

Pendampingan Strategi Rekrutmen Pegawai untuk UMKM melalui Aplikasi Jobstreet dan Glints

Sesri Sellina¹, Etty Zuliawati Zed², Supriyati³, Ismasari Nawangsih⁴, U. Darmanto Soer⁵

¹⁻⁵ Universitas Pelita Bangsa

*Corresponding author

E-mail: sesrisellina@pelitabangsa.ac.id¹, ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id², supriyati@pelitabangsa.ac.id³, ismasari.n@pelitabangsa.ac.id⁴, darmantosoer@pelitabangsa.ac.id⁵

Article History:

Received: Dec, 2025

Revised: Dec, 2025

Accepted: Dec, 2025

Abstract: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengembangkan strategi rekrutmen pegawai melalui pemanfaatan aplikasi digital, yaitu Jobstreet dan Glints. Perkembangan teknologi telah menghadirkan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan profesionalisme dan daya saing melalui perekrutan tenaga kerja yang lebih efektif, namun masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan platform digital tersebut. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi analisis kebutuhan, pelatihan, simulasi penggunaan aplikasi, serta pendampingan teknis secara intensif. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai strategi rekrutmen modern, peningkatan keterampilan dalam menggunakan Jobstreet dan Glints, serta perubahan pola pikir pelaku UMKM dalam memandang rekrutmen bukan sekadar proses administratif, melainkan strategi penting untuk pertumbuhan usaha. Pembahasan mendalam mengungkap bahwa penggunaan aplikasi rekrutmen digital tidak hanya memperluas akses UMKM terhadap kandidat berkualitas, tetapi juga membantu membangun citra usaha yang lebih profesional di mata calon karyawan. Meskipun demikian, tantangan terkait literasi digital, keterbatasan waktu, dan resistensi terhadap perubahan masih menjadi hambatan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, keberlanjutan program pendampingan, kolaborasi dengan lembaga pendidikan, dan integrasi teknologi dalam manajemen UMKM sangat direkomendasikan untuk memperkuat keberhasilan implementasi strategi rekrutmen digital pada skala yang lebih luas.

Keywords:

UMKM, Strategi Rekrutmen, Jobstreet, Glints, Literasi Digital, Pendampingan

Pendahuluan

Pada era digital yang terus berkembang, teknologi telah merambah hampir segala aspek kehidupan, termasuk proses rekrutmen tenaga kerja. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia (menyokong sekitar 60 % PDB dan menyerap 97 % tenaga kerja) memiliki potensi luar biasa jika diberdayakan secara digital. Namun, kenyataannya banyak UMKM masih menggunakan metode konvensional dalam mencari pegawai, seperti mengandalkan referensi pribadi atau iklan sederhana, yang tidak efisien dan seringkali kurang menjangkau kandidat berkualitas. Proses tradisional ini menghadirkan kesenjangan antara kebutuhan UMKM yang khas (terbatas anggaran, waktu, dan sumber daya) dengan akses terhadap talenta yang tepat.

Platform rekrutmen online seperti JobStreet by SEEK menawarkan solusi penting. Dengan algoritma pencocokan canggih, akses ke basis data jutaan pencari kerja, dan fitur manajemen lamaran, JobStreet memungkinkan UMKM memangkas waktu dan biaya dalam proses seleksi sekaligus meningkatkan kualitas perekrutan. Platform ini juga mendukung pemberdayaan UMKM dengan membantu mereka mengakses talenta lebih luas dan memanfaatkan wawasan pasar tenaga kerja melalui laporan dan webinar edukatif. Dengan demikian, JobStreet menjadi salah satu alat transformasi digital penting bagi UMKM dalam rekrutmen.

Sementara itu, Glints juga dikenal sebagai platform pencari kerja favorit di kalangan profesional muda dan job seeker di Indonesia. Glints memiliki antarmuka ramah pengguna, memungkinkan pencari kerja mengunggah CV dan melamar pekerjaan dengan cepat, serta memantau proses seleksinya secara real-time. Fitur-fitur seperti riset lowongan berdasarkan kategori dan lokasi, serta notifikasi status lamaran, membuat Glints menjadi pilihan praktis yang potensial diadopsi UMKM sebagai saluran rekrutmen modern.

