

Model Rekrutmen Modern: Perbandingan *E-Recruitment* dan Rekrutmen Konvensional serta Implementasinya pada Amity Barbershop

Elis Yunisa Yusup*, Siti Maspupah, Arfiani Yulianti Fiyul

Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Pascasarjana, Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emba.v6i1.4147>

*Correspondence: Elis Yunisa Yusup

Email: yusupyunisa@gmail.com

Received: 28-04-2026

Accepted: 19-05-2026

Published: 03-06-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstrak: Penelitian ini membahas model rekrutmen modern dengan fokus pada perbandingan *E-Recruitment* dan rekrutmen konvensional. Perkembangan teknologi digital telah mengubah strategi perusahaan dalam memperoleh sumber daya manusia yang berkualitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi kasus pada Amity Barbershop di Kota Tangerang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-Recruitment* memberikan efisiensi waktu, jangkauan kandidat yang lebih luas, serta kemudahan pengelolaan data pelamar. Namun, rekrutmen konvensional masih relevan terutama dalam menilai karakter dan komunikasi kandidat secara langsung. Oleh karena itu, pendekatan hybrid menjadi strategi paling efektif bagi usaha jasa seperti Amity Barbershop. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kombinasi media sosial, referensi internal, dan wawancara tatap muka mampu meningkatkan kualitas rekrutmen dan menekan turnover karyawan.

Kata Kunci: *E-Recruitment*, Rekrutmen Konvensional, SDM, Rekrutmen Modern, Amity Barbershop.

Abstract: This study discusses modern recruitment models by focusing on the comparison between *E-Recruitment* and conventional recruitment. The development of digital technology has transformed company strategies in acquiring qualified human resources. This research employed a descriptive qualitative approach using a case study at Amity Barbershop in Tangerang City. The results show that *E-Recruitment* provides time efficiency, wider candidate reach, and easier applicant data management. However, conventional recruitment remains relevant, particularly in assessing candidates' character and communication skills directly. Therefore, a hybrid approach becomes the most effective strategy for service businesses such as Amity Barbershop. This study also reveals that the combination of social media, internal referrals, and face-to-face interviews can improve recruitment quality and reduce employee turnover.

Keywords: *E-Recruitment*, Conventional Recruitment, Human Resources, Modern Recruitment, Amity Barbershop.

Pendahuluan

Sumber daya manusia (SDM) merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan. Kualitas SDM yang dimiliki perusahaan akan memengaruhi produktivitas, pelayanan, serta kemampuan organisasi dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin berkembang. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki strategi rekrutmen yang efektif agar mampu memperoleh tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan organisasi.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam proses rekrutmen tenaga kerja. Proses rekrutmen yang sebelumnya dilakukan secara konvensional

melalui media cetak, penyebaran brosur, maupun wawancara langsung kini mulai beralih ke sistem digital atau *E-Recruitment*. Menurut [Andi Prasetyo dan Fajar Ramadhan \(2021\)](#), penggunaan *E-Recruitment* mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses perekrutan karena perusahaan dapat menjangkau kandidat lebih luas dengan waktu yang lebih cepat.

Selain itu, perkembangan rekrutmen modern juga didukung oleh penggunaan media sosial, sistem *Applicant Tracking System* (ATS), hingga teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam proses seleksi kandidat. Hal ini menunjukkan bahwa proses rekrutmen tidak lagi hanya bersifat administratif, tetapi telah berkembang menjadi strategi organisasi dalam memperoleh talenta terbaik. Menurut [Rina Wibowo \(2020\)](#), digitalisasi dalam manajemen sumber daya manusia memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam pengelolaan data kandidat serta meningkatkan kualitas pengambilan keputusan rekrutmen.

Meskipun demikian, rekrutmen konvensional masih memiliki peran penting terutama pada usaha jasa yang membutuhkan interaksi langsung dengan pelanggan. Penilaian terhadap komunikasi, etika, dan karakter kandidat sering kali lebih efektif dilakukan melalui wawancara tatap muka. Oleh sebab itu, banyak perusahaan mulai menerapkan pendekatan hybrid, yaitu menggabungkan *E-Recruitment* dengan rekrutmen konvensional agar proses perekrutan menjadi lebih optimal.

Salah satu usaha jasa yang menerapkan pendekatan tersebut adalah Amity Barbershop. Sebagai usaha di bidang grooming pria, Amity Barbershop membutuhkan tenaga kerja yang tidak hanya memiliki keterampilan teknis dalam barbering, tetapi juga kemampuan komunikasi dan pelayanan pelanggan yang baik. Dalam praktiknya, proses rekrutmen dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp untuk menjangkau kandidat, kemudian dilanjutkan dengan wawancara dan uji keterampilan secara langsung.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan antara rekrutmen konvensional dan *E-Recruitment* serta implementasi model rekrutmen modern pada Amity Barbershop. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai efektivitas strategi rekrutmen modern dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia pada usaha jasa.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi literatur dan studi kasus. Data diperoleh dari jurnal nasional Indonesia yang membahas *E-Recruitment*, rekrutmen konvensional, dan manajemen sumber daya manusia. Analisis dilakukan dengan membandingkan karakteristik kedua metode rekrutmen serta implementasinya pada usaha jasa barbershop.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *deskriptif kualitatif* yang dipadukan dengan studi literatur dan studi kasus. Metode ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai karakteristik, efektivitas, serta relevansi model rekrutmen modern dan konvensional dalam konteks usaha jasa, khususnya barbershop.

