

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam Industri maritim global sekarang ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga mendorong peningkatan awak kapal yang berkualitas tinggi dan mampu bersaing dengan awak kapal dari negara negara lain. Laporan dari BIMCO dan ICS juga menyoroti kekurangan saat ini sekitar 26.240 perwira bersertifikat STCW, menunjukkan bahwa permintaan untuk pelaut pada tahun 2021 telah melampaui pasokan (Theotokas et al., 2024). Perusahaan pengawakan kapal yang ada di Indonesia seperti Columbia Shipmanagement Indonesia sendiri dituntut untuk mampu mencari awak kapal yang tidak hanya kompeten dalam bekerja tetapi mampu berkomunikasi dengan awak kapal luar. Perusahaan pengawakan kapal juga harus mampu mencari kandidat yang memenuhi standar internasional seperti memiliki sertifikasi dinas jaga untuk pelaut *Standards of Training, Certification and Watchkeeping for Seafarers* (STCW) (Pipit Mulyah, 2020). Perkembangan dunia pelayaran sekarang ini di pengaruhi oleh kemajuan teknologi sehingga perminatana terhadap awak kapal yang *profesional* juga semakin meningkat. Berdasarkan data dari BIMCO/ICS Seafarer Workforce Report di tahun 2021 menginformasikan bahwa dalam perkembangan industri maritim sekarang ini membutuhkan teknologi yang mendukung dalam mempermudah perdagangan internasional, sehingga permintaan tentang awak kapal yang memiliki jiwa profesionalisme tinggi dan mudah menyesuaikan diri dengan teknologi yang semakin berkembang dalam dunia pelayaran (Arie Setiadi, 1967).

Kualitas pendidikan maritim belum sepenuhnya dapat memenuhi tuntutan industri maritim modern saat ini. Banyaknya institusi pelayaran yang belum mampu menyesuaikan kurikulum pendidikan dengan perkembangan teknologi digital, dan otomatisasi, yang menjadi fokus utama industri pelayaran saat ini (Sharma et al., 2021). Tanpa penyesuaian kurikulum yang relevan, lulusan pendidikan maritim akan terus mengalami kesenjangan kemampuan dengan kebutuhan industri. Hal ini

menyebabkan lulusan mengalami kesulitan dalam menerapkan keterampilan teknis maupun *soft skills* di dunia kerja nyata. Lulusan pendidikan maritim sering kali menghadapi tantangan dalam menerapkan keterampilan teknis dan *soft skills* di lingkungan kerja, karena kurangnya pelatihan praktis dan kolaborasi dengan industri maritim dunia (Barasa et al., 2025). Diperlukan pengembangan dalam pendidikan maritim untuk menghadapi tantangan global yang semakin luas. Investasi dalam fasilitas pelatihan modern dan program magang industri dapat membantu menjembatani kesenjangan ini. Dengan demikian, lulusan akan lebih siap menghadapi dinamika industri maritim yang terus berkembang. Upaya bersama antara pemerintah, institusi pendidikan, dan industri sangat penting untuk menciptakan SDM maritim yang unggul dan kompetitif (Kwartama, 2024).

Sistem rekrutmen awak kapal yang masih mengandalkan metode tradisional dinilai semakin kurang efektif di era digital saat ini. Cara-cara seperti memasang iklan di surat kabar atau majalah memiliki jangkauan terbatas dan proses yang cenderung lambat penyebarannya karena masih dilakukan secara manual. Selain menyita waktu, pendekatan ini juga memerlukan biaya besar dan kerap gagal menjangkau kandidat potensial yang berada di daerah terpencil (Oktaviana & Nadila, 2023). Metode tradisional juga tidak cukup dalam mengukur kemampuan kandidat terhadap kemajuan teknologi yang semakin pesat di mana sangat dibutuhkan di dalam kompetensi industri maritim saat ini (Hyderabad, Sindh, 2025). Karena itu, perusahaan perlu mengadopsi pendekatan rekrutmen yang lebih inovatif agar tetap mampu bersaing secara global. Penggunaan *platform* digital serta media sosial terbukti mampu memperluas jangkauan pencarian talenta dan mempercepat proses seleksi secara keseluruhan (Bagus Susanto et al., 2024).

