

**ANALISIS PEREKRUTAN DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA
MANUSIA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA INDUSTRI
KREATIF AGENSI PERIKLANAN
(Studi Kasus Pada Sojourner Creative Agency Medan)**

Said Furqan^{1*}, Onan Marakali Siregar²

^{1,2} Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Sumatera Utara, Medan

E-mail: ¹⁾ Saidfurqan00@gmail.com, ²⁾ onanmsiregar@gmail.com

Abstrak

Untuk mendapatkan pegawai yang berkualitas, sebuah organisasi perlu memperhatikan proses rekrutmen dan pengembangan, karena dari rekrutmen akan ditemukan pegawai yang berkompeten atau sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh perusahaan dilakukan pengembangan pegawai agar pengetahuan pegawai dapat meningkat dan dengan pengembangan karyawan dapat membantu mewujudkan tujuan perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana program rekrutmen yang dilaksanakan oleh Sojourner Creative Agency dan untuk menganalisis bagaimana langkah-langkah pengembangan sumber daya manusia untuk meningkatkan kinerja karyawan di Sojourner Creative Agency. Penelitian ini mengumpulkan informasi dari wawancara informan yang terdiri dari informan kunci, informan utama dan informan tambahan. Teknik analisis data menggunakan proses reduksi data, penyajian data dan pembahasan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam proses rekrutmen yang dilakukan oleh Sojourner Creative Agency sudah berjalan dengan baik, perusahaan merekrut karyawan dengan melihat kemampuan dan potensi karyawan di bidang videografi dan fotografi, dalam proses pengembangan karyawan perusahaan berkembang dalam hal memberikan motivasi, pengembangan diri, dan mengembangkan keterampilan karyawan, karyawan juga diawasi dan dievaluasi dalam setiap pekerjaan yang dilakukan dan ini dapat membantu dalam proses peningkatan kinerja karyawan.

Kata Kunci: Rekrutmen, Pengembangan, Kinerja Karyawan

Abstract

To obtain good quality employees, organizations need to pay attention to the recruitment and development process, because from recruitment, competent employees will be found or in accordance with the criteria determined by the company, employee development is carried out so that employee knowledge can increase and with employee development can help realize the goals of the company. This study aims to analyze how the recruitment program is implemented by Sojourner Creative Agency and to analyze how the steps of developing human resources are to improve employee performance at Sojourner Creative Agency. This study collects information from interviewing informants consisting of key informants, main informants and additional informants. The data analysis technique uses the data reduction process, data presentation and discussion. The results of this study show that in the recruitment process carried out by Sojourner Creative Agency has been well pursued, companies recruit employees by looking at the abilities and potential of employees in the field of videography and photography, in the process of developing employees the company develops in terms of providing motivation, self-development, and developing employee

skills, employees are also supervised and evaluated in every job done and this can help in the process of improving employee performance.

Keywords: Recruitment, Development, Employee Performance

1. PENDAHULUAN

Perusahaan-perusahaan selama ini saling berupaya untuk dapat menjadi yang terbaik, terutama pada perusahaan jasa. Oleh karena itu, sumber daya manusia menjadi sangat penting bagi perusahaan, terutama pada perusahaan yang menjual layanan jasa yang bergantung pada kualitas sumber daya manusia untuk memberikan kualitas layanan terbaik (Kasmir, 2016). Perusahaan wajib mengetahui bahwasanya memiliki SDM yang bermutu ialah jawaban atas kemajuan serta persaingan yang ada. Maka daripada demikian, tidak ada jalan yang lain terkecuali melakukan pengoptimalan terhadap potensi sumber daya manusia yang ada. Pada sebuah unit usaha atau organisasi dalam upaya mendapatkan SDM yang berkompeten perlu memperhatikan setiap langkah perekrutan yang dilakukan, terutama pada unit usaha sektor industri kreatif, dalam industri ini melekat dengan keterampilan ataupun kreativitas yang dimiliki oleh setiap individu yang bekerja dalam industri ini (Sutrisno, 2021).

Salah satu unsur penting dalam industri kreatif ialah kreativitas, saat ini kreativitas sulit untuk dibedakan, apakah menjadi tahapan atau proses yang bisa dipelajari atau menjadi karakteristik dari para manusia. Salah satu isu yang menarik guna dijadikannya sebagai suatu pembahasan, yakni tentang ketersediaannya sumber daya manusia yang terampil, kreatif, serta juga profesional dalam bidangnya.

