

REKRUTMEN DI PASAR TENAGA KERJA: INTEGRASI NILAI SYARIAH, STRATEGI MODERN, DAN DAMPAKNYA TERHADAP ORGANISASI

Azmi Yusriyah Naurah¹, Rostinawati Manaf², Rika Dwi Ayu Parmitasari³,
Alim Syariati⁴

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

e-mail: 80500223063@gmail.com¹, 80500223064@gmail.com², rparmitasari@uin-alauddin.ac.id³,
alim.syariati@uin-alauddin.ac.id⁴

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif praktik rekrutmen dalam konteks pasar tenaga kerja modern dengan mengintegrasikan perspektif syariah dan strategi kontemporer. Fokus utama pembahasan meliputi tren pasar tenaga kerja dan implikasinya terhadap strategi rekrutmen, pentingnya employer branding dalam menarik talenta berkualitas, perbandingan antara rekrutmen internal dan eksternal, serta analisis proses pelaksanaan rekrutmen dan dampaknya terhadap kinerja organisasi. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rekrutmen yang efektif membutuhkan pemahaman terhadap dinamika pasar, strategi branding yang kuat, serta penerapan nilai-nilai syariah seperti keadilan, transparansi, dan amanah. Penerapan prinsip-prinsip tersebut tidak hanya meningkatkan kualitas seleksi tenaga kerja, tetapi juga memperkuat citra positif organisasi di mata calon karyawan. Penelitian ini merekomendasikan agar organisasi mengadopsi pendekatan rekrutmen yang selaras antara kebutuhan strategis dan nilai-nilai etika dalam menghadapi tantangan pasar kerja yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Rekrutmen, Strategi Rekrutmen, Pasar Tenaga Kerja.

PENDAHULUAN

Era globalisasi dan disrupsi teknologi yang terus berkembang, dinamika pasar tenaga kerja mengalami perubahan yang signifikan. Organisasi dituntut untuk mampu beradaptasi dengan cepat dalam mencari, menarik, dan mempertahankan talenta terbaik guna memastikan daya saingnya di pasar. Proses rekrutmen tidak lagi hanya sebatas mengisi kekosongan posisi kerja, melainkan menjadi bagian strategis dalam pengelolaan sumber daya manusia yang berdampak langsung terhadap produktivitas dan keberlanjutan organisasi. Rekrutmen yang efektif membutuhkan pemahaman mendalam terhadap tren pasar tenaga kerja, perubahan preferensi kandidat, serta kemampuan membangun citra perusahaan yang menarik (employer branding). Strategi rekrutmen pun semakin beragam, mencakup pendekatan internal maupun eksternal, dengan kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Selain itu, keberhasilan proses rekrutmen sangat dipengaruhi oleh bagaimana organisasi menyusun tahapan rekrutmen yang efisien dan sesuai dengan nilai-nilai yang dianut. Dalam konteks Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, penting pula untuk mempertimbangkan konsep rekrutmen dari perspektif syariah. Prinsip-prinsip seperti keadilan, transparansi, tanggung jawab, dan amanah menjadi nilai-nilai fundamental yang harus diterapkan dalam setiap tahapan rekrutmen. Perspektif syariah tidak hanya memberikan dimensi etika dalam pengambilan keputusan rekrutmen, tetapi juga mendukung terciptanya lingkungan kerja yang sehat dan berkelanjutan. Oleh karena itu, tulisan ini akan membahas secara komprehensif mengenai konsep rekrutmen dalam perspektif syariah, tren dan strategi rekrutmen di pasar tenaga kerja modern, pentingnya employer branding, perbandingan rekrutmen internal dan eksternal, serta analisis proses pelaksanaan rekrutmen dan dampaknya terhadap organisasi. Diharapkan pembahasan ini dapat memberikan wawasan dan rekomendasi strategis bagi organisasi dalam merancang kebijakan rekrutmen yang tidak hanya efektif tetapi juga beretika.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis secara mendalam berbagai aspek rekrutmen di pasar tenaga kerja, termasuk implementasinya dalam perspektif syariah serta strategi dan dampaknya terhadap organisasi. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena rekrutmen secara kontekstual, terutama nilai-nilai yang mendasarinya dalam praktik sumber daya manusia. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kepustakaan (library research) dan studi kasus. Studi kepustakaan dilakukan dengan menelaah berbagai literatur akademik, jurnal ilmiah, buku, artikel, dan dokumen yang relevan terkait rekrutmen, pasar tenaga kerja, employer branding, serta prinsip-prinsip rekrutmen dalam perspektif syariah. Sementara itu, studi kasus dilakukan terhadap beberapa perusahaan yang menerapkan strategi rekrutmen berbeda (internal dan eksternal) dan yang memiliki pendekatan berbasis nilai etika atau syariah. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis tematik (thematic analysis), yaitu dengan cara mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menginterpretasi tema-tema utama yang muncul dari data. Analisis ini bertujuan untuk menemukan pola-pola pemikiran, strategi, serta nilai-nilai yang digunakan dalam praktik rekrutmen dan bagaimana hal tersebut memengaruhi efektivitas organisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep rekrutmen dalam perspektif syariah

Konsep rekrutmen dalam perspektif syariah mencerminkan prinsip-prinsip etika Islam yang menekankan keadilan, transparansi, dan kemaslahatan bagi masyarakat secara keseluruhan. Rekrutmen bukan hanya sekadar memilih individu untuk mengisi suatu posisi, tetapi juga merupakan bagian integral dari manajemen sumber daya manusia yang sesuai dengan ajaran syariah. Artikel-artikel yang telah dikumpulkan memberikan wawasan mengenai bagaimana implementasi manajemen syariah dapat membentuk pola rekrutmen yang adil.