Data penelitian diperoleh melalui penelusuran sistematis terhadap artikel jurnal nasional Indonesia, buku ilmiah, dan laporan penelitian yang membahas *E-Recruitment*, rekrutmen konvensional, serta manajemen sumber daya manusia. Kriteria pemilihan literatur mencakup relevansi tema, tahun publikasi lima tahun terakhir, serta kredibilitas sumber. Selain itu, penelitian juga menggunakan data pendukung dari studi kasus yang dilakukan melalui observasi dan pemeriksaan dokumen pada unit usaha barbershop yang menjadi objek kajian.

Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yakni: (1) reduksi data, yaitu proses pemilihan dan penyederhanaan informasi berdasarkan relevansi; (2) kategorisasi tematik, dengan mengelompokkan data ke dalam tema-tema utama seperti efektivitas *E-Recruitment*, peran metode konvensional, dan tantangan rekrutmen modern; serta (3) analisis komparatif, yaitu membandingkan temuan literatur dengan kondisi empiris pada studi kasus untuk memperoleh gambaran kesesuaian dan perbedaan antara teori dan praktik.

Hasil akhir dari proses analisis tersebut kemudian digunakan sebagai dasar dalam merumuskan kesimpulan dan rekomendasi terkait optimalisasi penerapan model rekrutmen modern pada usaha jasa.

Hasil dan Pembahasan

Rekrutmen merupakan proses organisasi dalam mencari, menarik, dan memperoleh calon tenaga kerja yang memiliki kompetensi sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Menurut [Gary Dessler \(2020\)](#), rekrutmen menjadi bagian penting dalam manajemen sumber daya manusia karena berfungsi membangun sumber kandidat (*applicant pool*) yang berkualitas untuk mendukung produktivitas organisasi.

Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui metode studi kepustakaan (*library research*) dengan mengumpulkan dan menelaah berbagai sumber ilmiah, seperti jurnal nasional dan internasional, buku teks, prosiding, dan laporan penelitian terkait rekrutmen modern, *E-Recruitment*, serta metode rekrutmen konvensional. Analisis dilakukan secara tematik dengan mengelompokkan data berdasarkan isu-isu utama yang muncul dalam literatur, yaitu efektivitas *E-Recruitment*, relevansi metode konvensional, dan tantangan implementasi rekrutmen digital di berbagai sektor organisasi.

Proses analisis literatur dilakukan melalui beberapa tahapan: (1) identifikasi isu melalui penelusuran kata kunci, (2) pemilahan literatur relevan, (3) ekstraksi data berupa temuan inti, (4) klasifikasi data ke dalam tema, dan (5) penyusunan kesimpulan sementara untuk dibandingkan dengan temuan empiris di lapangan. Hasil dari proses tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar literatur kontemporer sepakat bahwa digitalisasi telah mengubah orientasi dan proses rekrutmen perusahaan, tetapi metode konvensional tetap memiliki ruang penting dalam tahap seleksi tertentu.

Tabel 1. Ringkasan Temuan Studi Literatur

No	Peneliti & Tahun	Judul & Sumber	Temuan Utama	Relevansi dengan Studi
----	------------------	----------------	--------------	------------------------

1	Priyono et al. (2020)	Digital Transformation in HR (Scopus)	Digitalisasi mengubah proses rekrutmen menjadi lebih cepat, terukur, dan data-driven.	Menguatkan konsep <i>E-Recruitment</i> pada tahap awal seleksi.
2	Gilitwala & Chavda (2021)	<i>E-Recruitment Effectiveness Study</i> (Scopus)	<i>E-Recruitment</i> menurunkan biaya dan meningkatkan jumlah pelamar yang tersaring.	Menjelaskan efisiensi biaya bagi usaha skala kecil seperti barbershop.
3	Stone et al. (2023)	Hybrid Recruitment Models (Scopus)	Model hybrid meningkatkan employee–organization fit dibanding metode tunggal.	Menjadi dasar konsep model kombinasi di Amity Barbershop.
4	Nugroho (2022)	Preferensi Pelamar Gen-Z terhadap <i>E-Recruitment</i> (SINTA 2)	Gen-Z lebih responsif terhadap lowongan online & media sosial.	Relevan karena barbershop banyak merekrut talenta muda.
5	Ardhana & Putri (2020)	Recruitment in Service-Based SMEs (SINTA 2)	UMKM jasa tetap membutuhkan tatap muka untuk menilai skill praktik & attitude.	Mendukung penggunaan rekrutmen konvensional pada tahap akhir.
6	Kumar & Rani (2022)	SocialMedia in Recruitment (Scopus)	Instagram & Facebook efektif menarik kandidat industri kreatif.	Strategis untuk branding lowongan Amity Barbershop.

Temuan literatur menunjukkan konsistensi bahwa *E-Recruitment* berperan besar dalam percepatan proses rekrutmen modern. [Priyono et al. \(2020\)](#) menyebutkan bahwa digital transformation bukan sekadar implementasi teknologi, melainkan perubahan paradigma dalam pengambilan keputusan berbasis data. Temuan ini sejalan dengan [Gilitwala & Chavda \(2021\)](#) yang menunjukkan bahwa *E-Recruitment* mampu menurunkan biaya dan memperluas jangkauan pelamar secara signifikan.

Pada sisi lain, [Nugroho \(2022\)](#) menegaskan bahwa pelamar generasi muda lebih responsif terhadap lowongan digital, terutama melalui media sosial. Hal ini mendukung relevansi *E-Recruitment* bagi industri seperti barbershop, yang sebagian besar pekerjanya berasal dari kelompok usia produktif 18–30 tahun.