Rekrutmen ialah sebuah tahapan guna memperoleh beberapa pekerja atau karyawan yang bermutu guna mendudukinya sebuah pekerjaan maupun jabatan pada sebuah organisasi maupun perusahaan (A. T. Hasibuan & Prastowo, 2019). Melalui aktivitas rekrutmen tersebut, perusahaan bisa mengetahui perilaku serta juga sifat yang dimiliki oleh seorang pelamar, sehingga organisasi maupun perusahaan bisa melakukan pertimbangan serta melihat apakah pelamar itu sesuai ataupun tidak sesuai dengan budaya organisasi yang sudah diterapkan oleh perusahaan.

Setelah dilakukannya perekrutan karyawan, organisasi tentu akan mendapati permasalahan, permasalahan pada rekrutmen kerap kali ditemukan bahwa karyawan yang didapati belum terlalu memahami secara signifikan terhadap pekerjaan yang dilakukannya, Permasalahan tersebut dapat ditangani dengan perbaikan sumber daya manusia yang dapat dilakukan dengan pengembangan pada SDM, pengembangan ini wajib untuk dilakukan organisasi yang bertujuan agar SDM tersebut mempunyai kompetensi baik itu terhadap keterampilan, pengetahuan, sikap, serta juga kepribadian yang selalu selaras dengan perkembangan, kebutuhan, dan tuntutan zaman.

Pengembangan SDM dapat diartikan sebagai sebuah aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau organisasi dalam waktu tertentu untuk meningkatkan keterampilan dan keahlian sumber daya manusianya dalam organisasi dan pada akhirnya meningkatkan produktivitas organisasi serta pengembangan sumber daya manusia ini dapat melahirkan perubahan sikap karyawan menjadi lebih baik (Heru & Al Fajar, 2015).

Peneliti melakukan penelitian pada Sojourner Creative Agency Medan, unit usaha ini memiliki permasalahan pada tahapan rekrutmen serta pengembangan, Berdasarkan Pra penelitian, pada awal terbentuknya sojourner creative ini mengalami kesulitan dalam merekrut karyawan yang memiliki latar belakang pengetahuan pada agensi periklanan, hal itu dikarenakan sangat sulit untuk menemukan individu yang memiliki kreativitas dan minat pada bidang industri periklanan ini, dan saat sudah menemukan karyawan, Sojourner mendapati kesulitan dalam mengembangkan SDM yang dimiliki, dikarenakan SDM yang ada tidak terbiasa dengan istilah-istilah atau ilmu baru dalam dunia pengeditan dan pengambilan foto maupun video.

Dengan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana program rekrutmen yang dilaksanakan oleh Sojourner Creative Agency dan untuk menganalisis bagaimana langkah-langkah pengembangan sumber daya manusia untuk meningkatkan kinerja karyawan di Sojourner Creative Agency.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pembahasan tentang manajemen sumber daya manusia (SDM) tentulah tidak terlepas dari yang namanya manajemen secara umum. Teruntuk perihal demikian perlu diketahuinya arti mengenai apa yang disebut dengan manajemen menurut dari para ahli dengan memandang dari sudut pandang tertentu. Menurut Hasibuan (2016) mengemukakan bahwasanya manajemen SDM ialah seni serta ilmu yang mengatur antara hubungan dan peranan dari para tenaga kerja agar jauh lebih efisien serta efektif dalam membantu tercapainya target atau tujuan yang dipunyai oleh karyawan, perusahaan, serta juga masyarakat.

MSDM memiliki peran besar untuk mengarahkan orang-orang yang berada di organisasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan, yang mampu bekerja secara efektif dan efisien (Larasati, 2018). Tujuan umum bagian MSDM ialah agar mampu memberikan kepuasan kerja yang maksimal kepada pihak manajemen perusahaan yang lebih mampu membawa pengaruh pada nilai perusahaan baik secara jangka pendek maupun jangka panjang. Lalu definisi SDM menurut Hamali (2016), ialah suatu pendekatan yang strategis terhadap keterampilan, motivasi, pengembangan dan manajemen pengorganisasian tenaga kerja. Maka dari itu Manajemen Sumber Daya Manusia juga menjadi komponen penting dalam kehidupan yang akan menunjang kebutuhan manusia baik dalam organisasi maupun individual.