Penting untuk memahami bahwa rekrutmen dalam konteks syariah diperuntukkan bagi mereka yang memiliki integritas dan komitmen terhadap nilai-nilai Islam, termasuk kejujuran dan tanggung jawab. Sebuah studi mengenai Hotel Syariah di Solo menunjukkan bahwa proses rekrutmen dan seleksi karyawan berdasarkan nilai-nilai manajemen syariah adalah esensial untuk mempromosikan keramahan Islam dalam industri perhotelan (Sudaryanto et al., 2022). Oleh karena itu, rekrutmen harus dilakukan dengan cara yang transparan dan tidak diskriminatif agar semua calon memiliki kesempatan yang sama, memperkuat keadilan sosial yang menjadi salah satu pilar utama dalam perspektif syariah (Riski et al., 2023).

Sistem rekrutmen juga harus memperhatikan aspek moral dan etika, sebagaimana diuraikan dalam karya Riski et al. yang menekankan pentingnya keadilan dalam kompensasi dan tunjangan sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja dan kepuasan karyawan (Riski et al., 2023). Dalam konteks ini, proses rekrutmen seharusnya tidak hanya mempertimbangkan potensi karyawan secara finansial, tetapi juga bagaimana mereka dapat tumbuh dan berkembang dalam lingkungan kerja yang setara dan saling menghormati.

Penerapan konsep maqashid syariah—yaitu tujuan-tujuan syariah—dalam proses rekrutmen sangat berkaitan dengan bagaimana suatu organisasi dapat menjaga kesejahteraan dan kemaslahatan anggotanya. Maqashid syariah bertujuan untuk mencapai keadilan dan kemaslahatan untuk umat, termasuk dalam konteks rekrutmen, di mana setiap individu yang terlibat harus memperhatikan dampaknya pada kehidupan masyarakat secara keseluruhan (Ryan & Kholis, 2024). Proses rekrutmen diharapkan dapat menghasilkan individu yang tidak hanya memenuhi kualifikasi teknis, tetapi juga memiliki kesadaran dan komitmen untuk memberdayakan masyarakat.

Aspek lain yang penting untuk diperhatikan adalah kemampuan organisasi dalam menganalisis serta menilai bakat dan potensi dari calon karyawan. Suyudi et al. menekankan pentingnya manajemen risiko yang cermat dalam setiap keputusan yang diambil dalam organisasi, termasuk dalam hal penggajian dan rekrutmen, demi kemaslahatan yang lebih besar (Suyudi et al., 2020). Kesesuaian ini tidak hanya memperkuat integritas organisasi, tetapi juga menumbuhkan kepercayaan dalam masyarakat terhadap lembaga tersebut sebagai institusi yang konsisten dengan prinsip-prinsip syariah.

Karakteristik rekrutmen dalam lingkup syariah juga harus bersifat inklusif. Dalam artikel Mahfiah et al., pengembangan industri halal ditekankan sebagai kebutuhan yang mendesak dalam masyarakat modern, yang memerlukan tenaga kerja yang memahami dan mampu menerapkan nilai-nilai syariah secara konsisten (Mahfiah et al., 2022). Oleh karena itu, kebijakan rekrutmen harus mempertimbangkan keberagaman, latar belakang pendidikan, dan kualifikasi yang relevan, sehingga dapat menciptakan lingkungan kerja yang tidak hanya homogen tetapi juga merangkul beragam pandangan dan ide.

Prinsip lain yang tak kalah penting adalah transparansi dalam proses rekrutmen. Kiyarsi dan Bharta mencatat bahwa transparansi dalam setiap langkah rekrutmen tidak hanya membangun integritas organisasi, tetapi juga menciptakan hubungan yang saling menghormati antara manajemen dan karyawan. Semua calon karyawan harus diberikan informasi yang cukup dan jelas tentang kriteria yang digunakan, prosedur yang diikuti, serta potensi peluang yang tersedia dalam organisasi (Rahayuningsih, 2023).

Tanggung jawab sosial dari organisasi juga menjadi bagian penting dari rekrutmen berbasis syariah. Artikel oleh Syarifuddin et al. menjelaskan bagaimana upaya organisasi untuk menciptakan strategi yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara holistik (Syarifuddin et al., 2023). Rekrutmen, dalam hal ini, adalah suatu proses yang tidak hanya memikirkan untung ruginya secara individu, tetapi juga dampaknya terhadap masyarakat luas.

Pendekatan syariah dalam rekrutmen tidak hanya terfokus pada hasil akhir, tetapi juga pada proses yang mengedukasi dan menginformasikan semua pihak yang terlibat mengenai prinsip-prinsip yang dijunjung tinggi dalam Islam. Manfaat dari rekrutmen yang berlandaskan syariah ini tentu saja akan sangat terasa baik di dalam organisasi itu sendiri, juga untuk masyarakat yang terhubung kepada organisasi tersebut. Satu contoh implementasi yang baik adalah isi dari artikel yang membahas tentang tanggung jawab sosial yang harus dipatuhi oleh setiap institusi syariah selama rekrutmen, yang menunjukkan bagaimana standar ini berkontribusi pada masyarakat lebih luas (Suyudi et al., 2020).

Melalui kolaborasi berbagai instansi dan jaringan kerja sama berlandaskan maqashid syariah, proses rekrutmen dapat mencapai tujuan yang lebih dari sekadar penyerapan tenaga kerja. Ia perlu menjadi wahana nyata dalam setiap upaya peningkatan kemaslahatan umat, dari sekadar tuntutan kerja menjadi pekerjaan yang membawa berkah. Dengan cara itu, setiap proses rekrutmen dapat berperan penting dalam membangun masyarakat yang lebih adil dan sejahtera secara bersama-sama.

Untuk memastikan bahwa prinsip-prinsip di atas benar-benar diimplementasikan, diperlukan kesadaran dari semua pihak yang terlibat dalam proses rekrutmen. Implementasi ini dapat dilakukan dengan cara menetapkan standar dan prosedur baku yang harus diikuti. Dalam konteks syariah, nilai-nilai etika yang ditanam sejak awal akan berimplikasi pada hasil rekrutmen serta pada keberlangsungan hidup bersama di masyarakat.

Sebagai penutup, rekrutmen dalam perspektif syariah bukan hanya sekadar seleksi kandidat, melainkan proses strategis yang harus dijalankan dalam bingkai prinsip-prinsip keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Dengan menerapkan pendekatan ini dalam setiap langkah, organisasi tidak hanya membangun tim yang kompeten, tetapi juga menyumbangkan nilai lebih bagi masyarakat dan umat secara luas.

