Tujuan lainnya meliputi penerapan pola konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab, penanganan perubahan iklim, perlindungan terhadap ekosistem laut dan darat, serta penguatan perdamaian, keadilan, dan kemitraan global yang saling mendukung (Bappenas, 2018).

Penelitian ini mendukung pencapaian tujuan ke-8, yaitu menyediakan pekerjaan layak dan mendorong pertumbuhan ekonomi, serta tujuan ke-9 yang berfokus pada pengembangan industri, inovasi, dan infrastruktur. Dalam konteks penelitian ini, strategi *employer branding* diterapkan dalam proses rekrutmen dan seleksi sebagai upaya untuk menciptakan lingkungan kerja yang inklusif, produktif, dan menarik bagi karyawan. Penerapan strategi ini dirancang untuk memperkuat keberlanjutan perusahaan *startup* dalam mendorong inovasi dan meningkatkan efektivitas kinerja karyawan. Pada akhirnya, melalui inisiatif ini diharapkan memberikan dampak positif secara lebih luas terhadap pertumbuhan ekonomi dan mendukung pengembangan industri berbasis teknologi secara berkelanjutan.

Rekrutmen didefinisikan sebagai proses pencarian dan seleksi calon karyawan yang dilakukan untuk mengisi kekosongan posisi tertentu dalam organisasi. Proses ini bertujuan memastikan bahwa calon karyawan yang terpilih memiliki kualifikasi, keterampilan, dan kecocokan yang selaras dengan kebutuhan organisasi. Penerapan sistem rekrutmen yang efisien, organisasi mampu menjamin bahwa individu yang direkrut tidak hanya memiliki kompetensi dan pengalaman yang relevan, tetapi juga mampu menyesuaikan diri dengan budaya kerja dan nilai-nilai perusahaan. Hal ini menjadikan rekrutmen sebagai langkah strategis untuk memastikan bahwa karyawan yang dipilih dapat mendukung pencapaian tujuan organisasi secara optimal (Rizalina, 2022)

Rekrutmen digunakan untuk menambah karyawan dalam unit kerja dengan aktivitas yang tinggi, dengan proses seleksi yang efektif untuk mencapai

keseimbangan sumber daya manusia Hadi Poernomo & hartono (2019). Hal ini memungkinkan organisasi meningkatkan daya saing dan fungsi sistem rekrutmen dan seleksi karyawan menjadi krusial dalam menjamin organisasi mendapatkan calon karyawan yang sesuai dengan keperluan dan memiliki kemampuan untuk mencapai tujuan. Kualitas dan profesionalisme sumber daya manusia, yang dipengaruhi oleh efektivitas rekrutmen dan seleksi menjadi penentu keberhasilan perusahaan. Karyawan yang berkualitas dapat berkontribusi signifikan terhadap kinerja perusahaan, memperkuat inovasi, dan reputasi perusahaan di pasar, menjadikan efektivitas rekrutmen dan seleksi kunci untuk mencapai kesuksesan organisasi secara keseluruhan (Lathifah & Syamsir, 2024)

Di Indonesia, hampir semua perusahaan atau organisasi sudah menerapkan proses rekrutmen dan seleksi untuk mencari dan merekrut kandidat baru, langkah penting ini bertujuan untuk menemukan individu yang tepat untuk posisi yang tersedia, serta memiliki keterampilan dan kompetensi yang sesuai Kharisma & Wening (2023) contohnya, PT Digital Inti Data, sebuah perusahaan kreatif di bidang teknologi informasi, secara keseluruhan berfokus pada pengembangan inovasi dan solusi terkini, memberikan kesempatan bagi generasi muda berbakat untuk mengeksplorasi potensinya dalam bidang teknologi informasi. PT Digital Inti Data dipilih sebagai objek penelitian karena perusahaan ini merupakan startup yang bergerak di bidang teknologi digital, sebuah industri yang saat ini berkembang pesat dan memiliki tingkat persaingan yang tinggi dalam menarik serta mempertahankan talenta terbaik.