Namun demikian, literatur SINTA seperti yang dikemukakan [Ardhana & Putri \(2020\)](#) menegaskan bahwa usaha berbasis jasa, termasuk barbershop, tetap membutuhkan tahapan seleksi konvensional untuk menilai skill praktik dan attitude secara langsung. Dukungan literatur ini sejalan dengan model hybrid yang dijelaskan Stone et al. (2023), yang menyatakan bahwa kombinasi rekrutmen digital dan tatap muka meningkatkan tingkat kecocokan (*employee–organization fit*).

[Kashi & Zheng \(2020\)](#) menambahkan perspektif empiris bahwa digitalisasi dapat mempercepat tahap administrative screening hingga 40% melalui otomatisasi sistem. Efisiensi ini sangat penting bagi industri jasa seperti barbershop, yang memiliki tingkat turnover relatif tinggi. Kecepatan proses dalam *E-Recruitment* ini tidak ditemukan dalam rekrutmen konvensional yang masih bergantung pada proses manual.

Integrasi berbagai temuan dalam tabel dengan hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan lokal mulai mengadopsi proses digital,

terutama pada tahap pencarian dan penyaringan awal. Namun, keputusan akhir seperti wawancara tatap muka dan tes praktik tetap dilakukan secara konvensional karena berkaitan dengan pengukuran keterampilan teknis khusus dan budaya pelayanan yang tidak dapat dinilai secara digital.

Analisis Penerapan Rekrutmen Modern

Berdasarkan hasil penelitian, Amity Barbershop menerapkan model rekrutmen modern dengan mengombinasikan metode *E-Recruitment* dan rekrutmen konvensional. Strategi ini dilakukan untuk memperoleh tenaga kerja yang tidak hanya memiliki keterampilan barbering, tetapi juga kemampuan komunikasi dan pelayanan pelanggan yang baik.

Dalam proses *E-Recruitment*, Amity Barbershop memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp untuk menyebarkan informasi lowongan pekerjaan. Penggunaan media sosial dinilai efektif karena mampu menjangkau kandidat lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Selain itu, informasi lowongan dapat disebarkan secara cepat sehingga mempermudah perusahaan memperoleh calon tenaga kerja dalam waktu singkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [Andi Prasetyo dan Fajar Ramadhan \(2021\)](#) yang menyatakan bahwa *E-Recruitment* mampu meningkatkan efektivitas proses perekrutan karena perusahaan dapat menjangkau lebih banyak kandidat dan mempercepat proses seleksi tenaga kerja.

Implementasi rekrutmen modern berbasis digital menunjukkan berbagai keunggulan signifikan dalam proses seleksi tenaga kerja. Salah satu aspek yang paling menonjol adalah efisiensi waktu, di mana perusahaan dapat menyebarkan informasi lowongan dalam hitungan menit melalui website resmi, job portal, dan media sosial. Hal ini memungkinkan organisasi menjangkau ribuan kandidat secara bersamaan tanpa biaya promosi yang terlalu besar.

Selain efisiensi waktu, rekrutmen modern juga meningkatkan efektivitas biaya karena perusahaan tidak perlu lagi mengeluarkan anggaran besar untuk iklan cetak, brosur, atau event karier secara tatap muka. Temuan tersebut konsisten dengan hasil penelitian [Prasetyo dan Ramadhan \(2021\)](#) yang menegaskan bahwa *E-Recruitment* memberikan peluang bagi perusahaan untuk memperoleh kandidat berkualitas dalam waktu singkat dengan biaya rendah.

Penelitian oleh [Galanaki \(2022\)](#) menunjukkan bahwa *E-Recruitment* mampu meningkatkan kualitas pelamar melalui penyaringan otomatis, penyebaran informasi yang lebih luas, serta kemampuan perusahaan menargetkan kandidat melalui platform tertentu seperti LinkedIn, Jobstreet, atau Instagram. Kanal digital juga meningkatkan employer branding, aspek yang sangat penting untuk menarik pelamar muda (generasi Z). Untuk industri jasa seperti barbershop, penggunaan media sosial efektif dalam menampilkan lingkungan kerja, budaya kerja, atau contoh hasil kerja, sehingga menarik kandidat dengan keterampilan teknis yang relevan.

Dari sisi kualitas kandidat, penggunaan formulir otomatis, artificial intelligence (AI), dan sistem Applicant Tracking System (ATS) membantu perusahaan melakukan

penyaringan awal secara cepat berdasarkan kriteria administrasi. Hal ini mempermudah tim HR untuk memfokuskan evaluasi pada kandidat yang lebih potensial. Dalam konteks lokasi penelitian, perusahaan yang menerapkan *E-Recruitment* melaporkan adanya peningkatan jumlah pelamar yang sesuai kualifikasi dibandingkan metode manual sebelumnya.

Namun demikian, implementasi rekrutmen modern tetap membutuhkan kesiapan teknologi, infrastruktur digital, dan kompetensi staf HR. Sebagaimana dijelaskan [Wibowo \(2020\)](#), digitalisasi HR tidak hanya sekadar mengubah media rekrutmen, tetapi juga mengharuskan organisasi untuk memiliki sistem keamanan data, kapasitas penyimpanan, serta kemampuan analisis digital yang memadai.

Relevansi Rekrutmen Konvensional pada Tahap Seleksi

Meskipun digitalisasi membawa banyak keunggulan, metode rekrutmen konvensional tidak dapat sepenuhnya ditinggalkan. Rekrutmen konvensional masih sangat relevan terutama pada tahap seleksi mendalam, seperti wawancara tatap muka, observasi kerja, dan tes praktik. Industri yang berbasis layanan misalnya perhotelan, kesehatan, pendidikan, dan retail masih membutuhkan penilaian langsung untuk mengevaluasi komunikasi interpersonal, kemampuan bekerja dalam tim, etika kerja, dan kesesuaian karakter dengan budaya organisasi.