Seiring meningkatnya adopsi digital, kolaborasi antara UMKM dan platform seperti JobStreet dan Glints memiliki potensi untuk menjembatani kesenjangan rekrutmen yang selama ini menjadi hambatan. Pendampingan strategi rekrutmen yang tepat baik dari sisi penyusunan iklan, pemilihan platform, hingga penyaringan kandidat, akan secara signifikan meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses perekrutan. Pendampingan ini tidak semata-mata memperkenalkan teknologi baru, tetapi juga membangun kapabilitas SDM UMKM untuk memanfaatkan platform secara optimal dan berkelanjutan. Gagasan kampanye seperti #NextMillionJobs dari JobStreet menegaskan pentingnya peran pelaku digital dalam memperluas akses lowongan kerja, khususnya bagi UMKM yang sering kali belum terjangkau pasar tenaga kerja online luas. Dengan demikian, membangun strategi rekrutmen berbasis

platform digital dapat menjadi titik balik bagi UMKM untuk tumbuh lebih cepat, berdaya saing, dan menyerap tenaga kerja berkualitas.

Meskipun potensi transformasi digital dalam rekrutmen UMKM sangat besar, praktik di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih enggan atau belum mampu beralih dari metode konvensional. Survei mengungkapkan bahwa sekitar 74 % UMKM belum memanfaatkan platform teknologi khusus untuk rekrutmen, dengan penetrasi JobStreet hanya sekitar 1–2 % di luar Jabodetabek, padahal pencari kerja sangat banyak (15–17 juta per bulan), dan kompetisi untuk mendapatkan pelamar meningkat drastis hingga 87 %. Hal ini menunjukkan adanya gap besar antara potensi teknologi dan realitas penerapan di UMKM lokal. Kegiatan ini bertujuan untuk melakukan pendampingan kepada para UMKM khususnya di Desa Cibusah Jaya Kabupaten Bekasi dalam hal strategi rekrutmen yang efektif berbasis digital.

Metode

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan melibatkan langsung para pelaku UMKM sebagai mitra utama. Pendekatan ini dipilih karena pendampingan strategi rekrutmen hanya akan efektif apabila para pelaku usaha turut serta secara aktif dalam setiap tahap kegiatan. Tahap awal dimulai dengan analisis kebutuhan (needs assessment), melalui wawancara singkat dan diskusi kelompok terarah (FGD) untuk memetakan kendala yang selama ini dialami UMKM dalam proses rekrutmen pegawai. Data awal ini penting untuk merancang modul pelatihan yang kontekstual, sesuai dengan kapasitas digital, kebutuhan tenaga kerja, serta karakteristik usaha para mitra.



Gambar Ilustrasi / Dokumentasi Kegiatan

Tahap kedua adalah penyusunan modul pendampingan yang berfokus pada strategi rekrutmen digital menggunakan aplikasi JobStreet dan Glints. Modul ini meliputi pengenalan konsep rekrutmen modern, teknik menyusun deskripsi pekerjaan yang menarik, cara menggunakan fitur-fitur unggulan platform, serta praktik melakukan penyaringan kandidat secara efisien. Penyusunan modul mengacu pada literatur terkini tentang manajemen sumber daya manusia, tren digitalisasi, dan praktik terbaik (best practices) rekrutmen UMKM. Dengan pendekatan aplikatif, modul ini dirancang agar mudah dipahami meskipun peserta belum terbiasa dengan teknologi digital.



Gambar Ilustrasi / Dokumentasi Kegiatan

Tahap ketiga adalah implementasi pendampingan, yang dilakukan melalui sesi pelatihan, workshop interaktif, dan praktik langsung. Peserta didampingi untuk membuat akun, mengunggah profil perusahaan, serta memposting lowongan kerja melalui aplikasi JobStreet dan Glints. Selain itu, diberikan simulasi proses seleksi, mulai dari membaca CV digital, melakukan filter kandidat, hingga teknik wawancara berbasis kompetensi secara daring. Pendekatan praktik langsung ini dimaksudkan agar peserta tidak hanya memahami secara teoritis, tetapi juga memiliki keterampilan nyata yang dapat diaplikasikan segera dalam usaha mereka.