PT Digital Inti Data menghadapi tantangan dalam membangun citra merek yang kuat di tengah dominasi perusahaan teknologi besar yang telah lebih dahulu berkembang. Strategi rekrutmen dan seleksi yang diterapkan dalam perusahaan startup sering kali berbeda dengan perusahaan konvensional, karena membutuhkan pendekatan yang lebih fleksibel dan inovatif untuk menarik kandidat yang sesuai dengan budaya kerja yang dinamis dan berbasis teknologi. Kemudahan dalam mengakses informasi mengenai perusahaan juga menjadi pertimbangan dalam pemilihan objek penelitian. Penelitian yang membahas objek PT Digital Inti Data menjadi relevan untuk mengetahui efektivitas

rekrutmen dan seleksi di PT Digital Inti Data, sehingga mampu meningkatkan kinerja karyawan serta daya saing perusahaan dalam industri teknologi digital.

Penelitian ini bertujuan untuk membedah berbagai aspek dari perusahaan tersebut, yang masih jarang diteliti sebelumnya, sehingga dapat memberikan kontribusi signifikan dalam bidang studi ini. Potensi dampak yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan produktivitas dan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Penelitian ini akan mengkaji secara mendalam strategi- strategi yang diterapkan oleh PT Digital Inti Data, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi berharga bagi *startup* lainnya dalam upaya meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan.

Tujuh langkah strategis telah dirumuskan sebagai tahapan penting dalam pelaksanaan *employer branding* yang dapat diadopsi oleh perusahaan (Amelia, 2022). Langkah tersebut juga relevan bagi PT Digital Inti Data dalam membangun *employer branding* secara efektif. Berikut adalah tujuh Langkah tersebut :

1. *Understand the needs*: Tahap pertama difokuskan pada analisis mendalam terhadap kebutuhan PT Digital Inti Data. Tujuan utama dari tahap ini adalah mengidentifikasi kebutuhan spesifik perusahaan terkait talenta yang diinginkan. memiliki pemahaman yang jelas mengenai kebutuhan tersebut, PT Digital Inti Data dapat mengembangkan strategi *employer branding* yang lebih sesuai dan mampu menarik perhatian kandidat yang tepat secara efektif.
2. *Define company target group*: Tahap kedua berpusat pada penentuan kelompok target PT Digital Inti Data. Langkah ini bertujuan untuk mengidentifikasi segmen audiens utama yang menjadi fokus perusahaan dalam upaya perekrutan talenta. Dengan memahami target grup secara mendetail, strategi komunikasi dapat dirancang secara strategis dan disesuaikan agar mampu menjangkau serta menarik perhatian kandidat yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
3. *Find out where company stand in talent market*: Tahap ketiga berfokus pada pemahaman mendalam mengenai posisi PT Digital Inti Data di pasar

tenaga kerja. Tujuan utama dari langkah ini adalah mengidentifikasi persepsi talenta terhadap perusahaan dan bagaimana posisi tersebut dibandingkan dengan para pesaing di industri. Dengan memperoleh wawasan ini, perusahaan dapat merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan citra dan memperkuat reputasinya sebagai tempat kerja yang menarik dan kompetitif.

