

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Prosedur

Menurut Mulyadi (2013), yang dimaksud Prosedur adalah urutan kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang. Sedangkan Menurut Ardiyose (2013), menyatakan bahwa Prosedur adalah suatu bagian sistem yang merupakan rangkaian tindakan yang menyangkut beberapa orang dalam satu atau beberapa bagian yang ditetapkan untuk menjamin agar suatu kegiatan usaha atau transaksi dapat terjadi berulang kali dan dilaksanakan secara beragam”

Dari beberapa pengertian diatas mengenai Prosedur, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan Prosedur adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan berulang –ulang untuk menjamin agar kegiatan dalam perusahaan tersebut tetap berjalan dengan baik.

2.1.1 Karakteristik Prosedur

Berikut ini adalah beberapa karakteristik dari prosedur, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Prosedur menunjang tercapainya suatu organisasi.
2. Prosedur mampu menciptakan adanya pengawasan yang baik dan menggunakan biaya yang seminimal mungkin.
3. Prosedur menunjukkan urutan-urutan yang logis dan sederhana.
4. Prosedur menunjukkan adanya penetapan keputusan dan tanggung jawab.
5. Menunjukkan tidak adanya keterlambatan atau hambatan.
6. Adanya suatu pedoman kerja yang harus diikuti oleh anggota-anggota organisasi.
7. Mencegah terjadinya penyimpangan.

8. Membantu efisiensi, efektivitas dan produktivitas kerja dari suatu unit organisasi.

2.1.2 Manfaat prosedur

Suatu prosedur dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Lebih memudahkan dalam menentukan langkah-langkah kegiatan dimasa yang akan datang.
2. Mengubah pekerjaan berulang-ulang menjadi rutin dan terbatas, sehingga menyederhanakan pelaksanaan dan untuk selanjutnya mengerjakan yang seperlunya saja.
3. Adanya suatu petunjuk atau program kerja yang jelas dan harus dipatuhi oleh seluruh pelaksana.
4. Membantu dalam usaha meningkatkan produktivitas kerja yang efektif dan efisien.
5. Mencegah terjadinya penyimpangan dan memudahkan dalam pengawasan, bila terjadi penyimpangan akan dapat segera diadakan perbaikan-perbaikan sepanjang dalam tugas dan fungsinya masing-masing.

2.2 Pengertian Rekrutmen

Menurut Kaswan (2012), rekrutmen merupakan bentuk kompetisi bisnis dan pada saat ini bisnis amat kompetitif. Sebagaimana korporasi berkompetisi mengembangkan atau menghasilkan dan memasarkan produk atau jasa mereka juga bersaing untuk mengidentifikasi, menarik dan memperkerjakan orang yang *qualified*. Rekrutmen merupakan bisnis yang besar. Rekrutmen membangun persediaan tenaga kerja baru yang potensial yang dapat digunakan organisasi pada saat di butuhkan.

2.2.1 Tujuan Rekrutmen

Menurut Sulistiyani dan Rosidah (2015), aktivitas penarikan atau *recruitment* tenaga kerja perlu menetapkan tujuan-tujuannya yang meliputi

Penarikan tenaga kerja sebagai alat keadilan sosial Penarikan ini lebih berpihak pada kepentingan publik secara umum, bukan berkiblat pada kepentingan spesifik yang harus dicapai oleh organisasi. Penarikan tenaga kerja dilakukan dengan memberikan pertimbangan proporsional kepada pihak yang perlu dilindungi, yang sangat mungkin berposisi sebagai pihak yang dirugikan akibat penarikan tenaga kerja, apabila dibiarkan.

Tujuan dari Rekrutmen adalah serangkaian kegiatan yang dimulai ketika sebuah perusahaan atau organisasi memerlukan tenaga kerja dan membuka lowongan dan akhirnya mendapatkan calon karyawan yang diinginkan sesuai dengan jabatan atau lowongan yang ada. Dengan demikian, tujuan rekrutmen adalah menerima pelamar sebanyakbanyaknya sesuai dengan kualifikasi kebutuhan perusahaan dari berbagai sumber, sehingga memungkinkan akan terjaring calon karyawan dengan kualitas tertinggi dari yang terbaik.

2.2.2 Prinsip-prinsip Rekrutmen

Adapun prinsip-prinsip rekrutmen adalah :

1. Mutu karyawan yang akan direkrut harus sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan untuk mendapatkan mutu sesuai. Untuk itu sebelumnya perlu dibuat:
 - a. Analisis Pekerjaan,
 - b. Deskripsi Pekerjaan, dan
 - c. Spesifikasi Pekerjaan.
2. Jumlah karyawan yang diperlukan harus sesuai dengan job yang tersedia. Untuk mendapatkan hal tersebut perlu dilakukan :
 - a. Peramalan kebutuhan tenaga kerja, dan
 - b. Analisis terhadap kebutuhan tenaga kerja (*work force analysis*)
3. Biaya yang diperlukan diminimalkan.
4. Perencanaan dan keputusan-keputusan strategis tentang perekrutan.
5. *Fleksibility*
6. Pertimbangan-pertimbangan hukum.