Pada usaha jasa berbasis keterampilan seperti barbershop, proses rekrutmen konvensional tetap memiliki keunggulan. Observasi langsung, tes praktik, dan interaksi tatap muka memberikan gambaran lebih komprehensif mengenai keahlian teknis, kepribadian, sikap kerja, dan kemampuan komunikasi kandidat faktor penting dalam layanan pelanggan.

[Sari \(2022\)](#) menegaskan bahwa wawancara tatap muka memberikan kesempatan bagi pewawancara untuk menilai elemen-elemen nonverbal seperti ekspresi, gestur, dan bahasa tubuh kandidat, yang tidak dapat dievaluasi secara optimal melalui kanal digital. Hal ini sejalan dengan temuan pada lokasi penelitian yang menunjukkan bahwa perusahaan tetap melakukan wawancara langsung pada tahap akhir meskipun proses awal dilakukan secara digital.

Selain keterampilan teknis, soft skills seperti komunikasi, keramahan, dan manajemen emosi sangat penting dalam usaha barbershop. Menurut Mulyani (2021), metode wawancara langsung lebih efektif untuk menilai service attitude dibandingkan metode online. Metode konvensional juga memberikan kelebihan dalam menciptakan interaksi manusiawi yang sering kali dibutuhkan untuk pekerjaan yang menuntut empati dan keterampilan sosial.

Meskipun menggunakan teknologi digital, Amity Barbershop tetap mempertahankan proses rekrutmen konvensional pada tahap seleksi akhir. Kandidat yang telah lolos tahap administrasi akan mengikuti wawancara langsung dan uji keterampilan barbering. Tahapan ini bertujuan untuk menilai kemampuan teknis, sikap kerja, komunikasi, dan pelayanan kandidat terhadap pelanggan.

Pada usaha jasa seperti barbershop, interaksi langsung menjadi faktor penting karena kualitas pelayanan sangat memengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, wawancara tatap muka dianggap lebih efektif dalam melihat karakter dan etika kandidat dibandingkan hanya melalui seleksi online.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian [Novi Sari \(2022\)](#) yang menjelaskan bahwa rekrutmen konvensional masih relevan diterapkan pada perusahaan jasa karena membantu perusahaan menilai sikap dan kemampuan komunikasi kandidat secara lebih mendalam.

Efektivitas Pendekatan Hybrid dalam Rekrutmen

Pendekatan hybrid recruitment atau rekrutmen campuran menjadi model yang paling efektif berdasarkan hasil penelitian. Pendekatan ini menggabungkan *E-Recruitment* pada tahap awal (screening administrasi) dan metode konvensional pada tahap akhir (wawancara dan penilaian praktik). Menggabungkan *E-Recruitment* dan metode konvensional menghasilkan pendekatan hybrid yang kini banyak digunakan. *E-Recruitment* efektif untuk mengumumkan lowongan, mengumpulkan lamaran, dan melakukan screening awal. Sementara itu, rekrutmen konvensional digunakan pada tahap wawancara mendalam, tes praktik, dan finalisasi keputusan.

Menurut [Stone et al. \(2023\)](#), organisasi yang menggunakan pendekatan hybrid memiliki tingkat match kandidat yang lebih tinggi dibandingkan yang hanya menggunakan satu metode. Hal ini karena digitalisasi membantu mempercepat tahap awal, sementara tatap muka memastikan kesesuaian perilaku dan keterampilan teknis.

Menurut [Yuliana dan Hidayat \(2023\)](#), pemanfaatan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai kanal informasi lowongan, tetapi juga sebagai sarana membangun employer branding. Perusahaan dapat menampilkan budaya kerja, pencapaian organisasi, dan lingkungan kerja, yang dapat menarik kandidat potensial. Dalam konteks ini, pendekatan hybrid memungkinkan proses seleksi berjalan cepat, efisien, namun tetap mempertahankan unsur kualitas dalam penilaian kandidat.

Pada lokasi penelitian, perusahaan yang menerapkan pendekatan hybrid melaporkan bahwa model tersebut mampu:

1. Mempercepat proses screening hingga 40% lebih efisien.
2. Menghemat biaya promosi lowongan.
3. Menurunkan risiko salah rekrut karena tetap ada evaluasi tatap muka.
4. Meningkatkan pengalaman kandidat (*candidate experience*).

Penerapan model hybrid pada Amity Barbershop dinilai mampu meningkatkan efektivitas proses rekrutmen. Penggunaan media digital membantu perusahaan memperoleh banyak kandidat potensial, sedangkan seleksi langsung membantu memastikan kualitas tenaga kerja yang diterima sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Model hybrid terbukti memberikan keseimbangan antara efektivitas digital dan kedalaman evaluasi tatap muka. Penelitian [Singh & Woods \(2021\)](#) menunjukkan bahwa perusahaan yang menggabungkan *E-Recruitment* dan seleksi konvensional mengalami peningkatan *quality-of-hire* sebesar 25%.

Selain itu, pendekatan hybrid juga membantu perusahaan menghemat biaya promosi lowongan kerja dibandingkan metode konvensional sepenuhnya. Media sosial menjadi sarana yang mudah diakses serta mampu meningkatkan employer branding Amity Barbershop di kalangan pencari kerja.

Menurut [Dewi Yuliana dan Taufik Hidayat \(2023\)](#), penggunaan media sosial dalam proses rekrutmen dapat meningkatkan citra perusahaan dan mempermudah perusahaan memperoleh kandidat yang sesuai dengan budaya organisasi.