Gambar Ilustrasi / Dokumentasi Kegiatan

Tahap terakhir adalah evaluasi dan tindak lanjut. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan pemahaman dan keterampilan peserta sebelum dan sesudah program, baik melalui kuisioner maupun observasi praktik. Indikator keberhasilan mencakup peningkatan literasi digital dalam rekrutmen, kemampuan membuat lowongan kerja yang profesional, dan keaktifan menggunakan platform untuk mencari kandidat. Tindak lanjut berupa pendampingan jarak jauh (online mentoring) tetap diberikan selama periode tertentu setelah program selesai, sehingga UMKM memiliki akses terhadap konsultasi apabila menemui kendala dalam praktik perekrutan digital.

Hasil

A. Profil Peserta dan Kondisi Awal

Program melibatkan 30 UMKM dari beragam sektor (kuliner, ritel, jasa, dan manufaktur rumahan) dengan 42 pemilik/manager sebagai peserta aktif. Pada asesmen awal, 83% UMKM menyatakan rekrutmen masih mengandalkan rujukan personal/word-of-mouth dan poster sederhana, sementara 17% pernah mencoba platform digital namun tidak berkelanjutan. Hambatan utama yang teridentifikasi: (1) keterbatasan literasi digital rekrutmen (menyusun deskripsi pekerjaan/JD yang menarik dan jelas), (2) minimnya waktu untuk menyaring lamaran, (3) persepsi bahwa platform daring “mahal” atau “rumit”, dan (4) ketidakjelasan standar seleksi (kriteria, uji, dan tata kelola arsip pelamar). Skor pengetahuan awal (pre-test 10 butir) rata-rata 42/100; kepercayaan diri (self-efficacy) memanfaatkan platform rekrutmen

dinilai 2,6/5.

B. Peningkatan Literasi Dan Kesiapan Rekrutmen Digital

Setelah rangkaian workshop dan klinik pendampingan, terjadi peningkatan yang konsisten di tiga aspek: pengetahuan, keterampilan praktis, dan kepercayaan diri. Skor pengetahuan pasca-pelatihan (post-test) naik menjadi 81/100; self-efficacy meningkat ke 4,3/5. Dari sisi kesiapan operasional, 26/30 UMKM (86,7%) berhasil membuat dan memverifikasi akun pemberi kerja di JobStreet, dan 24/30 (80%) membuat akun di Glints. Kelengkapan profil perusahaan (logo, ringkasan bisnis, alamat, tautan media sosial, SOP singkat rekrutmen) yang sebelumnya tuntas pada 6 UMKM (20%), naik menjadi 25 UMKM (83%). Penerapan template JD terstandar — yang memuat ringkasan peran, tanggung jawab inti, indikator kinerja utama (KPI), kualifikasi minimal, rentang kompensasi, dan value proposition perusahaan — mendorong skor mutu JD (rubrik 0–100) meningkat dari 48 menjadi 86.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan

C. Adopsi Platform Dan Output Posting Lowongan

Selama periode pendampingan (± 6 minggu), peserta mempublikasikan 78 lowongan (JobStreet 46, Glints 32). Total lamaran yang masuk tercatat 1.214; rerata 15,6 pelamar per lowongan (median 13). Menggunakan filter yang diajarkan (kata kunci, pengalaman, lokasi, dan kesesuaian gaji), UMKM menyeleksi 218 kandidat ke shortlist ($\approx 18\%$ dari total pelamar). Dari shortlist, 152 kandidat dijadwalkan

wawancara ($\approx 12,5\%$ dari total pelamar) melalui telepon/video singkat (screening 10–15 menit) dilanjutkan wawancara terstruktur berbasis kompetensi (30–45 menit). Dalam periode yang sama, 31 offer dikeluarkan dan 19 kandidat resmi bergabung. Time-to-hire median turun dari 27 hari (baseline historis peserta) menjadi 16 hari pada lowongan yang terisi, sementara cost-per-hire (biaya iklan, waktu seleksi, dan administrasi) turun estimasi $\approx 38\%$ karena pemakaian template, filter awal yang rapi, dan jadwal wawancara yang disiplin.

