

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PUBLISITAS YANG BERPENGARUH TERHADAP KEGIATAN REKRUTMEN KARYAWAN PT. ADIDAYA TANGGUH CABANG LUWUK

Oleh

Haminun Matorang

Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik

Abstrak

Penelitian ini di laksanakan pada Perusahaan PT. Adidaya Tangguh Cabang Luwuk, Bertujuan Untuk mengetahui Bagaimana Analisis Faktor-Faktor Publisitas yang berpengaruh terhadap kegiatan rekrutmen karyawan PT. Adidaya Tangguh Cabang Luwuk dalam menjalankan tugas-tugas perusahaan. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan analisis kuantitatif untuk mengumpulkan data di lakukan melalui Penelitian Observasi, serta mengedarkan daftar pertanyaan (Kusioner) dan melalui penelitian pustaka. dengan tehnik pendekatan yang di gunakan adalah tehnik deskriptif yaitu menggambarkan, menguraikan permasalahan yang ada di lokasi penelitian guna untuk menjelaskan terhadap kesempurnaan penelitian. Adapun hasil penelitian ini menunjukan bahwa ada pengaruh yang sangat signifikan untuk media massa yakni dengan nilai 2,74 %, artikel dengan nilai 2,67 %, brosur dengan nilai 2,74 %, informasi dengan presentase 2,64 %. Kesimpulan, faktor publisitas yang sangat berpengaruh terhadap kegiatan rekrutmen karyawan perusahaan PT. Adidaya Tangguh Cabang Luwuk, adalah brosur dengan nilai presentase 2,74 %, dibandingkan dengan publikasi yang di lakukan oleh perusahaan lewat media massa, artikel dan informasi.

Kata Kunci : Analisis, Pengaruh, Publisitas, Kegiatan Rekrutmen Karyawan

Abstract

This research was carried out at PT. Adidaya Tangguh Luwuk Branch, Aims To Know How to Analyze Publicity Factors that Affect the Employee Recruitment Activities of PT. Tangguh Adidaya Luwuk Branch in carrying out company tasks. This research is descriptive in nature by using quantitative analysis to collect data through observational research, as well as distributing a list of questions (questionnaire) and through literature research. with the approach technique used is a descriptive technique that is describing, describing the problems that exist in the research location in order to explain the perfection of the research. The results of this study

indicate that there is a very significant influence on the mass media with a value of 2.74%, articles with a value of 2.67%, brochures with a value of 2.74%, information with a percentage of 2.64%. In conclusion, the publicity factor that greatly influences the employee recruitment activities of PT. Adidaya Tangguh Luwuk Branch, is a brochure with a percentage value of 2.74%, compared to publications made by companies through mass media, articles and information..

Keywords : Analytics, Influence, Publicity, Employee Recruitment Activities

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan untuk mendapatkan pekerjaan semakin ketat, di mana lapangan kerja yang tersedia semakin sedikit dan proses perekrutan dan seleksi karyawan yang di lakukan oleh perusahaan semakin ketat sehingga kesempatan orang untuk memperoleh pekerjaan semakin sulit. Kemudian dapat di katakan lebih lanjut bahwa tujuan utama dari proses rekrutmen dan seleksi karyawan adalah untuk mendapatkan orang yang lebih tepat bagi suatu jabatan tertentu, sehingga orang tersebut mampu bekerja secara optimal dan dapat bertahan di perusahaan dalam jangka waktu yang lama. Meskipun tujuannya terdengar sangat sederhana, proses rekrutmen tersebut sangat kompleks, memakan waktu yang lama, biaya yang tidak sedikit dan sangat terbuka peluang untuk melakukan kesalahan dalam menentukan orang yang tepat.

Salah satu kegiatan yang paling penting dalam manajemen sumber daya manusia ialah kegiatan untuk mendapatkan orang-orang yang tepat bagi perusahaan (*recruitment*). Baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil sangat memperhatikan proses rekrutmen karyawan, karena karyawan merupakan salah satu modal penting (*human capital*) bagi perusahaan.

Setiap perusahaan perlu memperhatikan dengan serius proses rekrutmen karyawan yang dilakukan, karena proses ini menyangkut beberapa hal yang cukup pelik, antara lain berkenaan dengan proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi, dan induksi yang didasarkan kepada analisis pekerjaan (*job analysis*), uraian pekerjaan (*job*

description), spesifikasi pekerjaan (*job specification*), persyaratan pekerjaan (*job enlargement*), penyederhanaan pekerjaan (*worksimplification*) dan berbagai kegiatan lainnya yang saling berhubungan dan terkait satu sama lainnya sebagai suatu proses.