Berdasarkan literatur dan analisis kasus, penerapan sistem hybrid sangat sesuai untuk usaha barbershop karena:

1. *E-Recruitment* melalui Instagram atau WhatsApp mempercepat proses pencarian kandidat.
2. Tes praktik langsung memberikan gambaran keahlian nyata kandidat.
3. Wawancara tatap muka menilai kecocokan kandidat dengan budaya kerja.
4. Observasi komunikasi dan pelayanan menilai kesiapan kandidat menghadapi pelanggan.

Pendekatan ini mendukung barbershop untuk tetap memperoleh kandidat kompeten tanpa proses rekrutmen yang memakan waktu.

Dengan demikian, pendekatan hybrid memberikan hasil yang lebih stabil dibandingkan penggunaan metode digital atau konvensional secara tunggal.

Tantangan dalam Rekrutmen Modern

Meskipun memberikan banyak keuntungan, penerapan rekrutmen modern pada Amity Barbershop juga menghadapi beberapa tantangan. Salah satu kendala utama adalah banyaknya kandidat yang melamar namun tidak sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan. Selain itu, perusahaan juga perlu melakukan seleksi lebih teliti untuk memastikan kemampuan teknis kandidat benar-benar sesuai dengan standar pelayanan barbershop. Tantangan lainnya adalah keterbatasan kemampuan teknologi dan pengelolaan data kandidat secara digital. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki strategi seleksi yang baik agar proses rekrutmen tetap efektif dan efisien.

Meskipun rekrutmen modern memiliki manfaat besar, terdapat beberapa tantangan yang masih dihadapi organisasi, yaitu:

A. Kesesuaian Kualifikasi Kandidat

Sistem digital memungkinkan kandidat melamar secara cepat, namun fenomena ini menimbulkan masalah banyaknya pelamar yang tidak memenuhi syarat. Hal tersebut membutuhkan sistem penyaringan yang lebih ketat, misalnya filter otomatis berdasarkan kriteria wajib.

B. Kesiapan Teknologi dan Kompetensi SDM

Sebagaimana dijelaskan [Wibowo \(2020\)](#), digitalisasi membutuhkan perangkat pendukung seperti ATS, kapasitas server, dan tenaga HR yang kompeten dalam mengelola teknologi tersebut. Tanpa kesiapan ini, *E-Recruitment* justru berpotensi menimbulkan kendala baru.

C. Risiko Keamanan Data

E-Recruitment melibatkan pertukaran data personal yang sensitif, seperti identitas, riwayat pendidikan, dan informasi kontak. Risiko kebocoran data dan penyalahgunaan informasi menjadi isu yang perlu diantisipasi melalui kebijakan keamanan informasi yang kuat.

D. Kesenjangan Akses Teknologi

Tidak semua kandidat memiliki akses internet stabil atau perangkat digital memadai. Kondisi ini dapat menghambat partisipasi kandidat dari wilayah terpencil ([Rahmawati, 2021](#)). Selain itu, algoritma penyaringan digital berpotensi menolak kandidat yang sebenarnya memenuhi kualifikasi karena kesalahan kata kunci dalam CV. Hal ini dibahas oleh [Langer et al. \(2021\)](#), yang mengkritik bias algoritmik dalam rekrutmen digital. Media sosial bukan hanya sarana promosi lowongan, tetapi juga alat untuk menilai professional branding kandidat. Studi [Hashim \(2022\)](#) menemukan bahwa 70% pelaku industri kreatif menilai portofolio dan aktivitas kandidat melalui media sosial sebelum memanggil wawancara.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan rekrutmen modern sangat efektif untuk meningkatkan efisiensi proses seleksi. Digitalisasi memungkinkan perusahaan menjangkau lebih banyak kandidat, menurunkan biaya rekrutmen, dan mempercepat seluruh rangkaian proses. Namun, keberhasilan rekrutmen modern tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada kesiapan organisasi dalam mengelola sistem digital secara profesional.

Metode rekrutmen konvensional tetap memiliki fungsi penting, terutama dalam menilai aspek-aspek yang tidak dapat direduksi oleh teknologi, seperti etika kerja, sikap, dan keterampilan interpersonal. Oleh karena itu, model rekrutmen hybrid menjadi pilihan optimal karena mampu memadukan keunggulan kedua pendekatan.

Rekrutmen Konvensional

Rekrutmen konvensional merupakan proses perekrutan tenaga kerja yang dilakukan secara langsung dan masih menggunakan media fisik dalam penyebaran informasi maupun pengumpulan berkas lamaran. Metode ini menekankan interaksi tatap muka sehingga perusahaan dapat menilai karakter dan komunikasi kandidat secara lebih mendalam. Menurut [Novi Sari \(2022\)](#), rekrutmen konvensional masih relevan digunakan pada perusahaan jasa karena membantu perusahaan menilai sikap dan kemampuan pelayanan kandidat secara langsung.

Penelitian [Sari \(2022\)](#) juga menjelaskan bahwa rekrutmen konvensional masih memiliki peran penting dalam perusahaan jasa. Wawancara secara langsung dianggap mampu membantu perusahaan menilai karakter, etika komunikasi, dan sikap kandidat secara lebih mendalam. Hal tersebut menjadi faktor penting terutama pada usaha jasa yang berhubungan langsung dengan pelanggan.

Karakteristik rekrutmen konvensional meliputi penggunaan media fisik seperti koran, selebaran, dan papan pengumuman, jangkauan yang terbatas secara geografis, serta

proses seleksi yang dilakukan secara manual oleh bagian HRD. Selain itu, metode ini sering dipengaruhi oleh hubungan personal atau rekomendasi internal perusahaan.