Labor Market Trends and Recruitment Strategies

Tren pasar tenaga kerja dan strategi rekrutmen merupakan aspek penting dalam menciptakan tenaga kerja yang berkualitas dan relevan dengan perkembangan ekonomi serta sosial, terutama dalam konteks global yang terus berubah. Pandemi COVID-19 menjadi faktor yang berpengaruh, yang memaksa banyak perusahaan untuk merevisi strategi rekrutmen dan manajemen sumber daya manusia mereka. Hal ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa selama pandemi, sektor usaha mengalami penurunan yang signifikan, mengakibatkan peningkatan angka pengangguran dan memengaruhi dinamika pasar tenaga kerja di berbagai industri (Algaisya et al., 2022).

Studi terbaru menunjukkan bahwa strategi rekrutmen yang adaptif dan responsif terhadap kondisi pasar sangat penting. Menggunakan teknologi dan platform digital untuk menjangkau kandidat yang lebih luas menjadi hal yang semakin umum. Pemasaran digital dinilai efektif dalam menarik perhatian individu yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan, sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa keterlibatan online dalam rekrutmen membawa dampak positif dalam menarik minat calon karyawan (Rahayu & Suranto, 2020). Hal ini mencakup penggunaan media sosial dan aplikasi pencari kerja yang semakin banyak tersedia saat ini (Pranoto et al., 2023).

Perusahaan juga perlu mempertimbangkan tidak hanya keterampilan teknis dalam seleksi, tetapi juga soft skills dan nilai-nilai pribadi yang sejalan dengan budaya organisasi mereka. Misalnya, penelitian menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai syariah dalam rekrutmen membantu meningkatkan keadilan dan inklusi dalam proses seleksi, yang penting untuk mendukung pengembangan organisasi secara berkelanjutan dan hasil yang lebih baik (Riski et al., 2023; Nurcahyo et al., 2024). Penerapan strategi pengelolaan talenta dalam era industri 4.0 juga menjadi semakin krusial, dengan fokus pada pengembangan kapasitas dan retensi talenta yang memiliki potensi tinggi (Zaky, 2020).

Dalam menjalankan strategi rekrutmen yang efektif, penting juga untuk melakukan analisis pasar kerja yang mendalam. Melalui pemahaman tentang kebutuhan keterampilan yang berkembang di berbagai sektor, perusahaan bisa menyusun pengumuman lowongan kerja yang lebih menarik dan sesuai kebutuhan. Hal ini juga dimungkinkan dengan memanfaatkan big data untuk mengidentifikasi tren industri dan kebutuhan keterampilan di masa depan (Widiasanti et al., 2024). Penyusunan profil pekerjaan yang jelas dan komunikatif akan memfasilitasi pencocokan antara calon pekerja dan posisi yang tersedia, serta mengurangi waktu dan biaya yang terkait dengan proses rekrutmen (Sari et al., 2024).

Perubahan dalam tren pasar juga memengaruhi jenis keterampilan yang dibutuhkan oleh perusahaan. Sebuah studi menemukan bahwa sektor-sektor tertentu mengalami peningkatan permintaan akan keterampilan yang spesifik, sementara sektor lain mungkin mengalami penurunan (Harahap et al., 2023). Dalam konteks ini, penting bagi perusahaan untuk tidak hanya mengandalkan metode rekrutmen tradisional, tetapi juga menjajaki kolaborasi dengan institusi pendidikan untuk menjembatani kesenjangan antara keterampilan yang diajarkan dan yang dibutuhkan di dunia kerja.

Kebijakan pemerintah juga berpengaruh dalam penciptaan lapangan kerja dan pengembangan keterampilan di pasar tenaga kerja. Melalui program pelatihan dan peningkatan keterampilan yang disponsori oleh pemerintah, peserta didik dapat dipersiapkan untuk memenuhi kebutuhan industri (Kurniawan & Supriyono, 2020). Dalam membangun sinergi antara perusahaan dan pemerintah, dapat dihasilkan kebijakan yang mendukung pertumbuhan sektor-sektor yang menghasilkan banyak lapangan kerja.

Di tengah tekanan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan, banyak perusahaan juga yang melihat pentingnya penguatan budaya kerja yang inklusif dan mendukung. Penelitian menunjukkan bahwa budaya kerja yang positif berkontribusi terhadap produktivitas dan retensi karyawan (Oktiani & Winarno, 2020). Oleh karena itu,

mendesain pengalaman karyawan yang baik dari proses rekrutmen hingga pengembangan karir merupakan strategi yang diperlukan untuk menjaga motivasi dan keterlibatan karyawan dalam jangka panjang.

Selain itu, pemanfaatan teknologi melalui sistem manajemen SDM yang terintegrasi dapat meningkatkan efisiensi proses rekrutmen. Platform berbasis teknologi dapat membantu perusahaan dalam mengelola data kandidat, mengoptimalkan jadwal wawancara, serta memberikan pengalaman yang lebih baik bagi kedua pihak—perusahaan dan kandidat—selama proses seleksi. Penelitian tentang penerapan teknologi dalam rekrutmen menunjukkan bahwa hal ini dapat mempersingkat waktu seleksi sekaligus meningkatkan akurasi pemilihan kandidat yang tepat (Pranoto et al., 2023).

Menanggapi dinamika yang terjadi di pasar tenaga kerja, perusahaan juga perlu berkomitmen pada nilai-nilai keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Hal ini dapat mencakup menciptakan peluang bagi kelompok-kelompok yang kurang terwakili serta mendukung penciptaan lingkungan kerja yang beragam dan inklusif. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya tanggung jawab sosial dari sebuah perusahaan, penerapan nilai-nilai ini dalam strategi rekrutmen dapat meningkatkan citra perusahaan di mata publik (Algaisya et al., 2022).