D. Perbaikan Kualitas Proses dan Kandidat

Kualitas funnel rekrutmen tampak dari penurunan drop-off antara shortlist dan jadwal wawancara: semula banyak kandidat tidak merespons, setelah perbaikan SLA komunikasi (balasan maksimal 48 jam, pengingat otomatis, pesan standar yang sopan) tingkat kehadiran wawancara naik dari estimasi 58% menjadi 79%. Penggunaan panduan interview terstruktur dan lembar penilaian kompetensi (3–5 indikator perilaku per peran) memperkecil bias dan mempercepat keputusan. Pada tindak lanjut 4–6 minggu pasca onboarding, 84% karyawan baru masih aktif bekerja; mayoritas (sekitar 72%) dinilai memenuhi ekspektasi minimal kinerja (berdasarkan evaluasi singkat atasan: ketepatan waktu, kualitas kerja, dan kemampuan belajar).

Studi kasus 1 – UMKM kuliner (12 karyawan).

Sebelum pendampingan, pemilik mengandalkan rekomendasi teman untuk posisi barista dan kasir, namun sering tidak cocok atau cepat turnover. Dengan template JD yang lebih jelas (jadwal shift, hard/soft skills, jalur karier, tunjangan), lowongan diunggah ke JobStreet (1) dan Glints (1). Dalam 10 hari: masuk 34 lamaran, shortlist 9, wawancara 6, offer 2, dan 1 kandidat bergabung di minggu ke-3. Pemilik melaporkan learning curve kandidat baru lebih cepat karena kesesuaian ekspektasi dan kejelasan SOP; complaint rate pelanggan pada jam sibuk turun.

Studi kasus 2 – UMKM ritel busana (8 karyawan).

Tantangan awal: deskripsi pekerjaan sales associate terlalu umum, jam kerja tidak jelas, dan rencana komisi tidak transparan, sehingga lamaran minim. Setelah revisi JD dan penajaman employer value proposition (pelatihan visual merchandising, diskon karyawan, rotasi toko), lowongan dipasang di Glints dan diboost organik melalui media sosial. Hasil: 27 lamaran, shortlist 7, 5 wawancara, 2 offer, 2 bergabung dalam 14 hari. Penjualan akhir pekan meningkat (dibanding 4 minggu sebelum rekrut) dan pemilik mempertahankan praktik check-in mingguan untuk onboarding.

E. Perubahan Perilaku Kunci dan Artefak Yang Dihasilkan

Tiga perubahan perilaku paling nyata adalah: (1) UMKM mulai mendokumentasikan kriteria seleksi dan alasan keputusan, (2) menerapkan komunikasi proaktif ke pelamar (menginformasikan status lamaran, menutup lowongan dengan note), dan (3) menggunakan kalender kolektif untuk penjadwalan wawancara. Artefak pendampingan yang kini dipakai mandiri: 5 template (JD, screening call, panduan interview, form penilaian, offer letter sederhana), 1 SOP singkat alur rekrutmen (dengan SLA), dan bank pertanyaan berbasis kompetensi untuk 6 peran umum (admin, kasir, sales, barista, operator produksi, social media officer).

F. Hambatan yang muncul dan respons perbaikan

Beberapa UMKM terkendala waktu respon (pemilik merangkap banyak fungsi), sehingga lamaran basi. Solusi: auto-reply dan batching screening 2x/hari. Sebagian peserta menilai fitur berbayar/iklan unggulan sulit dijangkau; program merekomendasikan strategi mix (posting organik + optimasi JD + cross-posting terbatas) yang tetap menghasilkan aliran pelamar. Ada juga ketimpangan literasi — misalnya kesulitan mengunggah dokumen legal untuk verifikasi perusahaan — yang diatasi lewat klinik 1:1 dan checklist langkah demi langkah. Terakhir, sebagian pelamar tidak membaca JD secara tuntas; perbaikan struktur JD (ringkasan 3–4 poin di awal) menurunkan lamaran tidak relevan.

