

Strategi Melakukan Proses Rekrutmen Ditengah Buruknya Citra Perusahaan Pialang

Strategies for Conducting Recruitment Processes Amidst the Poor Image of Brokerage Companies

Muhammad Rafif Aledery Wicaksana

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

Sulastri Irbayuni

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

Korespondensi penulis : 21012010396@student.upnjatim.ac.id

Article History:

Received: Oktober 29, 2023;

Accepted: Desember 25, 2023;

Published: Desember 31, 2023

Keywords: Brokerage Company, Recruitment, Broker, Communication, Company Image.

Abstract: *This discussion aims to identify and address the challenges faced by brokerage firms in carrying out employee recruitment processes in the context of poor corporate image. Faced with these challenges, the study adopted a crowdsourcing approach by involving brokers and local communities. Methods included surveys, interviews and group discussions with stakeholders. The discussion identified various challenges faced by the Brokerage Company, such as low community trust, lack of interest of prospective employees to join the company, and communication issues. The review recommended various strategies, including efforts to improve the company's image, and more attractive training programs. It also makes an important contribution towards improving the image of brokerage firms and enhancing their recruitment processes. Integrating the brokerage firm into the local community is expected to strengthen the relationship between the firm and the community and create a better recruitment environment. The results of this study are expected to serve as a guide for Brokerage Firms and similar organizations to overcome similar challenges and build better relationships with the community.*

Abstrak

Pembahasan ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengatasi tantangan yang dihadapi perusahaan pialang dalam melaksanakan proses rekrutmen karyawan dalam konteks citra perusahaan yang buruk. Menghadapi tantangan tersebut, penelitian ini mengadopsi pendekatan crowdsourcing dengan melibatkan broker dan komunitas lokal. Metode meliputi survei, wawancara dan diskusi kelompok dengan pemangku kepentingan. Pembahasan ini mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh Perusahaan Pialang, seperti rendahnya kepercayaan masyarakat, kurangnya minat calon karyawan untuk bergabung dengan perusahaan, dan masalah komunikasi. Pembahasan ini merekomendasikan berbagai strategi, antara lain upaya meningkatkan citra perusahaan, dan program pelatihan yang lebih menarik. Pembahasan yang dilakukan juga memberikan kontribusi penting terhadap upaya meningkatkan citra perusahaan pialang dan meningkatkan proses perekrutannya. Dengan mengintegrasikan perusahaan pialang ke dalam komunitas lokal, diharapkan dapat mempererat hubungan antara perusahaan dan komunitas serta menciptakan lingkungan penerimaan pegawai yang lebih baik lagi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi Perusahaan Pialang dan organisasi serupa untuk mengatasi tantangan serupa dan membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat.

Kata Kunci: Perusahaan Pialang, Rekrutmen, Broker, Komunikasi, Citra Perusahaan

PENDAHULUAN

Tantangan utama yang dihadapi perusahaan pialang saat ini adalah buruknya citra perusahaan. Citra negatif ini bisa muncul karena banyak faktor, antara lain skandal keuangan, pelanggaran etika, atau masalah lain yang mencoreng reputasi perusahaan. Selain Citra buruk, Kepercayaan masyarakat terhadap Perusahaan Pialang ini dapat menghambat divisi HRD untuk menarik dan mempertahankan SDM berkualitas di industri ini. Dalam konteks pembahasan ini bertujuan untuk mengkaji tantangan yang dihadapi perusahaan pialang dalam melaksanakan proses rekrutmen karyawan yang memiliki citra perusahaan buruk. Proses rekrutmen yang efektif merupakan faktor penting dalam memastikan perusahaan memiliki sumber daya manusia yang berkualitas untuk menjalankan kegiatan usahanya. Namun, citra perusahaan yang negatif dapat membuat calon karyawan enggan bergabung dengan perusahaan tersebut, sehingga sulit menarik dan mempertahankan SDM berkualitas. Dalam upaya mengatasi tantangan tersebut, pembahasan ini akan mengadopsi pendekatan pengabdian masyarakat yang melibatkan perusahaan pialang dan masyarakat lokal. Kolaborasi antara dunia usaha dan komunitas lokal akan membantu mengidentifikasi solusi yang sesuai dan berkontribusi positif dalam meningkatkan citra perusahaan pialang dan proses perekrutan calon karyawan mereka.