Generasi muda menunjukkan cara yang sangat berbeda dalam mencari pekerjaan dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka lebih cenderung memanfaatkan berbagai *platform online* seperti LinkedIn, Instagram, dan media resmi perusahaan untuk mencari informasi mengenai lowongan kerja (Hyderabad, Sindh, 2025). Generasi muda juga menaruh harapan besar pada proses rekrutmen yang berlangsung secara cepat, transparan, dan komunikatif (Prihatiningsih & Susanti, 2023). Kandidat yang akan melamar biasanya akan mengabaikan

lowongan yang tidak memberikan informasi penting secara lengkap misalnya mengenai besaran gaji, sistem kerja, hingga jenis kapal (Jatmiko et al., 2024). Di mana perusahaan harus menyesuaikan strategi rekrutmen agar dapat menarik perhatian generasi muda yang memiliki pola pikir kritis dan memiliki potensi yang berkualifikasi tinggi (Isyraqi & Prawirosastro, 2024). Dengan media sosial, perusahaan dapat menjangkau kandidat potensial secara lebih luas ke seluruh daerah di Indonesia serta mampu bersaing. *Branding* perusahaan di ranah digital juga menjadi faktor penting, reputasi yang baik secara positif dapat meningkatkan ketertarikan calon awak kapal terhadap perusahaan pelayaran yang akan dilamar (Sivertzen et al., 2013). Dengan memahami strategi rekrutmen berbasis media sosial ini secara mendalam, perusahaan dapat mengembangkan proses rekrutmen yang lebih efektif dan luas (Prihatiningsih & Susanti, 2023). Langkah ini pada akhirnya akan membantu perusahaan dalam memilih serta mempertahankan awak kapal yang terbaik di tengah persaingan calon awak kapal yang mampu bersaing di dunia global.

Media sosial memiliki berpotensi sangat besar untuk mendukung proses rekrutmen awak kapal secara lebih luas dan efektif (Wijoyo et al., 2023). Di Indonesia, penggunaan sosial media sangat tinggi, sehingga membuka peluang bagi perusahaan untuk menjangkau kandidat berkualitas dari berbagai daerah karena hampir seluruh kalangan menggunakannya. *Platform* seperti Facebook dan LinkedIn tidak hanya mempermudah pencarian kandidat, tetapi juga membantu membangun *branding* perusahaan yang positif dimata pesaing dan calon awak kapal yang ingin bergabung di perusahaan tersebut (Hamzah Muhammad, 2021). Penelitian dari MDPI menyebutkan bahwa penggunaan alat digital seperti wawancara daring dan analitik algoritmik dapat meningkatkan akurasi seleksi (Jeske, D., & Shultz, 2016). Dengan strategi ini, perusahaan dapat menemukan kandidat yang lebih sesuai secara efisien sehingga nantinya menghemat biaya operasional (Ramadhani & Amalina Rizqi, 2024). Konten yang menarik dan informatif di media sosial dapat meningkatkan daya tarik dan minat kandidat terhadap perusahaan pelayaran tersebut. Biasanya perusahaan pelayaran juga dapat memanfaatkan fitur iklan berbayar untuk menargetkan audiens yang spesifik. Dengan strategi yang tepat,

media sosial dapat dimanfaatkan sebagai alat yang ampuh dalam menarik dan merekrut talenta terbaik dari berbagai daerah di Indonesia. Konten yang kreatif dan inovatif di media sosial dapat dijadikan strategi dalam proses rekrutmen sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan dalam menghadapi persaingan tenaga kerja di industri maritim.