4. *Unveil company true colors* : Tahap keempat difokuskan pada identifikasi keunikan yang dimiliki oleh PT Digital Inti Data sebagai pemberi kerja. Langkah ini bertujuan untuk menggali nilai-nilai, budaya perusahaan, serta karakteristik khas yang dapat menarik perhatian talenta potensial. Dengan menonjolkan keunikan tersebut, perusahaan dapat memperkuat posisinya di tengah persaingan industri, membedakan diri dari kompetitor, dan menarik kandidat yang selaras dengan nilai-nilai serta budaya organisasi.
5. *Strategic Planning*: Tahap kelima diarahkan pada penyusunan strategi yang akan digunakan dalam implementasi employer branding. Langkah ini bertujuan untuk menentukan serta mengklarifikasi target jangka panjang yang ingin dicapai oleh PT Digital Inti Data dalam memperkuat posisinya sebagai pemberi kerja yang menarik.
6. *Activation and Implementation*: Tahap keenam difokuskan pada implementasi kegiatan employer branding yang telah direncanakan. Langkah ini bertujuan untuk menerapkan strategi dan taktik yang telah disusun sebelumnya, dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama untuk memperkenalkan PT Digital Inti Data kepada publik dan menjangkau talenta potensial secara lebih luas.
7. *Review and Refine*: Langkah terakhir dilakukan dengan meninjau kembali serta mengevaluasi seluruh kegiatan yang telah dijalankan, sambil mengidentifikasi dan memperbaiki kekurangan yang ditemukan. Tujuan utama dari tahap ini adalah untuk menilai tingkat efektivitas langkah-langkah yang telah diambil dan mengukur dampaknya terhadap hasil yang diharapkan.

Pada perusahaan ini memanfaatkan kompetensi dan inovasi berkelanjutan guna mendorong penciptaan ide-ide baru yang dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan mendukung pertumbuhan industri TI, namun seiring dengan perkembangan zaman PT Digital Inti Data menghadapi berbagai masalah pada proses rekrutmen dan seleksi. Langkah selanjutnya yaitu melakukan wawancara dengan CEO PT Digital Inti Data, terungkap bahwa perusahaan menghadapi berbagai tantangan dalam proses rekrutmen dan seleksi. Salah satu masalah utama yang dihadapi adalah hambatan dalam mendapatkan calon karyawan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Tantangan rekrutmen tidak hanya berdampak pada kemampuan perusahaan untuk menarik bakat yang tepat, tetapi juga mempengaruhi produktivitas secara keseluruhan.

Ketidakkampuan untuk mengisi posisi kunci dengan individu yang memiliki kualifikasi yang sesuai telah menyebabkan berkurangnya efisiensi operasional. Selain itu, hal ini juga menghambat pencapaian visi dan misi perusahaan, karena kebutuhan untuk memiliki tim yang kompeten dan berdedikasi menjadi semakin penting untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan.

CEO PT Digital Inti Data juga mengungkapkan bahwa dampak dari masalah ini dapat dirasakan secara langsung dalam berbagai aspek operasional perusahaan. Misalnya, penundaan dalam pengisian posisi kunci mengakibatkan penurunan produktivitas tim dan memperlambat proses pengembangan produk. Selain itu, ketidakkampuan untuk menemukan kandidat yang sesuai juga mempengaruhi budaya perusahaan, dengan potensi untuk menurunkan moral karyawan yang ada. Sehingga perbaikan strategi rekrutmen dan seleksi krusial bagi PT Digital Inti Data untuk memastikan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan dan mencapai tujuan jangka panjang.

Tabel I. 1 Data Kesesuaian Posisi Dan Pelamar

No	Periode Rekrutmen	Posisi	Jumlah Pelamar	Sesuai
1	Februari 2023	<i>Staff Operasional</i>	20	2
2	Agustus 2023	<i>Frontend Developer, Backend Developer, Mobile Developer</i>	60	5
3	Februari 2024	<i>IT Support</i>	24	1

Sumber: Data Olahan peneliti (2024)

Pada Tabel I.1, data kesesuaian posisi dan pelamar menunjukkan bahwa pada periode rekrutmen Februari 2023, dari total 20 pelamar yang mendaftar, hanya 2 pelamar yang memenuhi kualifikasi yang ditetapkan oleh perusahaan setelah melalui proses seleksi. Hal ini tentunya dapat menghambat perusahaan untuk mewujudkan visi, misi dan strategi perusahaan sebagai perusahaan yang unggul dan kompetitif, karena diperlukan upaya yang lebih terarah dalam mencari karyawan yang memiliki keterampilan dan inovasi terbaik di bidang teknologi informasi. Proses pencarian ini harus memperhatikan calon-calon yang bukan memiliki kompetensi teknis yang tinggi saja, tetapi juga mampu berpikir kreatif dan berinovasi untuk menghadirkan solusi teknologi terkini.