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang ketat, dengan adanya citra perusahaan yang buruk banyak karyawan yang keluar masuk dari Perusahaan. Oleh karena itu, citra perusahaan memiliki peran penting dalam menentukan keberlanjutan operasional dan perkembangan organisasi. Perusahaan Pialang sebagai pemeran utama dalam dunia pasar modal tidak boleh mengesampingkan citra perusahaan. Karena, demi menunjang kepercayaan masyarakat, maka perusahaan pialang dilarang menawarkan keuntungan yang besar dan cepat tanpa menginformasikan resiko – resikonya. Kejadian seperti itulah yang membuat citra Perusahaan Pialang menjadi buruk.

Citra perusahaan adalah kunci keberhasilan dalam keberlangsungan Perusahaan Pialang. (Istighfarin, 2020), strategi pemulihan citra atau image repair theory ini adalah mempertimbangkan untuk memberikan respon yang cepat dan tepat terhadap serangan atau keluhan yang terjadi pada masa krisis. Dalam era informasi dan teknologi yang semakin meningkat, persepsi masyarakat terhadap integritas dan etika perusahaan memiliki dampak yang amat sangat signifikan. Tantangan yang kerap dihadapi oleh Perusahaan Pialang adalah bagaimana mereka mempertahankan serta memperbaiki citra mereka di mata masyarakat, investor, dan pihak terkait lainnya.

METODE

Metode yang dilakukan pada kegiatan pengabdian ini menggunakan media sosial dan berdiskusi dengan masyarakat sekitar. Metode edukasi offline atau langsung dengan mengundang masyarakat, dan mahasiswa. Dan juga saya menggunakan media online yaitu social media, forum forum yang berada di Facebook, Instagram maupun tiktok dengan cara menyebar Poster atau postingan mengenai Lowongan pekerjaan. Sosialisasi yang dilaksanakan dengan menjelaskan mengenai profil perusahaan dan bisnis dari perusahaan PT. Victory Internasional Futures

HASIL

Capaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini membuahkan hasil berupa mulai munculnya kepercayaan masyarakat terhadap Perusahaan Pialang setelah adanya sosialisasi dan edukasi yang jelas dari penulis dan pihak perusahaan. Kegiatan ini merupakan hasil dari magang mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur pada program magang mitra MBKM selama kurang lebih lima bulan di PT. Victory International Futures. Dengan seperti ini masyarakat mulai melek akan hal perdagangan berjangka dan komoditi serta menurunnya kekhawatiran masyarakat terhadap Perusahaan Pialang. Dengan begitu antusiasme masyarakat mengenai investasi, perdagangan berjangka dan komoditi menjadi meningkat. Selain itu masyarakat jadi berminat mempelajari mengenai dunia perdagangan berjangka dan komoditi. Selain itu masyarakat juga bisa lebih berhati hati terhadap tawaran dari oknum - oknum marketing yang menawarkan jasa dari Perusahaan Pialang yang tidak resmi.

Perusahaan tempat penulis magang juga mulai gencar dalam memberikan edukasi serta sosialisasi kepada pegawai, kemudian perusahaan juga mulai mendorong semangat pegawainya untuk mengikuti ujian Sertifikasi oleh Wakil Pialang, supaya bisa memiliki sertifikat dan bisa memberikan kepercayaan yang kuat kepada masyarakat serta mengubah citra Perusahaan Pialang menjadi lebih baik. (YUSTINE, 2020), citra merupakan salah satu asset terpenting dari perusahaan atau organisasi yang selayaknya terus menerus dibangun dan dipelihara. Citra yang baik merupakan perangkat kuat, bukan hanya untuk menarik konsumen dalam memilih produk atau perusahaan, melainkan juga dapat memperbaiki sikap dan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan.

Perusahaan juga sudah mulai mengevaluasi serta meneliti poster lowongan pekerjaan agar dapat sesuai dengan peraturan yang dibuat oleh BAPPEBTI untuk disebarluskan di media cetak atau media sosial. Serta, perusahaan melarang keras memberikan lowongan pekerjaan

dengan dalih menjadikan Calon Nasabah ataupun Nasabah.