2.2.3 Metode Rekrutmen

1. Secara umum, metode rekrutmen meliputi metode terbuka dan metode tertutup. Metode Terbuka Organisasi mengumumkan jabatan yang kosong pada papan pengumuman, pengumuman lisan, atau media lain sehingga memberikan kesempatan pada semua pegawai untuk mengajukan lamaran secara formal. Dengan cara ini akan mendapatkan beberapa keuntungan yaitu memberikan kesempatan yang sama bagi semua pegawai yang memenuhi syarat untuk menjadi calon. Tapi kelemahannya mungkin memakan waktu yang lebih lama.
2. Metode tertutup Pegawai tidak mengetahui jabatan yang kosong dengan jelas, sehingga pegawai yang memiliki persyaratan tidak memiliki kesempatan untuk melamar secara formal. Kelemahan dari sistem ini yaitu munculnya aspek-aspek nepotisme, kelebihanya yaitu lebih cepat.

2.2.4 Sumber-sumber Calon Kerja

Secara umum, sumber-sumber calon kerja meliputi merekrut dari dalam perusahaan, merekrut dari luar perusahaan dan metode-metode rekrutmen lain

1. Merekrut Dari Dalam Perusahaan

Banyak perusahaan menerangkan kebijakan untuk merekrut atau mempromosikan tenaga kerja yang berasal dari dalam organisasi sendiri (promotion-from-within), kecuali dalam keadaan-keadaan yang luar biasa sekali. Kebijakan ini membawa tiga keuntungan utama, yaitu:

- a. Tidak terlalu mahal dibanding dengan merekrut dari luar organisasi.
- b. Suatu kebijakan promosi dari dalam dapat memelihara loyalitas dan mendorong usaha yang lebih besar antara para anggota organisasi.

- c. Orang-orang yang direkrut dari dalam nyata-nyata sudah terbiasa dengan suasana organisasi sendiri sehingga dapat berkarya lebih efektif,

Kelemahan utama dari kebijakan ini adalah :

- a. Terjadi pembatasan terhadap bakat-bakat yang sebenarnya tersedia bagi organisasi.
- b. Mengurangi peluang masuknya pemikiran-pemikiran baru dalam organisasi.
- c. Dapat meningkatkan perasaan puas diri karena para karyawan beranggapan bahwa peluang promosi telah terjamin oleh senioritas mereka

2. Merekrut Dari Luar Perusahaan.

Bagi kebanyakan perusahaan besar, akademi-akademi dan perguruan-perguruan tinggi merupakan sumber utama bakat-bakat baru di bidang manajerial dan keahlian. Kelemahan dari perekrutan melalui kampus adalah biayanya cenderung tinggi.

3. Metode-metode Rekrutmen Lain

- a. Melalui iklan surat kabar

Cara ini adalah yang paling umum akan tetapi biayanya dapat tinggi sekali. Oleh karena itu, dicari cara-cara perekrutan yang lain.

- b. Publikasi intern perusahaan

Pengiklanan intern perusahaan merupakan sumber yang baik untuk memperoleh pelamar-pelamar. Hal ini juga bermanfaat dalam mencegah kesalahpahaman yang mungkin timbul dari pihak karyawan mengenai rencana-rencana ketenagakerjaan perusahaan. Para karyawan yang ada sekarang akan merasa diperlakukan secara adil dalam memperoleh kesempatan

- c. Teman dan anggota keluarga karyawan perusahaan sendiri

Pengiklanan intern dapat membantu dalam usaha ini. Beberapa perusahaan bahkan memberikan sebagai imbalan kepada mereka yang berhasil mengintroduksi

orang yang ternyata tepat untuk diterima sebagai karyawan baru. Apabila perusahaan membina hubungan yang baik dengan masyarakat lingkungannya, para calon pelamar mungkin mendengar tersedianya lowongan kerja melalui dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Mungkin pada kesempatan-kesempatan minum di warung dan sebagainya. Dengan alasan ini pula, perusahaan harus menjaga agar wawancara-wawancara dengan para pelamar, baik yang akhirnya diterima maupun ditolak, akan memperoleh kesan yang positif mengenai perusahaan. Mereka itu selanjutnya akan meneruskannya kepada setiap orang yang dijumpainya

d. Sumber-sumber masa lalu

Untuk ini setiap lamaran yang tidak terpilih pada waktu yang lewat ditelaah kembali. Dapat juga mempertimbangkan kemungkinan menerima kembali karyawan-karyawan yang sudah berhenti.