Tabel 1. Indikator Kuantitatif Utama (Ringkasan)

Indikator Kunci	Sebelum (Baseline)	Sesudah (±6 minggu)
UMKM dengan profil perusahaan lengkap di platform	6 (20%)	25 (83%)
Skor mutu JD (0–100)	48	86
UMKM aktif posting lowongan	7 (23%)	26 (87%)
Lowongan terpublikasi	–	78
Total lamaran masuk	–	1.214
Rerata pelamar/lowongan (median)	–	15,6 (13)
Kandidat <i>shortlist</i>	–	218 (18%)
Kandidat diwawancarai	–	152 (12,5%)
<i>Offer</i> dikeluarkan	–	31
Posisi terisi (hire)	–	19
<i>Time-to-hire</i> (median, hari)	27	16
<i>Cost-per-hire</i> (estimasi)	100%	↓ ~38%
Retensi awal karyawan baru (4–6 minggu)	–	84%
Kepuasan peserta (1–5)	–	4,6

Sumber: Data Primer

Pada clinic tindak lanjut, 73% UMKM yang merekrut berkomitmen menjaga praktik baru: memperbarui JD saat evaluasi kinerja triwulanan, menyimpan talent pool pelamar potensial, dan menegakkan SLA komunikasi. Selain dampak rekrutmen, ada spillover positif: beberapa UMKM menstandarkan kontrak kerja sederhana, memperjelas struktur kompensasi, dan menyusun rencana onboarding 7–14 hari, yang sebelumnya belum ada. Ini memperkuat employer branding organik dan meningkatkan pengalaman kandidat.

Pembahasan

A. Digitalisasi Rekrutmen UMKM dalam Konteks Ekonomi Indonesia

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional, dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap hampir 97% tenaga kerja di Indonesia. Namun, di balik kontribusinya yang besar, UMKM menghadapi sejumlah tantangan mendasar, salah satunya keterbatasan dalam mengakses tenaga kerja berkualitas. Selama ini, proses rekrutmen masih sangat konvensional: memanfaatkan jaringan sosial, iklan sederhana di media lokal, atau perekrutan internal melalui rekomendasi kerabat. Cara ini memang hemat biaya, tetapi sering kali berujung pada ketidakcocokan kompetensi, tingginya turnover, dan rendahnya produktivitas karyawan [1].

Dalam konteks transformasi digital, platform rekrutmen daring seperti JobStreet dan Glints menawarkan peluang baru. JobStreet, dengan basis data jutaan pencari kerja, dan Glints, yang populer di kalangan generasi muda profesional, memungkinkan UMKM menjangkau talenta yang lebih beragam dan sesuai kebutuhan. Pemanfaatan platform ini sejalan dengan tren global digital recruitment, di mana perusahaan (besar maupun kecil) mulai mengandalkan online job portals untuk mempercepat time-to-hire dan menurunkan biaya rekrutmen [2]. Bagi UMKM, transformasi ini bukan sekadar efisiensi, melainkan juga bentuk peningkatan daya saing dalam pasar tenaga kerja yang semakin kompetitif.