Tabel I. 2 Data Proses Rekrutmen

No	Periode Rekrutmen	Lama Postingan	Jumlah pelamar
1	Februari 2023	3 Minggu	20
2	Agustus 2023	3 Minggu	60
3	Februari 2024	3 Minggu	24

Sumber: Data Olahan peneliti (2024)

Berdasarkan uraian pada Tabel I.2, data proses rekrutmen menunjukkan bahwa pada tahun 2023 hingga 2024 terdapat tiga periode rekrutmen dengan durasi publikasi informasi lowongan kerja yang sama, yaitu selama tiga minggu. Namun, jumlah pelamar pada setiap periode bervariasi. Periode rekrutmen Agustus 2023 mencatat jumlah pelamar terbanyak, yaitu 60 orang, sedangkan periode Februari 2023 memiliki jumlah pelamar paling sedikit, yaitu 20 orang. Meskipun durasi publikasi lowongan kerja sama pada setiap periode, perbedaan jumlah pelamar menyebabkan perusahaan memiliki keterbatasan dalam memilih kandidat yang sesuai. Akibatnya, perusahaan terpaksa merekrut karyawan yang kurang memenuhi kualifikasi, kemudian memberikan pelatihan tambahan untuk pengembangan kompetensi. Hal ini tentu berdampak pada peningkatan biaya operasional perusahaan. Sulitnya menemukan kandidat yang memenuhi kualifikasi yang diinginkan juga bisa memperlambat perkembangan perusahaan. PT Digital Inti Data perlu memiliki tenaga kerja yang berkualitas serta berkomitmen tinggi dalam mengerjakan tugas secara efektif dan efisien.

Tabel I.3 Data Seleksi Karyawan

No	Periode Rekrutmen	Jumlah Pelamar	Lolos Seleksi Administrasi	Mengundurkan Diri	Diterima	Kebutuhan	GAP
1	Februari 2023	20	7	2	2	4	2
2	Agustus 2023	60	18	4	5	6	1
3	Februari 2024	24	7	3	1	3	2

Sumber: Data Olahan peneliti (2024)

Pada tabel I.3 data seleksi karyawan dapat diketahui periode rekrutmen dengan jumlah pelamar terbanyak pada periode Agustus 2023 menunjukkan bahwa dari 60 pelamar yang memenuhi kriteria setelah melewati proses seleksi, hanyalima karyawan yang diterima sedangkan kebutuhan perusahaan yaitu enam karyawan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa adanya selisih antara jumlah karyawan yang berhasil direkrut dengan jumlah karyawan yang dibutuhkan dapat menjadi penghambat produktivitas perusahaan dan menunjukkan ketidakefektifan perusahaan dalam melakukan rekrutmen. Menciptakan tempat kerja yang menarik dapat menghasilkan peningkatan produktivitas kerja, penguatan karakter inovasi, dan daya saing yang lebih besar (Kargas & Tsokos, 2020). Perusahaan menerapkan strategi *employer branding* sehingga dapat menarik karyawan berbakat, yang pada akhirnya meningkatkan produktivitas. Penelitian mendalam di PT Digital Inti Data menjadi hal penting guna mengevaluasi serta mengidentifikasi efektivitas strategi *employer branding* dalam proses rekrutmen karyawan dan metode seleksinya. Penelitian ini akan mencakup analisis menyeluruh terhadap berbagai aspek rekrutmen, termasuk metode seleksi, kriteria, strategi penilaian, dan tingkat keberhasilan dalam menemukan kandidat berkualitas tinggi.