e. Agen-agen tenaga kerja

Agen-agen tenaga kerja (*employment agencies*) banyak terdapat di mana-mana dan memberikan jasa pelayanan yang cukup baik.

f. Kunjungan-kunjungan kampanye

Tim-tim khusus dikirim ke sekolah-sekolah setempat untuk mengutarakan peluang pekerjaan yang tersedia bagi orang-orang muda. Mungkin juga bermanfaat untuk mengunjungi daerahdaerah lain untuk memperoleh calon-calon yang khusus diperlukan oleh perusahaan. Perusahaan-perusahaan besar biasanya memprogramkan kunjungan setiap tahun ke perguruan tinggi atau akademi-akademi untuk menarik perhatian calon-calon lulusan. Beberapa pihak berpendapat bahwa menarik karyawan yang bekerja pada perusahaan lain merupakan perbuatan tidak etis. Tetapi di dalam praktek hal tersebut semakin meningkat. Cara yang biasa dilakukan adalah dengan menawarkan kondisi kerja dan tingkat gaji yang lebih menarik.

g. Cara perekrutan yang tidak konvensional

Apabila perusahaan menginginkan orang-orang yang khusus dapatlah dipertimbangkan untuk menghubungi kelompok tersebut, misalnya melalui siaran radio lokal, bioskop-bioskop setempat, stiker pada bus-bus umum, atau lembar-lembar cetak di kompleks pemukiman baru. Dari beberapa definisi di atas, dapat

disimpulkan bahwa kinerja merupakan hasil kerja yang dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi atau perusahaan secara kualitas dan kuantitas pada periode tertentu yang merefleksikan seberapa baik seseorang atau kelompok tersebut memenuhi persyaratan sebuah pekerjaan dalam usaha pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan.

2.2.5 Alasan Mengadakannya Rekrutmen

Ada beberapa alasan yang mendorong suatu organisasi melakukan rekrutmen pegawai:

1. Berdirinya organisasi baru
2. Adanya perluasan kegiatan organisasi
3. Terciptanya pegawai-pegawai dan kegiatan-kegiatan baru
4. Adanya pegawai yang pindah ke organisasi lainnya
5. Adanya pegawai yang berhenti, baik dengan hormat maupun tidak dengan hormat sebagai tindakan punitif
6. Adanya pegawai yang berhenti karena memasuki usia pensiun
7. Adanya pegawai yang meninggal dunia

2.2.6 Iklan Rekrutmen

Iklan yang efektif bisa membantu menarik kandidat yang tepat dalam melamar posisi yang di tawarkan. Iklan bisa internal maupun eksternal. Sebelum mencari ke luar dari organisasi, akan lebih ekonomis dan meningkatkan moril dengan mengetahui apakah ada seseorang yang sudah menjadi karyawan perusahaan yang bisa melakukan pekerjaan tersebut. Memasang iklan yang didesain untuk menarik pelamar sebanyak mungkin, dan menggunakan metode seleksi untuk mengidentifikasi kandidat terbaik. Kemampuan dan keahlian Langkah-langkah penting dalam iklan rekrutmen adalah:

1. Tentukan batas waktu/ tingkat urgensi proses rekrutmen dan tentukan anggaran yang tersedia untuk iklan.
2. Pertimbangkan berbagai sumber rekrutmen eksternal/internal dengan seksama. Eksternal meliputi agen-agen tenaga kerja, badan-badan

profesional, menarik dari perusahaan lain, iklan surat kabar/ radio/ televisi, bursa kerja, lembaga-lembaga pendidikan, dan kontak pribadi. Internal meliputi papan pengumuman, terbitan berkala, majalah perusahaan, dan amplop gaji karyawan.

3. Iklan tersebut harus meliputi nama pekerjaan, garis besar pekerjaan, deskripsi umum tentang kandidat ideal, gaji (dengan jumlah yang sudah pasti atau bisa dinegosiasikan), grade (apabila iklan tersebut internal), kondisi kerja, kepada siapa pelamar harus melapor, dan bagaimana merespon iklan tersebut.
4. Faktor-faktor yang meningkatkan pekerjaan, seperti: prestasi perusahaan, pekerjaan tersebut menarik, menawarkan kenaikan pangkat, kebijakan pendidikan dan pelatihan perusahaan, tunjangan dan berbagai fasilitas lainnya, liburan, fasilitas olahraga dan sosial, serta kesempatan melakukan perjalanan.
5. Pastikan salinan iklan tersebut legal (menghindari diskriminasi seksual dan diskriminasi dalam bentuk lainnya.)