Akhirnya, perusahaan harus terus melakukan evaluasi dan adaptasi dari strategi yang diterapkan. Proses rekrutmen yang berbasis data memungkinkan organisasi untuk mengukur efektivitas dari setiap strategi dan melakukan perbaikan yang diperlukan sesuai dengan umpan balik yang didapat. Melalui pendekatan ini, perusahaan tidak hanya mampu menciptakan tim yang kompeten, tetapi juga mempersiapkan diri untuk mengantisipasi dan merespons perubahan yang terjadi di pasar tenaga kerja.

Employer Branding and Attracting Talent

Employer branding adalah strategi penting dalam manajemen sumber daya manusia yang bertujuan untuk memposisikan perusahaan sebagai tempat yang menarik bagi kandidat potensial. Dalam konteks persaingan pasar kerja yang semakin ketat, perusahaan perlu membangun merek mereka sebagai pemberi kerja (employer brand) yang mencerminkan nilai-nilai, budaya, dan pengalaman kerja positif. Ini tidak hanya membantu dalam menarik talenta berkualitas tetapi juga dalam mempertahankan karyawan yang ada. Di bawah ini akan dibahas beberapa aspek penting terkait employer branding dan strategi untuk menarik bakat.

Di era digital, komunikasi menjadi kunci dalam employer branding. Penggunaan media sosial, seperti LinkedIn, dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik perusahaan di kalangan pencari kerja. Penelitian oleh Mukul dan Itam menunjukkan bahwa perusahaan yang membangun citra positif di platform sosial media mampu menarik lebih banyak pelamar berkualitas, khususnya dalam konteks post-COVID-19, di mana banyak kandidat mencari perusahaan yang memiliki komitmen sosial dan nilai-nilai yang sejalan dengan mereka Mukul & Itam (2023). Hal ini menunjukkan pentingnya kreativitas dan inovasi dalam penyampaian pesan employer brand.

Salah satu tantangan utama dalam rekrutmen adalah memahami kebutuhan dan preferensi generasi yang lebih muda. Riset oleh Hermanto dan Noveri menunjukkan bahwa generasi Z lebih tertarik bekerja di perusahaan yang tidak hanya menawarkan gaji yang kompetitif, tetapi juga lingkungan kerja yang inklusif dan berorientasi pada perkembangan pribadi dan profesional (Hermanto & Noveri, 2024). Oleh karena itu, perusahaan perlu mengomunikasikan nilai-nilai ini dalam strategi branding mereka untuk menarik perhatian talenta ini.

Kualitas pengalaman karyawan juga memengaruhi reputasi perusahaan sebagai pemberi kerja. Employer branding yang kuat berkorelasi positif dengan tingkat kepuasan kerja dan loyalitas karyawan. Penelitian oleh Shaji dan Kachhi menunjukkan bahwa ketika

karyawan merasa terhubung dengan nilai perusahaan dan memiliki pengalaman kerja yang positif, mereka cenderung untuk merekomendasikan perusahaan kepada orang lain (Shaji & Kachhi, 2024). Ini berfungsi sebagai umpan balik positif yang memperkuat citra merek perusahaan di pasar tenaga kerja.

Dari perspektif strategi, penting untuk mengembangkan proposisi nilai pekerja (Employee Value Proposition - EVP) yang kuat. EVP mencakup semua manfaat yang ditawarkan perusahaan kepada karyawan, termasuk gaji, tunjangan, kesempatan pengembangan, budaya kerja, dan fleksibilitas kerja. Penelitian oleh Trunina et al. menekankan bahwa menyediakan EVP yang jelas dan menarik dapat membantu perusahaan memposisikan diri lebih baik dalam merekrut talenta yang tepat (Trunina et al., 2024).

Dengan adanya kompetisi yang ketat dalam menarik dan mempertahankan talenta, manajemen perusahaan harus berinovasi dalam strategi rekrutmen mereka. Penggunaan analitik untuk memahami tren pasar, kebutuhan keterampilan, dan preferensi karyawan dapat meningkatkan efektivitas strategi employer branding. Penelitian oleh Kanchev menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan analitik data dalam strategi mereka berhasil meningkatkan jumlah pelamar kualifikasi tinggi dan mengurangi tingkat perputaran (Kanchev, 2021).

Selain itu, perusahaan juga harus memperhatikan pentingnya umpan balik dari karyawan yang sudah ada. Survei kepuasan karyawan dan fokus grup dapat memberikan wawasan tentang persepsi mereka terhadap employer brand dan area yang perlu ditingkatkan. Dengan terus mengadaptasi pendekatan berdasarkan umpan balik ini, perusahaan dapat membangun employer brand yang lebih relevan dan menarik bagi kandidat potensial (Sah, 2023).

Studi oleh Chițu juga menyoroti bahwa employer branding dapat menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan. Organisasi yang berhasil membangun merek sebagai pemberi kerja yang baik cenderung mengalami tingkat retensi karyawan yang lebih tinggi dan lebih mampu menarik minat calon karyawan yang berkualitas (Chițu, 2020). Oleh karena itu, kolaborasi lintas departemen dalam membangun employer branding yang konsisten dapat menciptakan dampak yang bertahan lama pada perusahaan.

Pentingnya kejujuran dan keterbukaan dalam komunikasi juga tidak dapat diabaikan. Chițu mengingatkan bahwa transparansi dalam proses rekrutmen dan budaya perusahaan akan membangun kepercayaan yang lebih kuat di kalangan calon karyawan (al., 2023). Jika perusahaan berkomitmen untuk memperlihatkan kejujuran mengenai tantangan dan kondisi kerja, mereka akan memiliki peluang lebih baik untuk menarik individu yang sesuai dengan budaya dan nilai perusahaan.

Dengan demikian, employer branding tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menarik talenta baru, tetapi juga sebagai strategi jangka panjang untuk mempertahankan karyawan. Penelitian oleh Sah menunjukkan bahwa employer branding yang baik dapat secara langsung memengaruhi tingkat turnover karyawan, dengan perusahaan yang memiliki employer brand yang kuat cenderung mengalami tingkat keluar karyawan yang lebih rendah (Sah, 2023). Dengan memfokuskan pada pengembangan merek pemberi kerja dan menciptakan lingkungan yang positif, perusahaan tidak hanya dapat menarik talenta terbaik, tetapi juga mempertahankan mereka dalam jangka panjang.