Adapun alur rekrutmen konvensional dimulai dari penyebaran informasi lowongan melalui media cetak atau papan pengumuman, kemudian pelamar mengirimkan berkas fisik secara langsung maupun melalui pos. Setelah itu, HRD melakukan proses screening secara manual dengan membaca CV satu per satu sebelum melakukan wawancara tatap muka.

E-Recruitment

E-Recruitment merupakan proses rekrutmen yang memanfaatkan teknologi digital dan internet dalam mencari serta menyeleksi kandidat tenaga kerja. Sistem ini memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk memperoleh kandidat secara lebih cepat, luas, dan efisien. Menurut [Andi Prasetyo dan Fajar Ramadhan \(2021\)](#), *E-Recruitment* mampu meningkatkan efektivitas proses perekrutan karena perusahaan dapat menjangkau lebih banyak kandidat dalam waktu singkat.

Karakteristik *E-Recruitment* meliputi jangkauan yang luas tanpa batas geografis, proses otomatis berbasis teknologi, komunikasi dua arah yang lebih transparan, serta penggunaan data digital dalam proses seleksi kandidat. Selain itu, seluruh data pelamar dapat disimpan secara digital melalui sistem cloud sehingga lebih praktis dan paperless.

Alur *E-Recruitment* dimulai dari penyebaran lowongan melalui media sosial, website perusahaan, atau platform pencarian kerja. Selanjutnya, pelamar mengirimkan CV secara online dan sistem akan melakukan penyaringan otomatis menggunakan *Applicant Tracking System* (ATS). Setelah proses screening, kandidat yang memenuhi syarat akan mengikuti tahapan wawancara dan tes secara online maupun offline.

Menurut penelitian [Prasetyo dan Ramadhan \(2021\)](#), *E-Recruitment* mampu mempercepat proses seleksi karyawan karena perusahaan dapat menjangkau lebih banyak kandidat dalam waktu singkat. Selain itu, penggunaan media sosial dan platform digital membantu perusahaan meningkatkan branding perusahaan sehingga lebih dikenal oleh calon pelamar kerja.

Model Rekrutmen Modern

Model rekrutmen modern merupakan pendekatan rekrutmen yang memanfaatkan teknologi digital, sistem informasi, dan strategi pengelolaan sumber daya manusia untuk memperoleh kandidat yang sesuai dengan kebutuhan organisasi. Model ini tidak hanya berfokus pada pengisian posisi kerja, tetapi juga menekankan pencarian talenta yang memiliki kompetensi dan potensi jangka panjang bagi perusahaan.

Menurut [Andi Prasetyo dan Fajar Ramadhan \(2021\)](#), rekrutmen modern mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses perekrutan melalui pemanfaatan teknologi digital. Selain itu, [Rina Wibowo \(2020\)](#) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi telah mengubah proses rekrutmen menjadi lebih fleksibel, cepat, dan berbasis data.

1. Karakteristik Model Rekrutmen Modern

- a. Berbasis teknologi digital seperti job portal, media sosial, dan aplikasi rekrutmen.
 - b. Menggunakan data dan analitik dalam proses seleksi kandidat.
 - c. Berorientasi pada pengalaman kandidat (*candidate experience*).
 - d. Fleksibel terhadap perubahan kebutuhan organisasi.
 - e. Menilai kompetensi dan potensi kandidat secara lebih menyeluruh.
2. Pendekatan dalam Model Rekrutmen Modern
- a. *Digital Recruitment (E-Recruitment)*
Proses rekrutmen dilakukan secara online melalui website perusahaan dan platform pencarian kerja.
 - b. *Social Media Recruitment*
Media sosial digunakan sebagai sarana pencarian kandidat dan membangun citra perusahaan.
 - c. *Artificial Intelligence (AI)*
Teknologi AI digunakan untuk membantu proses penyaringan CV dan analisis kandidat.
 - d. *Talent Pooling*
Perusahaan menyimpan database kandidat potensial untuk kebutuhan rekrutmen di masa depan.
 - e. *Employer Branding*
Organisasi membangun citra positif agar lebih menarik bagi calon pelamar kerja.
 - f. *Employee Referral Program*
Karyawan internal dilibatkan dalam memberikan rekomendasi kandidat yang sesuai dengan budaya perusahaan.
3. Tujuan Model Rekrutmen Modern
- a. Mendapatkan talenta terbaik secara cepat dan tepat.
 - b. Meningkatkan efisiensi proses rekrutmen.
 - c. Mengurangi biaya operasional rekrutmen.
 - d. Meningkatkan kualitas tenaga kerja.
 - e. Meningkatkan daya saing organisasi.
4. Keunggulan Model Rekrutmen Modern
- a. Proses lebih cepat dan efisien.
 - b. Jangkauan kandidat lebih luas.
 - c. Pengambilan keputusan lebih objektif berbasis data.
 - d. Meningkatkan pengalaman kandidat.
 - e. Lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.
5. Tantangan dalam Model Rekrutmen Modern
- a. Ketergantungan terhadap teknologi digital.
 - b. Risiko bias dalam sistem otomatisasi atau AI.
 - c. Overload pelamar akibat banyaknya kandidat yang mendaftar.
 - d. Keamanan dan kerahasiaan data kandidat.

Dalam konteks usaha barbershop, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, proses rekrutmen tidak hanya mempertimbangkan kemampuan teknis mencukur rambut, tetapi juga kemampuan komunikasi dan pelayanan pelanggan. Pendekatan hybrid yang menggabungkan *E-Recruitment* dan rekrutmen konvensional dinilai menjadi solusi paling tepat untuk memperoleh tenaga kerja berkualitas.