Dengan cara - cara seperti yang telah dijelaskan tentunya akan mengubah mindset masyarakat dan citra buruk Perusahaan Pialang. Ini bukanlah hal yang buruk, melainkan, hanyalah oknum tidak bertanggung jawablah yang memperburuk dan menipu masyarakat.

DISKUSI

Kegiatan pengabdian ini membahas mengenai Citra Perusahaan Pialang yang telah tercoreng nama baiknya oleh para oknum oknum yang tidak bertanggung jawab. Untuk mengatasi hal ini, PT. Victory Internasional Futures melakukan sosialisasi kepada warga masyarakat berupa edukasi mengenai investasi. (Firdaus, 2023), dalam era modern yang kompleks dan dinamis ini, pemahaman tentang investasi semakin penting bagi setiap individu. Investasi menjadi pintu gerbang untuk mencapai stabilitas keuangan, pertumbuhan kekayaan, dan kemandirian finansial. Sosialisasi ini bertujuan untuk dapat merubah citra buruk Perusahaan Pialang menjadi lebih baik dan terpercaya. Penulis bersama pihak perusahaan bersama sama melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat yang kegiatan tersebut diberi nama Sharing Cari Cuan (SCC).

Selama kegiatan sosialisasi, terungkap bahwa banyak masyarakat yang memandang sebelah mata Perusahaan Pialang karena adanya oknum yang menawarkan keuntungan tinggi dalam kurun waktu cepat. Namun, ketika melaksanakan kegiatan trading, masyarakat malah mengalami kerugian dan oknum yang menawarkan ini melarikan diri dan tidak adanya tanggung jawab. Diharapkan setelah adanya sosialisasi terkait citra Perusahaan Pialang, masyarakat bisa mengerti dan lebih paham lagi mengenai pasar modal dan dunia Trading.

Tidak hanya bersosialisasi, Penulis beserta pihak Perusahaan melakukan Rekrutmen yang mana posternya dibuat oleh sang penulis, kemudian disebar luaskan melalui sosial media Forum lowongan pekerjaan yang ada di Facebook. Dalam melakukan penyebaran poster pada sosial media Facebook dalam forum lowongan pekerjaan, penulis menemukan hal baru. Yang mana, ada beberapa forum yang tidak menerima informasi lowongan pekerjaan pada Perusahaan Pialang. Hal tersebut tentunya terjadi dikarenakan Oknum yang tidak bertanggung jawab. Hal Ini membuat BAPPEBTI merasa penting untuk membuat peraturan mengenai iklan. Menurut (BAPPEBTI, 2014), dalam rangka penegakan hukum dibidang Perdagangan Komoditi dan untuk mengurangi maraknya kasus yang berkaitan dengan penerimaan Calon Nasabah atau Nasabah Pialang Berjangka melalui iklan lowongan pekerjaan di berbagai media cetak maupun elektronik, maka perlu mempertegas larangan mencari Calon Nasabah dengan

dalih lowongan pekerjaan sebagaimana diatur dalam Peraturan Perundang – undangan di bidang Perdagangan Berjangka Komoditi.