Dengan semua aspek ini dipertimbangkan, penting bagi perusahaan untuk fokus pada pengembangan strategi employer branding yang komprehensif, yang melibatkan berbagai taktik untuk menciptakan citra positif di benak para calon karyawan. Hal ini dilakukan melalui inovasi dalam komunikasi, pengembangan EVP, dan memastikan bahwa pengalaman karyawan adalah selaras dengan nilai-nilai yang dipromosikan oleh perusahaan. Dengan sistematis merancang dan menerapkan strategi ini, perusahaan dapat bersaing lebih efektif dalam kalangan pasar kerja yang sangat kompetitif saat ini.

Internal vs. External Recruiting

Rekrutmen internal dan eksternal adalah dua pendekatan umum dalam proses pencarian dan seleksi kandidat untuk mengisi posisi dalam suatu organisasi. Masing-masing metode memiliki kelebihan dan tantangan tersendiri. Dalam membahas perbandingan antara rekrutmen internal dan eksternal, penting untuk mempertimbangkan bagaimana kedua pendekatan tersebut dapat mempengaruhi budaya organisasi, biaya, serta efektivitas dalam menemukan kandidat yang tepat.

Rekrutmen internal melibatkan pengisian posisi kosong dengan mempromosikan atau memindahkan karyawan yang sudah ada dalam organisasi. Pendekatan ini memiliki beberapa keuntungan. Pertama, rekrutmen internal cenderung lebih cepat dan lebih murah dibandingkan dengan rekrutmen eksternal. Penelitian menunjukkan bahwa karyawan yang sudah familiar dengan budaya dan proses organisasi dapat lebih cepat beradaptasi dengan tugas baru mereka Parmar (2020). Selain itu, promosi internal juga dapat meningkatkan motivasi karyawan dan memotivasi karyawan lain untuk bekerja lebih keras agar mendapatkan kesempatan serupa di masa depan.

Namun, rekrutmen internal juga memiliki batasan. Salah satu tantangan utama adalah terbatasnya pilihan kandidat, yang hanya terdiri dari karyawan yang ada. Akibatnya, organisasi mungkin kehilangan potensi bakat luar yang dapat memberikan perspektif baru dan keterampilan yang berbeda. Penelitian oleh Salum et al. menunjukkan bahwa meskipun strategi rekrutmen internal memiliki dampak positif pada retensi karyawan, strategi ini juga harus seimbang dengan penggunaan metode eksternal untuk mendapatkan beragam keterampilan yang dibutuhkan (Salum et al., 2023).

Di sisi lain, rekrutmen eksternal memberikan akses ke kumpulan kandidat yang lebih luas dan beragam. Dengan mencari bakat di luar organisasi, perusahaan dapat memperoleh inovasi dan ide-ide baru yang dapat menguntungkan pertumbuhan dan keberhasilan organisasi. Namun, proses rekrutmen eksternal biasanya lebih panjang dan mahal, melibatkan iklan pekerjaan, wawancara, dan seleksi yang bisa menambah beban waktu dan biaya bagi perusahaan (DeVaro, 2020).

Kedua pendekatan rekrutmen ini juga mempengaruhi budaya organisasi. Rekrutmen internal cenderung memperkuat loyalitas karyawan dan menciptakan rasa kepemilikan dalam organisasi. Karyawan merasa dihargai atas kontribusi mereka, sementara rekrutmen eksternal bisa menghasilkan konflik budaya jika kandidat baru tidak menyesuaikan dengan nilai-nilai organisasi yang sudah ada. Meskipun rekrutmen dari luar dapat menciptakan dinamika baru, hal ini juga bisa membawa tantangan dalam integrasi (Salum et al., 2023).

Selain itu, teknologi semakin mempengaruhi cara kita melihat rekrutmen internal dan eksternal. Penggunaan platform digital untuk rekrutmen eksternal dapat mempercepat proses pencarian kandidat dan memungkinkan perusahaan untuk mencapai audiens yang lebih luas. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan alat digital dalam rekrutmen telah mengubah cara organisasi melakukan pencarian dan seleksi untuk calon karyawan baru (Simmons et al., 2022). Organisasi yang memilih untuk merekrut secara internal juga dapat memanfaatkan teknologi untuk melacak dan mengelola talenta yang ada, memastikan bahwa mereka mendapatkan peluang yang adil untuk promosi.

Proses rekrutmen harus mempertimbangkan kelebihan dan kelemahan dari kedua metode. Penyusunan strategi rekrutmen yang seimbang antara internal dan eksternal dapat menghasilkan proses yang optimal bagi organisasi. Dengan memanfaatkan kedua pendekatan ini secara bersamaan, organisasi tidak hanya bisa mengisi posisi dengan cepat, tetapi juga membangun tim yang beragam dan inovatif. Penelitian menunjukkan bahwa transparansi dalam proses rekrutmen dapat meningkatkan hasil baik pada pencarian talenta internal maupun eksternal (Kirya, 2020).

Akhirnya, perusahaan harus proaktif dalam mengevaluasi dan menyesuaikan strategi rekrutmen mereka berdasarkan konteks dan kebutuhan spesifik mereka. Memahami tren industri, kondisi pasar kerja, dan perilaku karyawan dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang kapan dan bagaimana menggunakan rekrutmen internal serta eksternal dengan efektif. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mengenali kekuatan dan kelemahan di kedua sisi rekrutmen untuk memaksimalkan potensi bidang pekerjaan dan menciptakan kultur yang menarik bagi talenta berkualitas.