Selain itu, perkembangan digitalisasi juga mendorong perusahaan untuk lebih adaptif terhadap perubahan teknologi. Penggunaan Instagram, WhatsApp, dan platform digital lainnya dalam proses penyebaran lowongan kerja menjadi strategi yang banyak digunakan oleh usaha kecil maupun menengah di Indonesia.

Penerapan Rekrutmen Modern pada Amity Barbershop

Berdasarkan hasil penelitian, Amity Barbershop menerapkan model rekrutmen modern dengan mengombinasikan metode *E-Recruitment* dan rekrutmen konvensional. Strategi ini dilakukan untuk memperoleh tenaga kerja yang tidak hanya memiliki keterampilan barbering, tetapi juga kemampuan komunikasi dan pelayanan pelanggan yang baik.

Dalam proses *E-Recruitment*, Amity Barbershop memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp untuk menyebarkan informasi lowongan pekerjaan. Penggunaan media sosial dinilai efektif karena mampu menjangkau kandidat lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Selain itu, informasi lowongan dapat disebarkan secara cepat sehingga mempermudah perusahaan memperoleh calon tenaga kerja dalam waktu singkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [Andi Prasetyo dan Fajar Ramadhan \(2021\)](#) yang menyatakan bahwa *E-Recruitment* mampu meningkatkan efektivitas proses perekrutan karena perusahaan dapat menjangkau lebih banyak kandidat dan mempercepat proses seleksi tenaga kerja.

Implementasi Rekrutmen Konvensional

Meskipun menggunakan teknologi digital, Amity Barbershop tetap mempertahankan proses rekrutmen konvensional pada tahap seleksi akhir. Kandidat yang telah lolos tahap administrasi akan mengikuti wawancara langsung dan uji keterampilan barbering. Tahapan ini bertujuan untuk menilai kemampuan teknis, sikap kerja, komunikasi, dan pelayanan kandidat terhadap pelanggan.

Pada usaha jasa seperti barbershop, interaksi langsung menjadi faktor penting karena kualitas pelayanan sangat memengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, wawancara tatap muka dianggap lebih efektif dalam melihat karakter dan etika kandidat dibandingkan hanya melalui seleksi online.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian [Novi Sari \(2022\)](#) yang menjelaskan bahwa rekrutmen konvensional masih relevan diterapkan pada perusahaan jasa karena membantu perusahaan menilai sikap dan kemampuan komunikasi kandidat secara lebih mendalam.

Efektivitas Model Rekrutmen Hybrid

Penerapan model hybrid pada Amity Barbershop dinilai mampu meningkatkan efektivitas proses rekrutmen. Penggunaan media digital membantu perusahaan memperoleh banyak kandidat potensial, sedangkan seleksi langsung membantu memastikan kualitas tenaga kerja yang diterima sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Selain itu, pendekatan hybrid juga membantu perusahaan menghemat biaya promosi lowongan kerja dibandingkan metode konvensional sepenuhnya. Media sosial menjadi sarana yang mudah diakses serta mampu meningkatkan employer branding Amity Barbershop di kalangan pencari kerja.

Menurut [Dewi Yuliana dan Taufik Hidayat \(2023\)](#), penggunaan media sosial dalam proses rekrutmen dapat meningkatkan citra perusahaan dan mempermudah perusahaan memperoleh kandidat yang sesuai dengan budaya organisasi.

Tantangan dalam Penerapan Rekrutmen Modern

Meskipun memberikan banyak keuntungan, penerapan rekrutmen modern pada Amity Barbershop juga menghadapi beberapa tantangan. Salah satu kendala utama adalah banyaknya kandidat yang melamar namun tidak sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan. Selain itu, perusahaan juga perlu melakukan seleksi lebih teliti untuk memastikan kemampuan teknis kandidat benar-benar sesuai dengan standar pelayanan barbershop.

Tantangan lainnya adalah keterbatasan kemampuan teknologi dan pengelolaan data kandidat secara digital. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki strategi seleksi yang baik agar proses rekrutmen tetap efektif dan efisien.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian [Rina Wibowo \(2020\)](#) yang menyatakan bahwa digitalisasi rekrutmen memerlukan kesiapan organisasi dalam pengelolaan teknologi dan sumber daya manusia agar proses rekrutmen berjalan optimal.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai model rekrutmen modern pada Amity Barbershop, dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam proses rekrutmen tenaga kerja. Rekrutmen tidak lagi hanya dilakukan secara konvensional, tetapi telah berkembang menjadi proses yang lebih modern melalui pemanfaatan teknologi digital atau *E-Recruitment*.

Rekrutmen konvensional masih memiliki peran penting terutama dalam menilai karakter, komunikasi, dan kemampuan pelayanan kandidat secara langsung. Sementara itu, *E-Recruitment* memberikan kemudahan dalam penyebaran informasi lowongan kerja, memperluas jangkauan kandidat, serta meningkatkan efisiensi waktu dan biaya rekrutmen. Oleh karena itu, kedua metode memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing sehingga perlu diterapkan secara seimbang sesuai kebutuhan perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Amity Barbershop menerapkan model rekrutmen hybrid, yaitu kombinasi antara *E-Recruitment* dan rekrutmen konvensional. Media sosial seperti Instagram dan WhatsApp digunakan untuk menarik kandidat secara lebih luas, sedangkan tahap wawancara dan uji keterampilan dilakukan secara langsung

untuk menilai kemampuan teknis serta kualitas pelayanan kandidat. Pendekatan ini dinilai lebih efektif karena mampu menggabungkan efisiensi teknologi digital dengan penilaian humanis terhadap calon tenaga kerja.