Gambar I. 3 Wawancara bersama CEO PT Digital Inti Data

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2024)

Pentingnya proses rekrutmen dan seleksi tidak dapat dipandang sebelah mata, karena melalui penerapan strategi *employer branding*, perusahaan dapat menarik karyawan berkualitas. Penelitian ini dianggap sangat penting untuk mengingat kebutuhan mendesak untuk memahami persaingan talenta di pasar kerja yang semakin ketat. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk membantu meningkatkan kinerja perusahaan dengan mengidentifikasi strategi efektif yang dapat digunakan untuk menarik dan mempertahankan talenta terbaik. Penelitian ini berfokus pada pengaruh *employer branding* terhadap kinerja karyawan, karena hal ini diyakini memiliki dampak signifikan terhadap produktivitas dan tingkat kepuasan kerja. Kualitas sumber daya manusia yang direkrut akan begitu berperan dalam menentukan keberhasilan serta pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. PT Digital Inti Data dapat meningkatkan produktivitas, mendorong inovasi, dan memperkuat daya saingnya dengan mengoptimalkan proses rekrutmen dan seleksi. Proses optimalisasi tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang bermanfaat dalam memperbaiki praktik rekrutmen dan seleksi, sehingga perusahaan mampu memperoleh sumber daya manusia yang berkualitas tinggi dan berkontribusi positif terhadap pencapaian tujuan jangka panjangnya.

1.3 Perumusan Masalah

PT Digital Inti Data menghadapi masalah dalam proses rekrutmen yaitu sulitnya menemukan kandidat yang memenuhi kualifikasi yang diinginkan yang bisa memperlambat perkembangan perusahaan. PT Digital Inti Data perlu

mengoptimalkan strategi *employer branding* pada proses rekrutmen untuk menemukan kandidat yang berkualitas secara lebih efektif dan efisien guna mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan dan menjaga keunggulan perusahaan di pasar. Secara mendalam, penelitian ini menjawab pertanyaan:

1. Bagaimana proses rekrutmen dan seleksi karyawan yang saat ini diterapkan di PT Digital Inti Data?
2. Apa saja faktor-faktor yang terlibat dalam efektivitas proses rekrutmen dan seleksi di PT Digital Inti Data?
3. Bagaimana penerapan strategi *employer branding* pada proses rekrutmen dan seleksi di PT Digital Inti Data?
4. Bagaimana hasil evaluasi dari penerapan strategi *employer branding*?
5. Bagaimana rekomendasi untuk memperbaiki proses rekrutmen dan seleksi yang tidak efektif?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi penerapan *strategi employer branding* pada tahap perekrutan dan pemilihan karyawan di PT Digital Inti Data. Fokus utama penelitian ini adalah meningkatkan kinerja serta produktivitas karyawan melalui implementasi strategi tersebut. *Employer branding* dipandang sebagai faktor kunci dalam upaya menarik dan mempertahankan talenta terbaik, terutama di tengah persaingan ketat di pasar tenaga kerja. Strategi ini menjadi sangat penting bagi perusahaan startup, yang bergantung pada keberadaan karyawan berkualitas untuk mendukung pertumbuhan perusahaan dan mendorong inovasi secara berkelanjutan. Penelitian ini juga memiliki beberapa tujuan spesifik yang dirancang untuk dicapai guna memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan praktik *employer branding* di perusahaan sebagai berikut ini.

1. Mendeskripsikan proses rekrutmen dan seleksi karyawan yang saat ini diterapkan di PT Digital Inti Data.
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas proses rekrutmen dan seleksi di PT Digital Inti Data.

3. Mengetahui penerapan strategi *employer branding* pada proses rekrutmen dan seleksi di PT Digital Inti Data untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas karyawan.
4. Mendeskripsikan hasil evaluasi dari penerapan strategi *employer branding*.
5. Menyusun rekomendasi untuk memperbaiki proses rekrutmen dan seleksi yang tidak efektif.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini menyajikan berbagai manfaat yang signifikan, baik dari sudut pandang teori maupun praktik, yang dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan sekaligus memberikan solusi konkret bagi perusahaan dalam mengelola sumber daya manusia.