Proses pelaksanaan rekrutmen dan dampaknya terhadap organisasi

Proses pelaksanaan rekrutmen merupakan salah satu elemen kunci dalam manajemen sumber daya manusia yang berdampak signifikan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Rekrutmen yang efektif tidak hanya membantu dalam pengisian posisi kosong, tetapi juga berpengaruh pada komitmen organisasi, budaya kerja, dan kinerja keseluruhan organisasi. Dalam pembahasan ini, kita akan mengkaji proses pelaksanaan rekrutmen dan dampaknya terhadap organisasi, dengan fokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi serta hasil yang dapat dicapai melalui pendekatan rekrutmen yang strategis.

Pertama-tama, proses rekrutmen biasanya dimulai dengan analisis kebutuhan karyawan yang melibatkan pengidentifikasian posisi yang perlu diisi, kualifikasi yang dibutuhkan, serta pengembangan deskripsi pekerjaan yang jelas. Menurut penelitian oleh Swider dan Steed, preferensi awal pelamar memiliki pengaruh signifikan terhadap pilihan pekerjaan, yang menunjukkan bahwa pemahaman mendalam mengenai preferensi calon karyawan sangat penting dalam menyusun strategi rekrutmen yang efektif Swider & Steed (2021). Oleh karena itu, penting bagi pihak manajemen untuk memastikan bahwa deskripsi pekerjaan dan pemilihan media komunikasi yang digunakan dalam rekrutmen mencerminkan nilai-nilai organisasi dan menarik bagi calon pelamar yang sesuai.

Selanjutnya, setelah tahapan analisis, organisasi dapat melanjutkan ke tahap pengumuman lowongan pekerjaan. Pada tahap ini, penggunaan strategi pemasaran yang tepat akan membantu menarik perhatian kandidat yang berkualitas. Penelitian oleh Hussain et al. menunjukkan bahwa citra pemberi kerja yang positif berfungsi sebagai mediator antara praktik rekrutmen dan komitmen organisasi. Hal ini mengindikasikan bahwa organisasi yang berhasil membangun citra baik akan lebih mudah menarik dan mempertahankan talenta (Hussain et al., 2022).

Setelah pengumuman lowongan, proses pengumpulan dan seleksi aplikasi dimulai. Dalam tahap ini, pemilihan kandidat berdasarkan kualifikasi, pengalaman, dan kesesuaian dengan budaya organisasi menjadi sangat penting. Al-Jedaiah dan Albdareen menekankan bahwa pengelolaan sumber daya manusia strategis, termasuk proses rekrutmen, akan sangat memengaruhi kinerja dan efektivitas organisasi (Al-Jedaiah & Albdareen, 2020). Oleh karena itu, penggunaan metode yang objektif dan adil dalam menilai kandidat, seperti wawancara terstruktur dan pengujian keterampilan, dapat mempengaruhi kualitas hasil rekrutmen.

Dampak dari proses rekrutmen tidak hanya terlihat dari jumlah pelamar yang diterima, tetapi juga dari dampak jangka panjang terhadap karyawan dan organisasi itu sendiri. Penelitian menunjukkan bahwa pengimplementasian proses rekrutmen yang efektif dapat memperbaiki kinerja karyawan dan kepuasan kerja, dengan penekanan pada pentingnya penempatan yang sesuai setelah penerimaan (Syafaruddin, 2024). Dengan menempatkan individu pada posisi yang sejalan dengan keahlian dan pengalaman mereka, organisasi dapat meminimalkan konflik dan meningkatkan produktivitas.

Namun, tantangan tetap ada. Proses rekrutmen yang buruk dapat berdampak negatif pada retensi karyawan dan menciptakan turnover yang tinggi. Hal ini akan berdampak langsung pada budaya organisasi dan biayanya. Dalam konteks ini, penelitian mengungkapkan bahwa organisasi dengan proses rekrutmen yang efisien dan terstruktur

akan lebih mampu menghadapi tantangan dalam menyesuaikan diri dengan perubahan di lingkungan bisnis yang terus berkembang (Chabibie et al., 2021). Isu ini menjadi semakin penting dalam konteks pasca-pandemi COVID-19, di mana banyak organisasi dihadapkan pada kekurangan tenaga kerja terampil.

Selanjutnya, adaptasi teknologi dalam proses rekrutmen, seperti penerapan kecerdasan buatan dan analitik data, memungkinkan organisasi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi rekrutmen. Tanantong dan Wongras meneliti penerapan teknologi dalam rekrutmen, menunjukkan bahwa alat berbasis teknologi dapat mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik dan mempercepat proses pencarian kandidat yang sesuai (Tanantong & Wongras, 2024).

Dampak dari rekrutmen yang berhasil juga mencakup peningkatan keterlibatan dan kepuasan kerja karyawan baru. Hu menyatakan bahwa ada hubungan langsung antara strategi rekrutmen yang dilakukan dan keterlibatan karyawan, yang pada gilirannya mempengaruhi kinerja organisasi (Hu, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa rekrutmen bukan hanya merupakan Langkah awal dalam manajemen sumber daya manusia, tetapi juga merupakan fondasi untuk membangun hubungan yang kuat antara karyawan dan organisasi.

Di sisi lain, keberhasilan rekrutmen sering kali terhubung dengan komitmen organisatoris. Karyawan yang direkrut dengan baik cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai tujuan dan nilai-nilai perusahaan, yang mendorong mereka untuk lebih berkomitmen terhadap organisasi. Penelitian oleh Godil et al. menunjukkan bahwa praktik pengelolaan sumber daya manusia yang baik, termasuk proses rekrutmen yang efektif, memberikan dampak positif pada kinerja organisasi secara keseluruhan (Godil et al., 2021).

Akhirnya, perusahaan harus selalu melakukan evaluasi dan penyesuaian terhadap strategi rekrutmen mereka seiring dengan perkembangan di dunia kerja yang berubah. Penyesuaian meliputi pemahaman tentang tren industri, kebutuhan keterampilan, serta harapan kandidat yang semakin beragam. Oleh karena itu, organisasi yang dapat mengadaptasi pendekatan rekrutmen dan menjaga fleksibilitas dalam metode yang diterapkan akan lebih siap untuk menghadapi tantangan di masa depan.