B. Efektivitas Pendampingan dalam Meningkatkan Literasi Rekrutmen Digital

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada literasi digital rekrutmen UMKM. Skor pengetahuan peserta meningkat dari 42 menjadi 81 (dari skala 100), dan self-efficacy naik dari 2,6 menjadi 4,3 (dari skala 5). Fakta ini menegaskan bahwa pelatihan berbasis partisipatif yang memadukan teori, praktik,

dan pendampingan langsung efektif dalam mengubah cara pandang dan meningkatkan keterampilan manajerial UMKM. Peningkatan ini sejalan dengan temuan [3] bahwa pelatihan berbasis praktik langsung lebih mampu meningkatkan adopsi teknologi pada UMKM dibandingkan pendekatan teoretis semata. Lebih dari itu, keberhasilan peserta membuat akun, melengkapi profil, dan memposting lowongan secara mandiri menunjukkan adanya transfer keterampilan yang berkelanjutan. Dengan demikian, program pendampingan tidak hanya memberikan “pengetahuan sesaat”, tetapi juga membangun kepercayaan diri UMKM untuk terus bereksperimen dan beradaptasi dengan teknologi baru.

C. Dampak pada Efisiensi dan Kualitas Rekrutmen

Salah satu temuan adalah turunnya time-to-hire dari rata-rata 27 hari menjadi 16 hari, serta penurunan estimasi cost-per-hire hingga 38%. Data ini menunjukkan bahwa penggunaan JobStreet dan Glints mampu memangkas birokrasi rekrutmen yang selama ini memakan waktu lama. Dalam literatur manajemen sumber daya manusia, indikator time-to-hire dan cost-per-hire merupakan metrik penting untuk menilai efisiensi proses rekrutmen [4]. Peningkatan efisiensi berarti UMKM dapat lebih cepat mengisi posisi kosong, menjaga kelancaran operasional, dan mengurangi biaya tak langsung akibat kekosongan tenaga kerja.

Selain efisiensi, kualitas kandidat juga meningkat. Dari 1.214 lamaran yang masuk, sebanyak 218 disaring ke shortlist dan 152 diwawancarai, menghasilkan 19 karyawan baru. Tingkat retensi awal mencapai 84% setelah 6 minggu, yang menandakan bahwa kandidat yang direkrut relatif sesuai dengan kebutuhan dan budaya kerja UMKM. Peningkatan kualitas ini dapat dikaitkan dengan perbaikan job description (JD) yang lebih jelas, penggunaan filter platform, serta penerapan wawancara berbasis kompetensi. Hasil ini konsisten dengan riset [5] yang menekankan bahwa struktur proses rekrutmen berpengaruh langsung terhadap kualitas karyawan yang direkrut.

D. Perubahan Budaya dan Perilaku Rekrutmen UMKM

Lebih dari sekadar hasil kuantitatif, pendampingan ini juga memicu perubahan perilaku. Sebelum program, sebagian besar UMKM tidak mendokumentasikan proses seleksi, jarang memberi umpan balik kepada pelamar, dan tidak memiliki standar evaluasi kandidat. Setelah program, mereka mulai menggunakan SOP rekrutmen sederhana, form penilaian kandidat, serta komunikasi standar dengan pelamar. Perubahan ini menandakan lahirnya budaya rekrutmen

yang lebih profesional dan transparan. Menurut [6], profesionalisme dalam manajemen SDM bukan hanya hak prerogatif perusahaan besar, melainkan juga penting bagi usaha kecil untuk membangun reputasi positif dan menjaga hubungan jangka panjang dengan karyawan. Transparansi dalam proses rekrutmen juga meningkatkan employer branding UMKM, sehingga di masa depan mereka lebih mudah menarik kandidat berkualitas.

E. Tantangan dan Hambatan dalam Implementasi

Meski hasil positif tercapai, program ini juga menghadapi sejumlah hambatan. Pertama, keterbatasan waktu pemilik UMKM untuk merespons lamaran membuat beberapa kandidat hilang minat. Kedua, keterbatasan anggaran membuat UMKM sulit menggunakan fitur premium platform, meskipun sebenarnya fitur gratis sudah cukup mendukung. Ketiga, disparitas literasi digital masih nyata; beberapa peserta kesulitan pada tahap dasar seperti mengunggah dokumen verifikasi. Hambatan ini mencerminkan kenyataan bahwa adopsi teknologi tidak hanya soal penyediaan platform, tetapi juga kesiapan sumber daya manusia dan keberlanjutan pendampingan. Seperti disampaikan oleh [7] dalam teori Diffusion of Innovations, keberhasilan adopsi inovasi ditentukan oleh faktor kompleks: persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kesesuaian dengan konteks, dan dukungan sosial. Dalam kasus ini, pendampingan berfungsi sebagai change agent yang menjembatani kesenjangan antara teknologi dan praktik nyata di lapangan.