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat sekarang ini menuntut perusahaan untuk beradaptasi agar tetap mampu bersaing di dunia persaingan industri. Contoh dari adaptasi tersebut seperti pemanfaatan *platform* digital, dan pengukuran efektivitas proses rekrutmen dengan tahap yang jelas. Penelitian di sektor maritim Norwegia menunjukkan bahwa digitalisasi dalam rekrutmen dapat mengurangi waktu perekrutan dan mengatasi kekurangan tenaga kerja (Jagatheesaperumal et al., 2024). Dengan strategi yang terstruktur, perusahaan pelayaran dapat menjangkau lebih banyak kandidat dan meningkatkan kualitas seleksi (Bondarouk & Brewster, 2016). Manfaat dari strategi adaptasi juga memberikan dampak terhadap pengurangan biaya dan peningkatan kualitas kandidat secara keseluruhan. Selain itu, penggunaan teknologi juga dapat membantu dalam menyaring kandidat yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan sehingga setiap posisi yang dibutuhkan dapat terpenuhi (Mukhtar & Masradin, 2023). Implementasi strategi rekrutmen melalui media sosial menjadi langkah penting dalam pemenuhan tenaga kerja di industri maritim dan membantu perusahaan dalam mempertahankan awak kapal yang memiliki potensi yang tinggi.

Masalah utama dalam penelitian ini adalah belum optimalnya efektivitas strategi rekrutmen berbasis media sosial dalam merekrut awak kapal yang tepat secara cepat, efisien, dan berkualitas. Meskipun media sosial memberikan jangkauan luas, pengalaman kandidat yang beragam, *branding* perusahaan yang menarik, dan kualitas kandidat yang unggul, belum ada bukti kuat bahwa keempat indikator tersebut secara signifikan berdampak terhadap keberhasilan rekrutmen yang diukur melalui efisiensi waktu, pemenuhan posisi, pengurangan biaya operasional, dan peningkatan performa kerja awak kapal. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi mendalam agar strategi rekrutmen digital yang digunakan benar-benar mampu menjawab kebutuhan perusahaan pelayaran dalam menciptakan

proses rekrutmen yang efektif, kompetitif, dan sesuai standar industri maritim modern.

Sekarang ini telah banyak penelitian yang membahas mengenai rekrutmen digital di sektor umum, tetapi masih sangat sedikit studi yang membahas tentang implementasi sosial media dalam rekrutmen awak kapal secara khusus (Acharya, 2022). Industri maritim memiliki cara yang berbeda dari pendekatan proses rekrutmen sektor lain (Sumartono, 2024). Sampai saat ini, masih sedikit proses strategi yang terbukti efektif dan mampu mendapatkan kandidat yang memenuhi standar pasar global secara nyata dalam proses rekrutmen awak kapal melalui *platform* digital seperti sosial media (Socoliuc et al., 2024). Oleh karena itu perlunya penelitian khusus untuk mengevaluasi dan mengembangkan pendekatan baru yang berbasis bukti tentang efektifnya penggunaan media sosial terhadap proses rekrutmen SDM awak kapal ke depannya (Pekdas et al., 2024). Penulis memilih judul Strategi Implementasi Rekrutmen Berbasis Sosial Media Terhadap Tingkat Keberhasilan Perekrutmen Awak Kapal, untuk mengevaluasi efektivitas implementasi strategi rekrutmen berbasis media sosial serta sejauh mana strategi tersebut mampu meningkatkan keberhasilan perekrutan awak kapal, baik dari segi kecepatan, kualitas kandidat, maupun jangkauan pencarian tenaga kerja yang lebih luas sehingga memenuhi posisi yang dibutuhkan dan performa kerja awak kapal.

