

Pemanfaatan Teknologi Berbasis Sosial Media LinkedIn Guna Efektivitas, Efisiensi Permintaan dan Penawaran Kerja Di Masa Pandemi Covid-19

Dyanti Mahrunnisya¹, Amar Ma'ruf², Fanni Rahmawati³

FKIP Unila Jalan Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 01 Bandar Lampung

E-mail: dyantianis@gmail.com


Abstract - This research is motivated by increasingly sophisticated technology in the era of the industrial revolution 4.0 which requires every individual to understand information technology. On the issue of job supply and demand during this pandemic, the media is very influential, one of which is LinkedIn media to increase effectiveness and efficiency. The purpose of this study is to find out how LinkedIn's use of social media is improved so that the company's workforce recruitment process does not incur a lot of costs. The method used in this research is qualitative descriptive with secondary data. The data was obtained by the authors using the literature review method, a research method by utilizing reference sources from books, websites, and journals both nationally and internationally. The result of this research is that online or websitebased labor recruitment is effective and efficient compared to manual recruitment.

Keywords: Covid-19 pandemic, technology, LinkedIn

Abstrak - Penelitian ini dilatar belakangi oleh teknologi yang semakin canggih di era revolusi industri 4.0 menuntut setiap individu untuk paham akan teknologi informasi. Pada permasalahan tentang permintaan dan penawaran kerja di masa pandemi ini media sangat berpengaruh salah satunya adalah media LinkedIn untuk meningkatkan efektivitas dan efisien. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan sosial media LinkedIn ditingkatkan sehingga proses perekrutan tenaga kerja perusahaan tidak mengeluarkan banyak biaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif-deskriptif dengan data sekunder. Data tersebut penulis peroleh dengan metode

tinjauan pustaka, suatu metode penelitian dengan memanfaatkan sumber referensi dari buku, website, dan jurnal baik nasional dan internasional. Hasil penelitian dari penelitian ini adalah Perekrutan tenaga kerja secara online atau website-based terbilang efektif dan efisien dibanding dengan perekrutan secara manual.

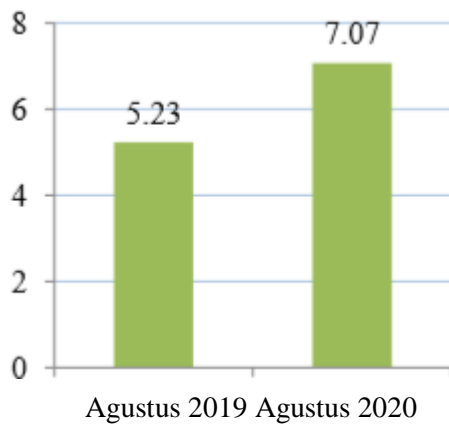
Kata kunci : pandemic Covid-19, teknologi, LinkedIn

 © 2021 JIPS; published by Jurusan IPS, FKIP Unila.. This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 4.0 License.

The article is published with Open Access at <http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/jips>

1. Introduction

Era digital atau sering dikenal dengan era revolusi industri 4.0 menuntut setiap individu untuk paham akan teknologi informasi. Perubahan zaman tersebut tanpa disadari telah mendorong mereka untuk bersaing secara adaptif dan kompetitif. Saat ini, persaingan yang dapat kita rasakan ialah dunia kerja. Ketimpangan antara permintaan dan penawaran pekerjaan menimbulkan pengangguran yang hanya merugikan perekonomian suatu negara. Pengangguran menjadi masalah pokok setiap negara berkembang tak terkecuali Indonesia. Menurut data yang dirilis Badan Pusat Statistik (2020), penduduk yang sama sekali tidak bekerja meningkat dibanding tahun 2019 yang dapat dilihat melalui diagram berikut.



Gambar 1. Persentase Tingkat Pengangguran Terbuka di Indonesia Sumber: BPS, 2020.

Pada gambar 1 terlihat bahwa terjadi penurunan aktivitas ekonomi yang ditandai dengan meningkatnya pengangguran terbuka di Indonesia. Peningkatan sebesar 1.84 persen disebabkan oleh merebaknya virus corona di Indonesia sejak february 2020 hingga saat ini sehingga direspon pemerintah daerah maupun pusat dengan diberlakukannya *physical distancing*. Kebijakan ini memicu perusahaan melakukan *work from home* guna memutus rantai virus corona. Para pemangku kepentingan perusahaan tetap berusaha untuk mengoperasikan aktivitas perusahaan dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi berbasis web, sosial media dan lainnya. Teknologi berbasis sosial media yang dapat digunakan yaitu *LinkedIn*, sebuah aplikasi sosial media yang dirancang secara global guna memudahkan pencari dan perekrut tenaga kerja domestik dan internasional.