Permasalahan mendasar yang dihadapi oleh banyak perusahaan adalah bagaimana menarik para pelamar atau peminat pekerjaan agar dapat bekerja secara optimal dalam perusahaan, bahkan lebih dari itu para pekerja nantinya dapat menopang keberlangsungan perusahaan tempat dimana mereka bekerja. Bahkan setelah mereka bekerja mampu memberikan kontribusi kinerja maksimalnya bagi perusahaan. Hal ini pasti berdampak kepada masalah *cost* dan *efficiency*.

Dalam perekrutan karyawan perusahaan PT. Adidaya Tangguh Cabang Luwuk belum sepenuhnya berdasarkan atas analisis jabatan yang telah ditetapkan. Hal ini terbukti dengan masih adanya karyawan yang memiliki latar belakang pendidikan yang tidak sesuai dengan latar belakang pendidikan yang dibutuhkan perusahaan, khususnya pada bagian administrasi dan Logistik.

Perusahaan dalam melakukan perekrutan calon karyawan hanya melihat jika perusahaan membutuhkan karyawan di bagian tertentu, sehingga perusahaan tidak melihat pada latar belakang pendidikannya. Perusahaan beranggapan bahwa perekrutan karyawan tidak sesuai dengan latar belakang yang dibutuhkan tidak akan mempengaruhi pekerjaan karyawan selanjutnya serta latar belakang pendidikan yang terdapat dalam spesifikasi jabatan bukan merupakan persyaratan mutlak yang harus dimiliki karyawan.

“Berdasarkan latar belakang di atas maka perlu kiranya di kemukakan pokok permasalahan yang ada, yaitu apa faktor-faktor yang mempengaruhi publisitas kegiatan perusahaan PT. Adidaya Tangguh cabang Luwuk.”

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada Perusahaan PT. Adidaya Tangguh Cabang Luwuk, Jl. Teuku Umar No.74 Kota Luwuk. Dengan pertimbangan bahwa data dan informasi yang dibutuhkan mudah diperoleh serta sangat relevan dengan pokok permasalahan yang menjadi objek penelitian. Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini selama kurang lebih enam bulan, yakni April hingga Agustus 2013.”

2.2 Metode Pengumpulan Data

- a. “Observasi. Yaitu peneliti melakukan pengamatan langsung pada kantor PT. Adidaya Tangguh cabang Luwuk.
- b. Kuisisioner. Yaitu mengumpulkan data secara langsung di lingkungan PT Adidaya Tangguh cabang Luwuk.
- c. Studi pustaka yaitu dengan memperoleh data-data dari buku dan media elektronik

2.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang akan digunakan oleh penelitian ini, terbagi dalam dua macam:

- a. Data Primer. Dalam penelitian ini data primer yang diperoleh langsung dari pimpinan PT. Adidaya Tangguh Cabang Luwuk.
- b. Data Sekunder. Dalam penelitian ini data sekunder yang diperoleh berupa sejarah perusahaan, struktur organisasi atau perusahaan.

2.4 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah 265 calon karyawan perusahaan yang mendaftar di perusahaan PT. Adidaya Tangguh Cabang Luwuk. Dengan jumlah sampel keseluruhan adalah 39 orang (15%).

3. PEMBAHASAN

Setelah penulis melakukan penelitian selama kurang lebih 6 bulan di kantor PT Adidaya Tangguh Cabang Luwuk, baik melalui daftar angket (kuisisioner), wawancara dan pengamat langsung di lapangan maka dapat

dideskripsikan dalam dua hal penting, yaitu analisis faktor-faktor yang mempengaruhi dan publisitas kegiatan usaha perusahaan PT. Adidaya Tangguh Cabang Luwuk.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh publisitas sangat signifikan dengan memiliki tingkat pengaruh sebesar 2,85 %, sedangkan responden yang memilih media massa dengan tingkat pengaruh sangat signifikan yaitu sebesar 2,74 %, sedangkan responden yang memilih artikel dengan tingkat pengaruh kurang lebih 2,67 %, sedangkan responden yang memilih brosur dengan tingkat pengaruh kurang lebih 2,74 %, sedangkan responden yang memilih informasi dengan tingkat pengaruh kurang lebih 2,64 %.

Koefisien determinasi media massa di dapat sebesar 52,4 % bernilai positif dan signifikan artinya setiap satu media massa pada PT. Adidaya tangguh cabang luwuk maka akan terjadi kenaikan publisitas hal ini terjadi karena penambahan karyawan pada perusahaan dapat meningkat sumber informasi yang jelas pada calon karyawan yang akan memasuki lamaran kerja di perusahaan PT. Adidaya tangguh.

Koefisien determinasi brosur di dapat sebesar 58,5 % bernilai positif dan signifikan artinya setiap satu brosur pada PT. Adidaya tangguh cabang luwuk maka akan terjadi kenaikan publisitas hal ini terjadi karena penambahan brosur pada perusahaan dapat meningkat sumber informasi yang jelas pada calon karyawan yang akan memasuki lamaran kerja di perusahaan PT. Adidaya tangguh.