Perekrutan menurut Hasibuan (2016) adalah usaha mencari dan mempengaruhi calon tenaga kerja agar mau melamar lowongan pekerjaan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Definisi yang serupa juga dikemukakan oleh Nurmansyah dalam Widyani & Putra (2020) yang mendefinisikan rekrutmen sebagai kegiatan untuk mendapatkan tenaga kerja baru untuk mengisi lowongan-lowongan jabatan yang ada pada unit-unit dalam perusahaan. Rekrutmen merupakan hal yang penting bagi perusahaan dalam hal pengadaan tenaga kerja. Jika suatu rekrutmen berhasil dengan kata lain banyak pelamar yang memasukan lamarannya, maka peluang perusahaan untuk mendapatkan karyawan yang terbaik akan menjadi semakin terbuka lebar

Menurut Hasibuan (2016), pengembangan adalah fungsi operasional kedua dari manajemen Personalia, pengembangan perlu dilakukan secara terencana dan

berkesinambungan, agar pengembangan dapat dilaksanakan dengan baik harus lebih dahulu ditetapkan suatu program pengembangan. Pengembangan SDM dilakukan guna menyiapkan pegawai atau karyawan yang akan memegang pertanggung jawaban pekerjaan di era kedepannya. Pengembangan SDM diperlukan agar karyawan dapat beradaptasi ataupun bertahan atas perubahan zaman yang mungkin terjadi kedepannya

Menurut Siagian dalam Hani (2021), menyatakan pengembangan SDM meliputi kesempatan belajar yang bertujuan untuk lebih meningkatkan pengetahuan dan keahlian yang diperlukan dalam pekerjaan yang sedang dijalani. Pengembangan lebih difokuskan untuk jangka panjang. Selanjutnya digunakan untuk mempersiapkan karyawan sesuai dengan pertumbuhan dan perubahan organisasi.

Menurut Osborn dalam (Rahayu, 2017) mengatakan bahwa kinerja adalah sebagai kualitas dan kuantitas dari pencapaian tugas-tugas, baik yang dilakukan individu atau kelompok yang mengikuti tata cara atau prosedur sesuai standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Sedangkan menurut Lawler dan Porter dalam Sutrisno (2016) menyatakan kinerja adalah kesuksesan seseorang dalam melaksanakan tugas. Tercapainya tujuan organisasi hanya dimungkinkan karena upaya para pelaku yang terdapat pada organisasi tersebut. Menurut Simamora (2015) kinerja SDM merefleksikan seberapa baik karyawan memenuhi persyaratan sebuah pekerjaan. Kinerja tidak hanya dilihat dari energi yang dikeluarkan, kinerja diukur dari segi hasil yang dicapai apakah sudah sesuai dengan aturan-aturan yang telah ditetapkan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan mendeskripsikan atas fenomena yang terjadi (Moleong, 2010). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data diambil dari data primer dan data sekunder Penelitian ini mengumpulkan informasi dari mewawancarai para informan yang terdiri atas informan kunci, informan utama dan informan tambahan serta melakukan observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan proses reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan di Sojourner Creative Agency yang mana Sojourner Creative Agency merupakan anak usaha dari PT. Mutiara Hijau yang menjalankan usahanya di bidang industri kreatif jasa periklanan yang berdiri pada tahun 2018.

Tabel 1 Karakteristik Karyawan Sojourner Creative

Indikator		Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	13	76%
	Perempuan	4	24%
Usia	21-22	4	24%
	23-24	7	40%
	25-26	4	24%
	27-28	1	6%
	29-30	1	6%
Pendidikan	SMA	4	23%
	D3	1	6%
	S1	12	71%

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa Karyawan Sojourner Creative didominasi oleh laki-laki dengan persentase 76%, sedangkan sisanya perempuan sejumlah 4 orang (24%). Pada indikator usia Karyawan Sojourner Creative didominasi oleh usia 23-24 tahun sejumlah 7 orang (40%), karyawan yang berusia 21-22 tahun sejumlah 4 orang, 25-26 tahun sejumlah 4 orang, sisanya usia 27-28 tahun dan 29-30 tahun masing-masing 1 orang. Dari latar belakang Pendidikan Karyawan Sojourner Creative didominasi oleh lulusan S1 dengan persentase 71% atau 12 orang, latar belakang Pendidikan SMA sejumlah 4 orang atau 23%, dan D3 dengan persentase 6% atau 1 orang.