Kecanggihan teknologi tersebut telah mengubah pola dan perilaku hidup masyarakat. Awalnya untuk mendapatkan pekerjaan yang diinginkan, pencari harus rela keliling kota berhari-hari yang pasti sangat menguras biaya, tenaga, dan waktu. Hal yang sama dirasakan pula perusahaan, dimana untuk mendapatkan kriteria tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan, perusahaan harus mencetak brosur dan menyebarnya ke sekolah-sekolah dengan menguras tenaga fisik yang besar, biaya tinggi dan waktu yang terbilang lama. Oleh karena itu, di era yang serba *online* ini setiap orang dimudahkan dengan adanya kecanggihan teknologi profesional seperti *LinkedIn*. Oleh karena itu, artikel ini akan membahas teknologi berbasis sosial media *LinkedIn* guna efektivitas dan efisiensi permintaan dan penawaran kerja di masa pandemi COVID-19 ini.

2. Method

Jenis penelitian yang penulis gunakan yaitu kualitatif-deskriptif dengan data sekunder. Data tersebut penulis peroleh dengan metode tinjauan pustaka, suatu metode penelitian dengan memanfaatkan sumber referensi dari buku, *website*, dan jurnal baik nasional dan internasional.

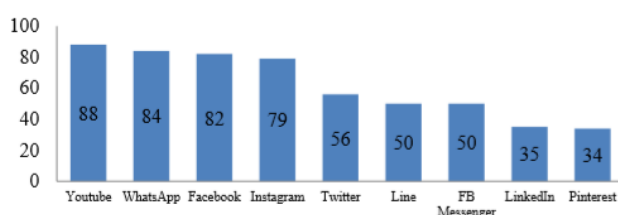
3. Result and Discussion

Era revolusi industri 4.0 ditandai dengan pemanfaatan *Internet of Things (IoTs)* di segala bidang kehidupan. Salah satunya yaitu dunia industri/perusahaan yang menggunakan layanan teknologi untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan. Untuk mempermudah birokrasi, suatu perusahaan memiliki departemen-departemen seperti *Human Resource Development (HRD)*. Departemen ini memiliki wewenang untuk mengatur proses perekrutan tenaga kerja baru perusahaan dengan kualifikasi tertentu. Tanggung jawab yang besar diemban oleh HRD untuk keberlangsungan operasi perusahaan. Dengan kata lain, HRD merupakan pintu utama pertama perusahaan karena akan menjawab pertanyaan bagaimana perusahaan akan beroperasi dengan sumber daya manusia yang direkrut. Hal tersebut dikarenakan HRD harus merekrut dan menyeleksi tenaga kerja yang benar-benar kompeten di bidang yang dibutuhkan. Untuk itu, HRD sudah semestinya memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada untuk merekrut ratusan bahkan ribuan calon tenaga kerja perusahaan yang dapat dilakukan secara *online* melalui teknologi informasi. Menurut Sabha (2018), mengemukakan *e-recruitment* ialah kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi dengan memanfaatkan teknologi berbasis web yang bertujuan untuk mencari dan menarik tenaga kerja yang potensial. Chapman & Goddolei (2017), *e-recruitment* didefinisikan sebagai pemanfaatan teknologi komunikasi seperti *website* dan sosial media untuk mendapatkan dan menarik pencari kerja yang potensial, sehingga mereka tertarik dengan organisasi tersebut selama proses seleksi, yang akan berpengaruh terhadap keputusan pekerjaan yang dipilih.

Aktivitas *e-recruitment* muncul akibat adanya penawaran perusahaan akan sumber daya manusia. Kaur (2019), penawaran tenaga kerja yaitu penentuan ukuran dan kualitas sumber daya manusia potensial saat ini dan yang akan mendatang baik dari dalam maupun luar organisasi demi memenuhi permintaan tenaga kerja yang akan datang. Permintaan tenaga kerja menurut Hijriah dan Adiba

(2019 perusahaan-perusahaan yang menghasilkan output berupa barang dan jasa yang dalam proses produksinya membutuhkan faktor produksi, salah satunya adalah tenaga kerja.