1.2. Identifikasi Masalah

Kemajuan yang menuntut perusahaan pelayaran untuk memperoleh kandidat yang terbaik untuk meminimalisir biaya operasional rekrutmen digital dirasa sebagai suatu solusi atau terobosan untuk mendapatkan pelaut dengan cara yang mudah dan biaya yang efisien dibandingkan dengan metode konvensional. proses rekrutmen konvensional sering kali memerlukan waktu yang panjang, biaya tinggi, serta keterbatasan dalam menjangkau calon kandidat yang potensial dari berbagai wilayah. Kondisi ini menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan pelayaran, khususnya dalam memenuhi kebutuhan awak kapal secara cepat, tepat, dan berkualitas. Oleh karena itu, rekrutmen berbasis sosial media mulai dipandang sebagai alternatif strategis yang lebih efisien dan modern. *Platform* seperti

LinkedIn, Instagram, atau Facebook memungkinkan perusahaan menjangkau lebih luas calon pelamar, memperkuat *branding*, sekaligus menyaring kandidat melalui fitur-fitur digital yang tersedia.

1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini dilakukan langsung pada seluruh awak kapal yang ada di Indonesia, melalui perusahaan yang bergerak di bidang manajemen awak kapal. Fokus utama penelitian ini adalah mengevaluasi penerapan strategi rekrutmen berbasis media sosial dan dampaknya terhadap keberhasilan rekrutmen awak kapal. Seiring dengan berkembangnya teknologi digital, penggunaan *platform online* seperti LinkedIn dan Instagram dalam proses rekrutmen semakin meningkat. Oleh karena itu, penelitian ini hanya akan menganalisis sejauh mana media sosial dapat membantu perusahaan dalam mendapatkan awak kapal yang memenuhi STCW (Standards of Training, Certification, and Watchkeeping for Seafarers).

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel utama yang menjadi objek penelitian. Variabel bebas (X1) adalah strategi rekrutmen berbasis media sosial, yang meliputi pemanfaatan *platform online* untuk menjangkau calon awak kapal secara luas, menyaring kandidat yang memiliki pengalaman yang sesuai, menetapkan standar kualitas yang harus dimiliki calon awak kapal yang akan bergabung dan *branding* yang dibangun perusahaan untuk menarik kandidat. Sementara itu, variabel terikat (Y) adalah keberhasilan rekrutmen awak kapal, yang diukur berdasarkan tingkat efisiensi waktu yang dibutuhkan dalam perekrutan dari penyebaran lowongan pekerjaan melalui media sosial hingga bergabungnya awak kapal di kapal, Biaya operasional yang dikeluarkan saat proses rekrutmen, tingkat pemenuhan posisi yang dibutuhkan, dan performa kerja awak kapal setelah proses rekrutmen dilakukan melalui media sosial. Penelitian ini tidak akan membahas strategi rekrutmen melalui metode lain di luar media sosial maupun faktor eksternal yang memengaruhi rekrutmen awak kapal.

Penelitian ini dilakukan dari Agustus 2024 hingga Juni 2025 untuk memastikan data yang diperoleh mencerminkan kondisi saat strategi rekrutmen berbasis media sosial di perusahaan manajemen awak kapal di implementasikan.

Periode yang dipilih merupakan waktu selama saya melaksanakan prasurvey di perusahaan manajemen awak kapal daerah Bekasi yaitu Columbia Shipmanagement Indonesia. Perusahaan aktif dalam proses rekrutmen dengan memanfaatkan media sosial untuk penyaringan awak kapal yang memenuhi standar internasional sebagian tanggung jawab besar perusahaan *manning agency* Columbia shipmanagmenet Indonesia. Penelitian ini hanya mencakup data dan aktivitas rekrutmen dengan media sosial yang terjadi dalam rentang waktu tersebut, dan tidak mencakup tren historis sebelum atau sesudah periode penelitian.