Koefisien determinasi artikel di dapat sebesar 52,2 % bernilai positif dan signifikan artinya setiap satu artikel pada PT. Adidaya tangguh cabang luwuk maka akan terjadi kenaikan publisitas hal ini terjadi karena penambahan artikel pada perusahaan dapat meningkat sumber informasi yang jelas pada calon karyawan yang akan memasuki lamaran kerja di perusahaan PT. Adidaya tangguh.

Koefisien determinasi informasi di dapat sebesar 63,1 % bernilai positif dan signifikan artinya setiap satu brosur pada PT. Adidaya tangguh

cabang maka akan terjadi kenaikan publisitas hal ini terjadi karena penambahan informasi pada perusahaan dapat meningkat sumber informasi yang jelas pada calon karyawan yang akan memasuki lamaran kerja di perusahaan PT. Adidaya tangguh.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan adalah Faktor-faktor yang berpengaruh adalah publisitas sangat signifikan dengan kegiatan rekrutmen karyawan yang memiliki tingkat pengaruh sebesar 2,85 %, sedangkan media massa sangat berpengaruh signifikan untuk mempublikasikan kegiatan-kegiatan rekrutmen karyawan yaitu sebesar 2,74 %, sedangkan artikel sangat berpengaruh untuk mempublikasikan kegiatan-kegiatan rekrutmen karyawan di perusahaan PT. Adidaya tangguh kurang lebih 2,67 %, sedangkan brosur sangat berpengaruh terhadap kegiatan rekrutmen karyawan yang di publikasikan kurang lebih 2,74 %, sedangkan informasi berpengaruh dalam mempublikasikan kegiatan-kegiatan rekrutmen karyawan perusahaan PT. Adidaya tangguh kurang lebih 2,64 %.

5. SARAN

1. “Bagi pimpinan perusahaan pimpinan PT. Adidaya tangguh harus aktif dalam mempublikasikan kegiatan-kegiatan perusahaan di media-media baik itu melalui media massa, artikel brosur, dalam memperluas informasi yang berkaitan langsung dengan kepentingan sosial.
2. Bagi intansi dalam hal ini perusahaan PT. Adidaya Tangguh Cabang Luwuk perlu memfasilitasi sarana dan prasarana kebutuhan masyarakat luas pada umumnya masyarakat taliabu pada khususnya dalam rangka meningkatkan hubungan sosial.
3. Bagi peneliti agar perusahaan PT. Adidaya Tangguh Cabang Luwuk mampu bekerja sama dengan media-media baik lokal maupun nasional demi merealisasikan tujuan organisasi dalam mempermudah

penyebaran informasi yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan demi terwujudnya pelayanan terhadap masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmed Riahi Balkaoui, 2000, *Teori Akuntansi, Edisi Pertama*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

DJ.Subroto,daruwhyuni.2008 ilmu ekonomi Jakarta:PT bumi aksara buku pengantar bisnis perusahaan, Jakarta Gramedia pustaka

David F. Rahmacitti 1990 ;5, *Human Relations Teori Dan Praktek* Jakarta.

Fandy Tjiptono, 2004. *Pemasaran Jasa, Bayu Media*, Malang.

F. Rachmadi 1992 : 38, *Public Relation Dalam Managemen,Bandung*.

George C.S. Wang and Chaman L. Jain, *Regression Analysis: Modelling and Forecasting* (New York: Graceway Publishing Company, 2003)

Henry Simamora *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk bisnis yang kompetitif*. 1997 Hal:214)

Ina Primiana, 2009, *Menggerakkan Sektor Riil UKM & Industri*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Kotler Phillip, A.B Susanto, 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Salemba Empat, Jakarta.

Lamb, Hair, Me Daniel, 2001. *Pemasaran*, PT Salemba Empat Patria, Jakarta.

Moh. Djufrie R. Diko, dkk, 2011; *Pedoman Penulis Proposal, Hasil, Penelitian Dan Skripsi*, Edisi Revisi : FISIP Unismuh Luwuk

Marius P. Angipora, 1999. *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Malthis 2006 : 227, *Manejemen Sumber Daya Manusia*. Semarang.

Newsom, Truk, Kruckeberg, 2004 ; 215, *Public Relations* bandung.

Pandangan Judith Rich Dan lesly, 1992 : 257 *Menulis Dan Jurnalis*, yogyakarta

Sofyan Assauri, 1999. *Manajemen Pemasaran*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Singarimbun, 1995. *Metodologi Penelitian Survey*, LP3ES, Jakarta.

Sugiono, *Metode Penulisan Administrasi*. 2005. hal 113 Bandung,

S. Schuler dan Susan E. Jackson, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. 1997 Yogyakarta. Hal: 228)

Yuli 2005: 47, *Human Resources Management* Bandung.

Zulkarnain, 2006, *Kewirausahaan Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Dan Penduduk Miskin*, Penerbit Adi Cipta Karya Nusa, Yogyakarta.