Di era digital ini pencari dan perekrut kerja dipermudah dengan hadirnya sosial media *LinkedId*. Pada dasarnya *LinkedIn* yaitu suatu aplikasi sosial media yang bertujuan untuk mempertemukan permintaan dan penawaran tenaga kerja secara *online*. *LinkedIn* pertama kali Reid Hoffman pada tahun 2002, kemudian diluncurkan pada 5 Mei 2003. Meskipun telah 17 tahun sosial media ini diluncurkan, namun jumlah pengguna masih rendah dibandingkan dengan sosial media lainnya. Hal tersebut dapat dilihat dari gambar di bawah ini:



Gambar 2. Persentase Penggunaan Sosial Media di Indonesia 2020 Sumber: We Are Social (Hootsuite), 2020.

Gambar di atas mengilustrasikan bahwa masyarakat Indonesia masih sangat populer dengan media sosial *YouTube*, *WhatsApp*, *Facebook*, dan *Instagram* yang masing masing memiliki persentase 88, 84, 82, dan 79 persen. Sementara itu, pengguna sosial media *LinkedIn* dan *Pinterest* menduduki persentase yang sangat rendah masing-masing yaitu sebesar 35 dan 34 persen. Per Januari 2020 mayoritas pengguna sosial media di Indonesia dalam usia produktif yaitu berkisar dari 15-64 tahun yang mencapai 160 juta pengguna (Hootsuite, 2020). Jumlah tersebut diprediksi akan terus meningkat disebabkan tuntutan zaman yang semakin canggih dan merebaknya pandemik COVID-19 sehingga menuntut penguasaan teknologi informasi. Sesungguhnya penggunaan empat sosial media teratas youtube, whatsapp, facebook, dan instagram mengindikasikan bahwa sebagian besar masyarakat sudah paham akan teknologi informasi sehingga akan mempermudah pekerjaan mereka. Hal tersebut sudah semestinya terjadi pada penggunaan sosial media *LinkedIn*, karena fitur yang melekat mirip sekali dengan sosial media lain.

Gambar pada profil akun *LinkedIn* tertera foto, nama, instansi, alamat, dan deskripsi singkat dan professional dengan tujuan untuk menarik *recruiter*

baik domestik maupun internasional. Oleh karena itu, akan lebih baik apabila deskripsi dijelaskan dengan menggunakan bahasa asing yaitu bahasa Inggris. Profil bisa menjadi gerbang awal baik bagi pencari maupun perekrut kerja. Seperti pada sosial media umumnya dimana *followers* atau *connections* dibutuhkan. Kuantitas *connections* pada *LinkedIn* tidak menentukan popularitas pemilik akun, namun koneksi tersebut menandakan adanya kesamaan visi dan misi dari pemilik akun dengan koneksinya dan uniknya *connection* yang melihat profile kita akan terlihat dinotifikasi. Untuk melihat lowongan pekerjaan yang tersedia di seluruh perusahaan, pengguna hanya mengetik kata kunci posisi pekerjaan yang diinginkan melalui *search for jobs*, yang pada kesempatan kali ini penulis menginginkan posisi sebagai guru.

Mesin ini memungkinkan pengguna untuk menemukan prospek pekerjaan yang bagus mengingat jangkauannya yang begitu luas bahkan ke penjuru dunia. Dengan demikian, pengguna dapat melamar pekerjaan dengan kuantitas yang banyak. Selain kemudahan untuk mencari pekerjaan, pengguna juga memiliki kesempatan untuk mengungkapkan ide-ide kreatif melalauai fitur *feed* serupa dengan akun sosial media lain. Semakin pengguna aktif membuat postingan yang bersifat professional, maka akan menarik *Human Resource Development* (HRD) untuk merekrut orang tersebut.

Dalam *feed* ini pengguna dapat membuat postingan professional seperti artikel, lowongan pekerjaan, dan lainnya sesuai dengan bakat dan minat pengguna. Layanan *LinkedIn* ini akan sangat membuat pencari dan perekrut kerja lebih efektif dan efisien. Selain membuat postingan tentang lowongan pekerjaan, banyak perusahaan yang melihat profil dan aktivitas pengguna *LinkedIn* untuk dijadikan kandidat faktor produksi, tenaga kerja perusahaan. Oleh karena itu, profil dan aktivitas pengguna sangat menentukan ketertarikan perusahaan untuk merekrut sebelum ke proses seleksi. Untuk proses seleksi biasanya perusahaan melihat aktivitas dan postingan pengguna *LinkedIn* apakah sesuai dengan kriteria perusahaan atau tidak. Oleh karena itu, pengguna akun sosial media ini berusaha terus memberikan postingan professional seperti karya tulis dan keterampilan pengguna masing-masing. Kondisi ini sangat berbeda dengan postingan sosial media lain seperti *facebook* dan *instagram* yang mayoritas penggunaannya memosting aktivitas ke sehabarian bahkan romantisme.