F. Implikasi Praktis bagi UMKM

Secara praktis, pendampingan strategi rekrutmen berbasis platform digital memberi tiga manfaat utama bagi UMKM:

1. Efisiensi proses, waktu dan biaya perekrutan berkurang signifikan, sehingga UMKM dapat lebih fokus pada pengembangan bisnis inti.
2. Kualitas tenaga kerja, kandidat yang masuk lebih relevan karena adanya filter digital dan JD yang lebih baik.
3. Peningkatan profesionalisme, proses rekrutmen terdokumentasi, lebih transparan, dan memberikan pengalaman kandidat yang positif.

G. Kontribusi Teoritis

Dari sisi akademis, program ini menegaskan relevansi teori manajemen SDM modern dalam konteks UMKM. Pertama, teori Human Capital [8] menekankan pentingnya investasi pada manusia sebagai aset strategis. Pendampingan ini membuktikan bahwa meski skala usaha kecil, investasi pada strategi rekrutmen

menghasilkan dampak nyata pada kualitas tenaga kerja. Kedua, teori adopsi teknologi [9] melalui kerangka Technology Acceptance Model (TAM) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat berperan besar dalam mendorong UMKM mengadopsi platform digital. Hasil penelitian ini memperkuat model tersebut, karena peserta yang melihat manfaat nyata (efisiensi, kualitas kandidat) menjadi lebih termotivasi untuk terus menggunakan aplikasi.

H. Keterbatasan dan Rekomendasi

Walau hasil cukup signifikan, terdapat keterbatasan dalam penelitian ini. Pertama, periode evaluasi relatif singkat (6 minggu), sehingga belum bisa memotret retensi jangka panjang atau dampak produktivitas karyawan baru. Kedua, data bergantung pada pelaporan mandiri peserta, yang berpotensi bias. Ketiga, jumlah UMKM masih terbatas (30 usaha), sehingga generalisasi hasil perlu dilakukan hati-hati. Untuk penelitian dan program mendatang, perlu dilakukan pendampingan jangka panjang (3–6 bulan), evaluasi dampak produktivitas karyawan baru, serta integrasi dengan pelatihan lain seperti manajemen kinerja atau employee engagement. Selain itu, kolaborasi dengan pemerintah daerah, asosiasi UMKM, atau platform digital lain dapat memperluas jangkauan dan memastikan keberlanjutan program.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pendampingan strategi rekrutmen pegawai bagi UMKM melalui aplikasi digital seperti Jobstreet dan Glints telah memberikan kontribusi positif bagi peningkatan kapasitas manajerial dan operasional UMKM di Desa Cibusah Jaya. Pendampingan ini menunjukkan bahwa proses rekrutmen berbasis teknologi mampu memberikan alternatif solusi yang lebih efisien, terarah, dan kompetitif dibandingkan dengan metode tradisional seperti rekomendasi personal atau perekrutan informal. Melalui penggunaan platform digital, UMKM dapat memperluas jangkauan kandidat, menemukan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan spesifik usaha, serta memperkuat profesionalisme dalam manajemen sumber daya manusia.

Selain itu, hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pemilik UMKM terhadap pentingnya sistem rekrutmen yang terstruktur. Para pelaku UMKM yang semula hanya mengandalkan jaringan lokal kini lebih terbuka terhadap penggunaan teknologi digital untuk mencari kandidat yang berkualitas. Pendekatan

ini bukan hanya meningkatkan kualitas sumber daya manusia, tetapi juga memperkuat daya saing UMKM di tengah perkembangan pasar kerja yang semakin kompetitif. Dengan demikian, kegiatan pendampingan ini tidak hanya memberikan solusi praktis, tetapi juga menanamkan nilai keberlanjutan dalam pengelolaan usaha.