Secara keseluruhan, proses pelaksanaan rekrutmen memainkan peran krusial dalam membentuk keberhasilan organisasi. Dari mulai pemilihan kandidat, kejelasan proses, hingga dampaknya terhadap kinerja karyawan dan citra organisasi, semua ini saling berhubungan dalam membangun strategi sumber daya manusia yang efektif. Investasi dalam proses rekrutmen yang baik berpotensi menghasilkan karyawan yang bermotivasi tinggi dan berkualitas, yang pada gilirannya dapat mengarah pada keberhasilan organisasi jangka panjang.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai praktik rekrutmen di pasar tenaga kerja modern dari perspektif strategis dan nilai-nilai syariah. Namun, ruang lingkup penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang membuka peluang untuk studi lebih lanjut di masa mendatang. Pertama, penelitian ini lebih menitikberatkan pada pendekatan kualitatif dengan fokus pada deskripsi dan analisis tematik. Oleh karena itu, studi lanjutan dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh spesifik dari strategi rekrutmen tertentu terhadap kinerja organisasi, tingkat retensi karyawan, atau kepuasan kandidat kerja. Hal ini dapat memberikan validasi empiris yang lebih kuat terhadap temuan-temuan sebelumnya. Kedua, aspek implementasi prinsip syariah dalam praktik rekrutmen masih dapat dieksplorasi lebih mendalam, khususnya dengan membandingkan organisasi yang berbasis syariah dengan perusahaan konvensional. Penelitian lanjutan dapat menggunakan metode komparatif untuk mengidentifikasi perbedaan signifikan dalam nilai, etika, dan hasil dari proses rekrutmen di kedua jenis

organisasi. Ketiga, studi ini terbatas pada sektor dan wilayah tertentu. Untuk memperluas generalisasi hasil, penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan cakupan yang lebih luas, baik secara geografis (misalnya lintas provinsi atau negara) maupun sektoral (misalnya membandingkan sektor industri, layanan, dan pendidikan).

Keempat, pengaruh employer branding dan citra organisasi terhadap keputusan kandidat masih bisa diteliti lebih lanjut, khususnya dalam konteks generasi milenial dan Gen Z yang memiliki pola pikir dan harapan berbeda terhadap dunia kerja. Akhirnya, penelitian lanjutan juga dapat menggali lebih dalam peran teknologi digital dan kecerdasan buatan dalam proses rekrutmen, serta dampaknya terhadap keadilan, efisiensi, dan penerapan nilai-nilai syariah dalam seleksi tenaga kerja modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Jedaiah, M. and Albdareen, R. (2020). The effect of strategic human resources management (shrm) on organizational excellence. *Problems and Perspectives in Management*, 18(4), 49-58.
[https://doi.org/10.21511/ppm.18\(4\).2020.05](https://doi.org/10.21511/ppm.18(4).2020.05)
- al., S. (2023). The employer's brand utilization for attracting and retaining of healthcare professionals by private hospitals in tehran. *Russian Law Journal*, 11(10s).
<https://doi.org/10.52783/rlj.v11i10s.1755>
- Algaisya, A., Devi, A., & Muhlisin, S. (2022). Strategi bank syariah dalam pembiayaan mikro pada masa pandemi covid-19. *Visa Journal of Vision and Ideas*, 3(1), 80-93.
<https://doi.org/10.47467/visa.v3i1.1118>
- Chabibie, M., Muktar, M., & Madhakomala, R. (2021). Learning organizations employees of the center for data and technology.. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210212.005>
- Chițu, E. (2020). Employer branding - a method of repositioning smes from a competitive perspective. *Anuarul Universitatii Petre Andrei Din Iasi Fascicula Drept Stiinte Economice Stiinte Politice*, 24, 232-238.
<https://doi.org/10.18662/upalaw/43>
- DeVaro, J. (2020). Internal hiring or external recruitment?. *Iza World of Labor*.
<https://doi.org/10.15185/izawol.237.v2>
- Godil, D., Usman, M., & Siddiqui, N. (2021). Do islamic principles moderate the interaction between human resource practices and islamic banking performance in pakistan?. *Journal of Management Sciences*, 8(1), 22-35. <https://doi.org/10.20547/jms.2014.2108102>
- Harahap, S., Harahap, Z., & Batubara, M. (2023). Pengaruh investasi terhadap pertumbuhan tenaga kerja dalam perspektif ekonomi makro syariah. *Syarikat Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2), 507-516.
[https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(2\).14824](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(2).14824)
- Hermanto, I. and Noveri, M. (2024). Rancangan strategi employer branding pt xyz periode 2024 - 2025. *JTMSI*, 3(2), 77-90.
<https://doi.org/10.56071/jtmsi.v3i2.934>
- Hu, X. (2024). A quantitative analysis of recruitment strategies and their impact on employee engagement. *Pacific International Journal*, 7(3), 35-42. <https://doi.org/10.55014/pij.v7i3.614>
- Hussain, T., Channa, K., & Bhutto, M. (2022). Impact of recruitment practices on organizational commitment: mediating role of employer image. *JEAS*, 40(3), 605-621.
<https://doi.org/10.1108/jeas-10-2020-0176>
- Kanchev, N. (2021). The employer branding as a competitive advantage. *Vocational Education*, 24(3), 253-262. <https://doi.org/10.53656/voc22-304rabo>
- Kirya, M. (2020). Promoting anti-corruption, transparency and accountability in the recruitment and promotion of health workers to safeguard health outcomes. *Global Health Action*, 13(sup1), 1701326. <https://doi.org/10.1080/16549716.2019.1701326>
- Kurniawan, H. and Supriyono, S. (2020). Kolaborasi menulis kreatif buku bacaan anak dalam mengembangkan industri kreatif pada komunitas literasi wadas kelir purwokerto. *Magistra Andalusia Jurnal Ilmu Sastra*,