1. Penelitian ini memberikan manfaat teoritis dengan berkontribusi pada pengembangan pemahaman dalam manajemen sumber daya manusia, terutama pada aspek rekrutmen dan seleksi karyawan. Penelitian ini dirancang untuk memperluas wawasan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan proses tersebut, termasuk strategi *employer branding*, peran teknologi modern, serta kondisi pasar tenaga kerja yang dinamis. Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan literatur akademik terkait *employer branding* dapat diperluas, sekaligus mendorong penelitian lebih lanjut yang mendalami hubungan antara citra perusahaan dan kualitas tenaga kerja yang diperoleh. Selain itu, penelitian ini menyajikan kerangka teoretis yang dapat dimanfaatkan untuk memahami dan menghadapi berbagai tantangan dalam proses rekrutmen dan seleksi, khususnya di lingkungan perusahaan *startup*.
2. Manfaat praktis yaitu memberikan manfaat nyata bagi perusahaan dalam memahami pentingnya penerapan strategi *employer branding* sebagai alat untuk meningkatkan ketertarikan calon karyawan terhadap perusahaan. Hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi perusahaan yang sedang menghadapi tantangan dalam proses rekrutmen dan seleksi, baik dalam hal menarik talenta terbaik maupun dalam memastikan kesesuaian antara kebutuhan perusahaan dengan kompetensi karyawan.

Informasi yang dihasilkan melalui penelitian ini dapat digunakan oleh manajer sumber daya manusia dan pengambil keputusan di perusahaan untuk menyusun strategi perekrutan yang lebih optimal, hemat waktu, dan didorong oleh data. Selain itu, rekomendasi yang dihasilkan diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi langkah-langkah inovatif untuk memperkuat citra *employer branding* pada perusahaan, sehingga mampu menarik dan mempertahankan talenta berkualitas dalam kondisi persaingan yang kian menantang.

1.6 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki sejumlah batasan yang perlu dicermati agar pemahaman mengenai konteks serta ruang lingkup hasil yang telah dicapai menjadi lebih luas. Pembaca diharapkan dapat mengevaluasi validitas serta reliabilitas temuan dan kesimpulan yang dihasilkan secara lebih akurat setelah memperhatikan batasan tersebut. Beberapa batasan yang terdapat pada penelitian ini mencakup aspek-aspek tertentu yang akan dijelaskan lebih lanjut.

1. Penelitian ini terbatas menggunakan objek penelitian PT Digital Inti Data periode 2023-2024
2. Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup wawancara dengan CEO dan dokumentasi rekap pendaftaran karyawan selama tiga periode rekrutmen.
3. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis naratif.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi penjelasan singkat dan sistematika laporan penelitian yang mencakup Bab I hingga Bab V dalam dokumen penelitian ini.

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran umum yang disampaikan secara ringkas, jelas, dan padat untuk merepresentasikan isi penelitian secara tepat. Dalam bab ini, dijelaskan beberapa bagian penting, antara lain: gambaran umum mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika

penulisan tugas akhir yang digunakan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan teori yang disusun secara bertahap, dimulai dari konsep yang bersifat umum hingga spesifik. Selain itu, disertakan pula tinjauan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan. Bagian ini kemudian dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang dirancang secara sistematis dan diakhiri dengan perumusan hipotesis sebagai dasar analisis lebih lanjut.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara terperinci pendekatan, metode, dan teknik yang diterapkan dalam pengumpulan serta analisis data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam bab ini, dijabarkan berbagai aspek penting, termasuk jenis penelitian yang dilakukan, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel (khusus untuk penelitian kuantitatif), prosedur pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data yang digunakan untuk mendukung hasil penelitian.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang penjabaran data yang diperoleh dari penelitian untuk menyelesaikan masalah, menganalisis hasil perhitungan dan interpretasi proses pengolahan data untuk mencapai kesimpulan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian secara keseluruhan, serta memberikan rekomendasi untuk perusahaan dan penelitian di masa mendatang.