1.4. Rumusan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab seberapa berpengaruh rekrutmen digital terhadap keberhasilan rekrutmen awak kapal dengan butir pertanyaan sebagai berikut:

- 1.4.1. Apakah jangkauan penyebaran lowongan pekerjaan dengan sosial media berpengaruh terhadap keberhasilan rekrutmen awak kapal?
- 1.4.2. Apakah pengalaman kandidat yang diperoleh melalui rekrutmen digital berpengaruh terhadap keberhasilan rekrutmen awak kapal?
- 1.4.3. Apakah *branding* perusahaan menjadi hal yang penting dalam meningkatkan minat pelamar dalam mengirimkan lamaran pekerjaan di perusahaan tersebut?
- 1.4.4. Apakah kualitas kandidat yang didapat dari rekrutmen digital berpengaruh terhadap keberhasilan rekrutmen awak kapal yang memenuhi standar internasional yang mampu bersaing di dunia global?

1.5. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan menganalisis pengaruh strategi implementasi rekrutmen berbasis media sosial terhadap tingkat keberhasilan perekrutan awak kapal. Secara khusus, tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- 1.5.1. Menilai sejauh mana jangkauan penyebaran informasi lowongan pekerjaan (vacancy) melalui media sosial berdampak pada keberhasilan rekrutmen awak kapal.
- 1.5.2. Mengaji pengalaman kandidat yang melamar dapat mengikuti seluruh satahap rekrutmen melalui media sosial sehingga memenuhi posisi awak kapal yang sedang dicari.
- 1.5.3. Mengevaluasi peran dan pentingnya citra atau *branding* perusahaan dalam menarik minat pelamar untuk mengirimkan lamaran pekerjaan.
- 1.5.4. Menganalisis kualitas kandidat yang diperoleh dari proses rekrutmen digital memenuhi standar internasional dan mampu bersaing di pasar tenaga kerja global.

1.6. Manfaat

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen sumber daya manusia (MSDM) dan manajemen transportasi laut, khususnya dalam hal strategi rekrutmen modern. Adapun manfaat teoritisnya adalah:

a. Pengembangan Literatur MSDM Digital:

Penelitian ini menambah wawasan dalam literatur mengenai pergeseran metode rekrutmen dari konvensional ke digital, khususnya dalam konteks industri maritim.

b. Kontribusi Terhadap Teori Rekrutmen Efektif:

Bagi Akademisi, sebagai penguat teori bahwa media sosial efektif dalam mendukung proses rekrutmen modern. untuk memperoleh kandidat yang berkualitas secara cepat dan efisien.

c. Integrasi Teori *Branding* dan Kualitas SDM:

Perusahaan pelayaran dapat menghubungkan konsep *employer branding* di media sosial dengan dampaknya terhadap minat kandidat untuk melamar di perusahaan tersebut, khususnya di sektor pelayaran.

d. Dasar Penelitian Lanjutan:

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan teoritis untuk penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi penerapan digitalisasi di sektor rekrutmen tenaga kerja khususnya awak kapal.

1.6.2. Manfaat praktis

Penelitian ini juga diharapkan memberikan manfaat nyata bagi berbagai pihak yang terlibat dalam proses rekrutmen awak kapal. Manfaat praktisnya meliputi:

- A. Bagi perusahaan pelayaran: bisa memberikan gambaran tentang pentingnya strategi rekrutmen berbasis media sosial untuk meningkatkan efektivitas waktu dan efisiensi biaya dalam pengisian posisi awak kapal.
- B. Bagi divisi hrd / perekrut: bisa memberikan panduan praktis dalam memaksimalkan fitur-fitur media sosial untuk menjangkau kandidat yang berkualitas dan mempercepat proses seleksi.
- C. Bagi pengambil kebijakan sdm di industri maritim: bisa memberikan dasar pertimbangan dalam menyusun kebijakan rekrutmen yang adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi tenaga kerja.
- D. Bagi awak kapal: dapat membantu memahami bagaimana personal *branding* dan penggunaan media sosial dapat meningkatkan peluang mereka untuk direkrut oleh perusahaan pelayaran.
- E. Bagi lembaga pendidikan maritim: dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun kurikulum atau pelatihan yang berkaitan dengan kesiapan lulusan menghadapi proses rekrutmen digital.