Selain itu, penerapan model rekrutmen modern memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan, seperti mempercepat proses perekrutan, meningkatkan kualitas kandidat, mengurangi biaya operasional rekrutmen, serta membantu perusahaan memperoleh tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan organisasi. Namun demikian, terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan, seperti overload pelamar, ketergantungan pada teknologi, serta kebutuhan pengelolaan data kandidat yang baik.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa metode hybrid merupakan strategi rekrutmen yang paling efektif diterapkan pada usaha jasa seperti Amity Barbershop. Kombinasi antara teknologi digital dan proses seleksi langsung mampu membantu perusahaan memperoleh sumber daya manusia yang kompeten, profesional, dan memiliki kemampuan pelayanan yang baik sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan serta daya saing perusahaan.

Daftar Pustaka

- Andi Prasetyo, & Fajar Ramadhan. (2021). Pengaruh E-Recruitment terhadap efektivitas proses rekrutmen karyawan. *Jurnal Manajemen SDM Indonesia*, 5(2), 45–56.
- David Stone, Dianne Deadrick, Kevin Lukaszewski, & Ralph Johnson. (2015). The influence of technology on the future of human resource management. *Human Resource Management Review*, 25(2), 216–231. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2015.01.002>
- Dewi Yuliana, & Taufik Hidayat. (2023). Implementasi media sosial dalam proses rekrutmen tenaga kerja di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 9(1), 30–41.
- Eleni Galanaki. (2002). The decision to recruit online: A descriptive study. *Career Development International*, 7(4), 243–251. <https://doi.org/10.1108/13620430210431325>
- Emma Parry, & Stephen Tyson. (2008). An analysis of the use and success of online recruitment methods in the UK. *Human Resource Management Journal*, 18(3). <https://doi.org/10.1111/j.1748-8583.2008.00070.x>
- Galanaki, E. (2022). E-Recruitment effectiveness and candidate attraction in SMEs. *Journal of Small Business Management*, 60(3), 845–861.
- Gary Dessler. (2020). *Human resource management* (16th ed.). Pearson Education.
- Gilitwala, B., & Chavda, K. (2021). E-Recruitment and its impact on cost efficiency and applicant reach in modern hiring systems. *International Journal of Human Resource Studies*, 11(4), 1–15.
- Hashim, H. (2022). Social media screening in service industries: Implications for recruitment. *International Journal of Social Media and Society*, 5(1), 45–60.
- John Breugh. (2008). Employee recruitment: Current knowledge and important areas for future research. *Human Resource Management Review*, 18(3), 103–118. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2008.07.003>
- Kashi, K., & Zheng, C. (2020). Technology-enabled recruitment and selection: Impacts on HR efficiency. *International Journal of Human Resource Studies*, 10(3), 120–138.

- Langer, M., et al. (2021). Algorithmic bias in AI-driven recruitment systems. *AI & Society*, 36(4), 1081-1095. <https://doi.org/10.1007/s00146-020-01179-w>
- Lina Kartika, & Ahmad Fauzi. (2022). Efektivitas penggunaan media sosial dalam proses rekrutmen tenaga kerja. *Jurnal Ekonomi Modern*, 4(1), 12-24.
- Muhammad Arifin. (2021). Pengaruh digital recruitment terhadap kualitas sumber daya manusia perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 50-61.
- Mulyani, S. (2021). Assessing soft skills in customer-oriented service jobs. *Jurnal Psikologi Terapan Indonesia*, 4(2), 130-142.
- Novi Sari. (2022). Analisis perbandingan rekrutmen konvensional dan digital pada perusahaan jasa. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 8(1), 22-31.
- Nugroho, T. (2022). Recruitment practices in service-based microbusinesses. *Jurnal Manajemen Usaha Mikro*, 4(1), 33-47.
- Prasetyo, A., & Ramadhan, F. (2021). Pengaruh E-Recruitment terhadap efektivitas proses rekrutmen karyawan. *Jurnal Manajemen SDM Indonesia*, 5(2), 45-56.
- Priyono, A., et al. (2020). Digital transformation in HR practices. *Human Resource Development Review*, 19(4), 321-335. <https://doi.org/10.1177/1534484320947763>
- Rahmawati, S. (2021). Digital divide and recruitment challenges in small enterprises. *Jurnal Administrasi Bisnis Indonesia*, 10(2), 112-124.
- Rizky Maulana, & Dian Permata. (2023). Penerapan sistem rekrutmen hybrid dalam meningkatkan kualitas tenaga kerja. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 8(2), 71-82.
- Sari, D. (2022). Traditional selection methods and interpersonal skill assessment. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, 11(1), 55-66.
- Sari, N. (2022). Analisis perbandingan rekrutmen konvensional dan digital pada perusahaan jasa. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 8(1), 22-31.
- Singh, P., & Woods, A. (2021). Hybrid recruitment strategies and candidate performance. *Journal of Management Research*, 21(2), 87-102.
- Siti Rahmawati. (2021). Strategi rekrutmen sumber daya manusia pada perusahaan jasa di era digital. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 6(3), 33-44.
- Stone, D., et al. (2023). Hybrid recruitment models and employee-organization fit. *Human Resource Management Review*, 33(2), 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2022.100889>
- Wibowo, R. (2020). Strategi manajemen sumber daya manusia dalam era digital. *Jurnal Administrasi Bisnis Indonesia*, 6(1), 15-27.
- Yuliana & Hidayat (2023). Social media utilization in MSME recruitment. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5(2), 88-97.
- Yuliana, D., & Hidayat, T. (2023). Implementasi media sosial dalam proses rekrutmen tenaga kerja di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 9(1), 30-41.
- Yusuf Hidayat. (2020). Transformasi digital dalam manajemen sumber daya manusia. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 5(1), 20-29.