Berdasarkan hasil dan pengalaman dari kegiatan ini, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan dasar untuk pengembangan program serupa di masa depan:

1. Konsistensi Pendampingan Digital

UMKM membutuhkan dukungan berkelanjutan dalam memanfaatkan aplikasi rekrutmen digital. Oleh karena itu, program pelatihan tidak hanya dilakukan sekali, melainkan secara periodik untuk menyesuaikan perkembangan fitur aplikasi dan tren pasar tenaga kerja.

2. Integrasi dengan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan

Untuk memperluas akses kandidat berkualitas, perlu adanya kerja sama antara UMKM dengan perguruan tinggi, lembaga kursus, dan BLK (Balai Latihan Kerja). Dengan begitu, rekrutmen dapat menghubungkan kebutuhan industri dengan kompetensi lulusan.

3. Peningkatan Literasi Digital UMKM

Tidak semua pelaku UMKM memiliki literasi digital yang memadai. Oleh karena itu, program pelatihan harus menekankan aspek penggunaan teknologi secara praktis, termasuk strategi branding lowongan kerja agar lebih menarik bagi kandidat.

4. Penguatan Jejaring dan Komunitas UMKM

Sebaiknya dibentuk forum atau komunitas UMKM berbasis digital yang dapat saling berbagi pengalaman dalam rekrutmen, memberikan rekomendasi kandidat, serta bertukar informasi tentang praktik terbaik dalam pengelolaan sumber daya manusia.

5. Dukungan Kebijakan dan Infrastruktur

Pemerintah daerah dan lembaga terkait diharapkan memberikan dukungan berupa kebijakan, subsidi pelatihan, maupun infrastruktur digital sehingga UMKM dapat lebih mudah mengakses teknologi rekrutmen modern.

Daftar Referensi

- A. Gideon, "Masa Depan Manajemen Sumber Daya Manusia di Era Digital," *RIGGS J. Artif. Intell. Digit. Bus.*, vol. 4, no. 2, pp. 6557–6561, 2025.
- D. G. Ramadhan, N. H. Hermaya, and Y. Yulistia, "Strategi Digitalisasi Rekrutmen Pegawai di Charitas Hospital Kenten Melalui Pengembangan Aplikasi," in *MDP Student Conference*, 2025, pp. 95–102.
- E. M. Rogers, A. Singhal, and M. M. Quinlan, "Diffusion of innovations," in *An integrated approach to communication theory and research*, Routledge, 2014, pp. 432–448.
- F. D. Davis, R. P. Bagozzi, and P. R. Warshaw, "Technology acceptance model," *J Manag Sci*, vol. 35, no. 8, pp. 982–1003, 1989.
- G. S. Becker, "Human capital," *concise Encycl. Econ.*, vol. 2, pp. 1–12, 2002.
- M. R. Firdaus, "Inovasi Dalam Rekrutmen Asn Di Indonesia: Analisis Lesson-Learned Dari Sistem Meritokrasi Di Singapura Dan Korea Selatan," *J. Bisnis Mhs.*, vol. 5, no. 1, pp. 153–163, 2025.
- N. W. Karyanto, J. P. H. Waskito, and A. Andaryati, "Digitalisasi Konsep Numerology sebagai Alternatif Tools untuk Rekrutmen SDM di Bidang Konstruksi," *ILKOMNIKA*, vol. 5, no. 1, pp. 51–58, 2023.
- N. Adila and L. D. M. Putri, "Digitalisasi Tata Kelola SDM Aparatur di Indonesia," *J. ISO J. Ilmu Sos. Polit. dan Hum.*, vol. 4, no. 2, 2024.
- Y. Purwanto, H. D. H. Dwiyanto, and A. Santoso, "PENGEMBANGAN REKRUTMEN SUMBER DAYA MANUSIA BERBASIS TEKNOLOGI DI LINGKUNGAN TNI GUNA MENINGKATKAN KUALITAS PRAJURIT," *Centurion MSPD J.*, vol. 1, no. 1, pp. 247–260, 2025.