(Kartodikromo, Tewel, & Trang, 2017), kinerja karyawan perlu diperhatikan karena peningkatan kinerja karyawan akan membawa kemajuan bagi perusahaan untuk dapat bertahan dalam suatu persaingan lingkungan bisnis yang tidak stabil. Keluar masuknya pegawai juga menjadi salah satu penyebab kurangnya kepercayaan masyarakat mengenai bisnis Trading di Perusahaan Pialang ini. Maka dari itu, pihak perusahaan berusaha untuk memulai memperbaiki Sumber Daya Manusia dari perusahaan. Dengan cara memberikan sosialisasi dan pengarahan sampai pegawai tersebut benar benar paham mengenai bisnis Trading ini. Dan, tidak memberikan tekanan yang berlebih agar pegawai di bagian marketing tidak kewalahan dan akhirnya keluar. Maka, demi menghindari hal hal yang tidak di inginkan, pihak perusahaan berusaha untuk memberikan pengarahan untuk bisa dan lebih handal dalam mendapatkan Nasabah. Selain itu perusahaan – perusahaan pialang juga mendaftarkan pegawai – pegawai mereka untuk ikut ujian sertifikasi wakil pialang. Karena, dengan lulus ujian Sertifikasi Wakil Pialang pegawai tersebut dinyatakan dapat dipercaya dan sudah cukup bekal ilmu yang diperoleh. Tak hanya itu, dengan adanya Sertifikasi oleh Wakil Pialang Nasabah atau Calon Nasabah akan bisa lebih memberikan kepercayaan. Karena, Nasabah bila bergabung tentu akan memberikan uang dengan nominal yang cukup besar. Tidak mudah memberikan kepercayaan kepada orang lain apalagi uang dengan nominal yang bisa dibilang besar.

KESIMPULAN

Metode edukasi kepada masyarakat adalah metode paling ampuh untuk memperbaiki citra buruk Perusahaan Pialang berjangka. Hal ini tentunya, juga turut memperbaiki proses rekrutmen karyawan yang dilakukan oleh rekrutmen Officer. Metode edukasi yang bisa dilakukan adalah melalui sosials media melalui website, website PT.Victory, maupun website resmi dari BAPPEBTI. Dan, edukasi yang dilakukan melalui penyuluhan langsung kepada masyarakat sekitar melalui acara sosialisasi yang diselenggarakan oleh PT. Victory bersama penulis.

Jika dilihat dari sektor pekembangan, sosialisasi yang lebih efektif adalah sosialisasi yang dilaksanakan secara langsung. Karena, masyarakat bisa menyampaikan pertanyaan nya secara langsung. Dengan begitu, pandangan masyarakat terhadap Perusahaan Pialang Berjangka dapat berubah menjadi lebih baik, dan tentunya informasi yang telah ditangkap oleh masyarakat pada saat sosialisasi bisa disampaikan kepada sanak keluarga beserta teman

teman melalui mulut ke mulut. Sehingga, dengan perlahan citra buruk tentang Perusahaan Pialang Berjangka akan menghilang.

PENGAKUAN

Dengan mengucapkan beribu ribu terima kasih yang kami tidak bisa ungkapkan secara lisan. Kami, ingin mengungkapkan pengakuan serta apresiasi kepada HRD kami selaku Pembina dari program Pengabdian Masyarakat mengenai “Buruknya Citra masyarakat tentang Perusahaan Pialang”, Ibu Nuning Esti Palupi yang telah berperan secara langsung maupun tidak langsung dalam mensukseskan kegiatan Pengabdian Masyarakat kami. Terima kasih atas dedikasi serta kerja samanya yang sangat luar biasa. Keberhasilan ini adalah buah dari kolaborasi yang kuat, serta kami dapat bertemu kembali di masa yang akan datang dengan versi kami yang berbeda. Dan tentunya dengan versi kami yang sudah berada di titik sukses kami.

DAFTAR REFERENSI

- BAPPEBTI. (2014, 3 25). *Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi*. Retrieved from Bappebti.go.id: https://bappebti.go.id/resources/docs/peraturan/edaran_kepala_bappebti/law_circular_2014-03-25_09-33-14_se_42.pdf
- Firdaus, A. B. (2023). Sosialisasi Kepada Masyarakat Spazio Mengenai Pentingnya Melek Investasi. *ejournal unimman*, 120-125.
- Istighfarin, F. R. (2020). Peran Public Relation Dalam Mengembalikan Citra Perusahaan : Studi Kasus Apartemen Cinere Bellevue Suites Pasca Kebakaran Tahun 2017. *jurnal intelektual*, 236-245.
- Kartodikromo, E. A., Tewel, B., & Trang, I. (2017). Proses Rekrutmen, Seleksi, Pelatihan Kerja Dan Pengaruhnya Pada Kinerja Karyawan CV. Celebes Indonesia Sakti Mer 99 Mega Mas Manado. *ejournal.unsrat.ac.id*, 354-372.
- YUSTINE, M. T. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 13-24.