Perekrutan tenaga kerja secara *online* atau *website-based* terbilang efektif dan efisien dibanding

dengan perekrutan secara manual. Penelitian yang dilakukan oleh Nanda (2017), dari segi biaya, tenaga, dan waktu yang dikeluarkan untuk proses *e-recruitment* tergolong tidak banyak jika dibandingkan dengan proses perekrutan manual seperti *walk-in* dan *Job Fair*. Dharmawan, dkk. (2018), efisiensi rekrutmen tenaga kerja berbasis media online jika ditinjau dari tenaga, dan waktu jika dibandingkan dengan metode rekrutmen konvensional sangat efisien dibanding metode lain seperti *walk in*, *job fair* dan iklan cetak. Handriani, dkk. (2019), mengungkapkan bahwa sistem aplikasi berbasis web dapat membantu meningkatkan kualitas tenaga kerja yang diterima dengan proses seleksi dan penilaian yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan kemampuan dan keterampilan para pelamar. Sabha (2018), mengungkapkan dalam penelitiannya setidaknya ada enam keuntungan dengan dilakukannya proses *e-recruitment* seperti ekonomis (*cost effective consideration*), komunikasi yang jelas (*clear communication*), jangkauan luas (*broader search*), standarisasi yang baik (*improved standardization*), hemat waktu/waktu lebih cepat (*faster time*), pengguna internet yang semakin banyak (*the rapid internet users*), dan solusi ramah lingkungan (*green solution*). Glassdoor (dalam Filip & Derek, 2019), penelitian terkini menemukan bahwa sebesar 68 persen pencari kerja aktif menggunakan ponselnya setidaknya sekali dalam seminggu untuk mencari pekerjaan.

4 Conclusion

Berdasarkan penjelasan artikel di atas, perekrutan tenaga kerja secara *online* berbasis sosial media dinilai sangat efektif dan efisien karena hemat akan biaya, tenaga, dan waktu. Dengan demikian, permintaan dan penawaran tenaga kerja di masa pandemi COVID-19 akan berjalan sesuai prosedur dan kemajuan teknologi. Oleh karena itu, penulis berharap penggunaan sosial media *LinkedIn* ditingkatkan sehingga proses perekrutan tenaga kerja perusahaan tidak mengeluarkan banyak biaya.

References

Chapman, D.S., & Gödöllei, A.F. (2017). *E-Recruiting: Using Technology to Attract Job Applicants*. In Hertel, G., Stone, D.L., Johnson, R.D. and Passmore, J. (Eds.), *The Wiley Blackwell Handbook of the Psychology of the Internet at Work*. John Wiley & Sons Ltd., pp. 213–256.

- Dharmawan, R., Susilo, H., & Aini, E.K. (2018). *Analisis Efisiensi Rekrutmen Tenaga kerja Melalui Media Online Dan Media Konvensional (Studi Tentang Efisiensi Waktu dan Tenaga Dari PT. Jasa Marga (Persero) Tbk)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 64(1), Hlm. 161- 170.
- Filip, L., & Derek, C. (2019). *The SAGE Handbook of Human Resource Management*. Los Angeles: Sage.
- Handriani, I., Sidik, A.N.S., Multazam, A., & Wijaya, I. (2019). *Aplikasi Perekrutan dan Penempatan Karyawan Baru Berbasis Web (Studi Kasus PT BFI Finance Indonesia Tbk)*. *Ensiklopedia of Journal*, 1 (2). Hlm. 199-206.
- Hijriah, H.Y., & Adiba, E.M. (2019). *The Labor Market: An Overview from an Islamic Perspective*. *The International Journal of Applied Business Tijab*, 3(1), 24-31.
- Kaur, S. (2019). *Demand and Supply Circle in HR Market*. *International Journal of Scientific Research*, 8 (5), 2277-8179.
- Nanda, K.W. (2017). *Efektifitas Penerapan Metode Rekrutmen Online (Erecruitment) (Studi Pada Pt Industri Kereta Api (Inka) – Jawa Timur)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 53(1), Hlm. 96-104.
- Sabha, S. (2018). *Impact of Online recruitment on recruitment*. *International Journal of Education and Research*. 6(4), 47-52.
- We are Social (Hootsuite). (2020). *Digital 2020 Indonesia*. diakses pada 18 Januari 2021.