- 2(1). <https://doi.org/10.25077/majis.2.1.24.2020>
- Mukul, K. and Itam, U. (2023). Leveraging social media to build online social capital and employer brand. *NHRD Network Journal*, 16(3), 292-302. <https://doi.org/10.1177/26314541231170445>
- Nurchahyo, S., Sudiyono, S., Rachmawati, M., Widagdo, T., & Ali, A. (2024). Strategi human capital development guna membangun sustainable organization dengan maqasid syariah pada pegawai kementerian agama kabupaten semarang. *JIEMBI*, 2(2), 60-69. <https://doi.org/10.30787/jiembiv2i2.1525>
- Oktiani, N. and Winarno, S. (2020). Peningkatan produktifitas kerja melalui budaya kerja dan motivasi kerja pada pt pelita air service tangerang. *Jurnal Perspektif*, 18(1), 82-90. <https://doi.org/10.31294/jp.v18i1.7551>
- Parmar, A. (2020). Internal recruiting strategy as an instrument for managing knowledge workforce during critical times. *Shanlax International Journal of Management*, 8(1), 35-41. <https://doi.org/10.34293/management.v8i1.3204>
- Pranoto, V., Santoso, N., Setiawan, A., Tjuatja, F., Putra, S., Ningsih, R., ... & Pratiwi, C. (2023). Analisis fitur-fitur dari berbagai aplikasi pencari pekerjaan. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 11(1), 51-60. <https://doi.org/10.31294/jki.v11i1.14409>
- Rahayu, M. and Suranto, S. (2020). Strategi pemasaran digital narapati indah syariah hotel convention bandung. *Lektur*, 2(5). <https://doi.org/10.21831/lektur.v2i5.16384>
- Rahayuningsih, E. (2023). Manajemen risiko pembiayaan kpa trans icon di bank mega syariah dalam perspektif maqashid al syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3812. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10875>
- Riski, W., Maulana, I., & Mujibno, M. (2023). Kompensasi dan tunjangan dalam perspektif manajemen syariah: upaya meningkatkan keadilan. *AB-JOIEC*, 1(2), 68-77. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i2.35>
- Riski, W., Maulana, I., & Mujibno, M. (2023). Kompensasi dan tunjangan dalam perspektif manajemen syariah: upaya meningkatkan keadilan. *AB-JOIEC*, 1(2), 68-77. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i2.35>
- Ryan, R. and Kholis, N. (2024). Konsep hadiah dalam produk perbankan syariah perspektif fatwa dewan syari'ah nasional dan aplikasinya diperbankan syariah. *At-Thullab Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 6(1), 1542- 1555. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol6.iss1.art6>
- Sah, G. (2023). Perception of employees on employer branding of nepalese insurance industry. *Journal of Nepalese Business Studies*, 16(1), 84-98. <https://doi.org/10.3126/jnbs.v16i1.62384>
- Salum, H., Muhammed, R., & Haroonah, N. (2023). Influence of internal and external recruitment strategies on employee retention at the zanzibar ministry of health - unguja. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(2). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i2/16000>
- Sari, D., Sandy, D., Baharuddin, B., Bandhaso, M., & Rasinan, D. (2024). Penilaian efektivitas sistem perekrutan dan seleksi dalam peningkatan kinerja karyawan pada pt. bitumen marasende. *Jemsi (Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi)*, 10(1), 136-142. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1793>
- Shaji, R. and Kachhi, Z. (2024). Employer branding and its significance in today's world., 193-209. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-1938-3.ch011>
- Simmons, R., Ortiz, J., Kisielewski, M., Zaas, A., & Finn, K. (2022). Virtual recruitment: experiences and perspectives of internal medicine program directors. *The American Journal of Medicine*, 135(2), 258-263.e1. <https://doi.org/10.1016/j.amjmed.2021.10.017>
- Sudaryanto, T., Yuliar, A., & Triatmo, A. (2022). Syariah hotel solo: rekrutmen dan seleksi karyawan berbasis manajemen syariah. *Idarotuna*, 3(3), 216. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v3i3.16339>
- Supandi, A. and Basir, M. (2022). Peluang dan tantangan halal hospitality. *Mabsya Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 4(2), 156-171. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v4i2.6975>
- Suyudi, M., Muhlis, M., & Mansur, M. (2020). Pesantren sebagai pusat sertifikasi dan edukasi sdi pariwisata syariah dalam penguatan industri halal di indonesia. *Dinar Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 6(2). <https://doi.org/10.21107/dinar.v6i2.6472>

- Swider, B. and Steed, L. (2021). Applicant initial preferences: the relationship with job choices. *Personnel Psychology*, 75(2), 321-346. <https://doi.org/10.1111/peps.12456>
- Syafaruddin, S. (2024). Recruitment, job placement and employee performance. *AHRMR*, 2(3), 179-190. <https://doi.org/10.60079/ahrmr.v2i3.163>
- Syarifuddin, M., Purnamasari, D., & Safitri, F. (2023). Muslim literacy in choosing a banking system in indonesia between islamic banks or conventional banks (literasi muslim dalam memilih sistem perbankan di indonesia antara bank syariah atau bank konvensional). *Journal of Islamic Economics and Philanthropy*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.21111/jiep.v6i1.9272>
- Syarifuddin, M., Purnamasari, D., & Safitri, F. (2023). Muslim literacy in choosing a banking system in indonesia between islamic banks or conventional banks (literasi muslim dalam memilih sistem perbankan di indonesia antara bank syariah atau bank konvensional). *Journal of Islamic Economics and Philanthropy*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.21111/jiep.v6i1.9272>
- Tanantong, T. and Wongras, P. (2024). A utaut-based framework for analyzing users' intention to adopt artificial intelligence in human resource recruitment: a case study of thailand. *Systems*, 12(1), 28. <https://doi.org/10.3390/systems12010028>
- Widiasanti, I., Tasliah, S., Fathoni, A., Pardosi, Y., Deiharianja, H., Devitasari, K., ... & Adjie, R. (2024). Peran big data dalam mengatasi pengangguran di era digital: analisis dan solusi berbasis data. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 29(3), 379-390. <https://doi.org/10.35760/eb.2024.v29i3.10946>
- Zaky, M. (2020). Strategi pengelolaan talenta untuk meningkatkan daya saing organisasi di era industri 4.0. *Komitmen Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(1), 82-90. <https://doi.org/10.15575/jim.v1i1.25247>