1) Perekrutan Karyawan

Perekrutan karyawan pada Sojourner Creative terbagi menjadi tiga bagian yaitu proses perekrutan, metode perekrutan dan sumber perekrutan. Untuk proses perekrutan pada tahap awal perusahaan melakukan identifikasi jabatan atau posisi yang kosong dengan melakukan rapat strategis internal untuk menemukan kebutuhan penambahan karyawan serta pihak manajerial operasional perusahaan melihat terlebih dahulu beban kerja yang ada dan melihat kualitas kerja karyawan, jika beban kerja berlebih yang mengakibatkan kualitas kerja karyawan menurun maka perusahaan akan melakukan penambahan karyawan.

Tahap Selanjutnya perusahaan berusaha mencari atau mengajak para calon karyawan melalui unggahan foto atau video pada media sosial calon karyawan, selain itu perusahaan juga mencari serta mengajak calon karyawan melalui komunitas-komunitas industri videografi dan fotografi, mencari serta mengajak para calon karyawan melalui program-program seminar dan magang yang diselenggarakan oleh perusahaan setiap enam bulan sekali, serta mengajak para calon karyawan yang direkomendasikan.

Tahap selanjutnya ialah seleksi Sojourner Creative Agency telah menetapkan kualifikasi bagi calon karyawannya agar karyawan dapat ditempatkan pada pekerjaan yang tepat, proses seleksi telah dilaksanakan secara sistematis, mulai dari tahapan seleksi administrasi hingga tahap akhir uji standar kriteria, Sojourner Creative Agency melakukan seleksi berkas seperti memastikan calon karyawan asal Warga Negara Indonesia (KTP), telah mencapai usia kerja atau di atas 18 tahun, berkelakuan baik atau tidak pernah tersangkut perbuatan kriminal, Tidak pernah diberhentikan karena tindakan tidak disiplin di

perusahaan sebelumnya (bagi yang sudah pernah bekerja), memiliki minat, hobi dan potensi pada bidang fotografi dan videografi. Dan hal yang lebih penting dalam proses seleksi pada Sojourner Creative Agency ialah dengan menguji beberapa standar kriteria seperti Style dalam edit video atau foto, gaya artistik, tes dasar ilmu-ilmu dalam agensi periklanan, kemampuan komunikasi dan sosial, dan karya apa yang sudah pernah diciptakan.

Tahap selanjutnya ialah penempatan karyawan Sojourner Creative Agency menetapkan pekerjaan karyawan sesuai dengan apa yang dikuasai karyawan, akan tetapi perusahaan tetap melakukan rotasi pekerjaan agar ilmu karyawan terus bertambah, sehingga jika kedepannya ada karyawan yang terkendala hadir maka karyawan lainnya sudah mampu untuk menggantikan sementara karyawan yang berhalangan hadir tersebut.

Pada metode perekrutan Sojourner Creative Agency menerapkan dua metode rekrutmen yaitu metode terbuka dan metode tertutup. Metode terbuka dilakukan untuk merekrut calon karyawan karena dengan metode terbuka lebih banyak pelamar yang dapat diseleksi yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan perusahaan melakukan pengiklanan untuk menarik perhatian calon karyawan. Untuk metode perekrutan tertutup diterapkan untuk merekrut calon karyawan pada posisi-posisi strategis, dilakukan secara tertutup untuk mendapatkan Sumber Daya Manusia yang lebih berkualitas dan dapat dipercaya, perusahaan menerapkan metode tertutup seperti kenaikan jabatan, memprioritaskan rekomendasi-rekomendasi dari orang yang dapat dipercaya.

Sumber rekrutmen karyawan pada unit usaha Sojourner Creative ini berasal dari pengiklanan, komunitas industri kreatif videografi dan fotografi, program magang dan seminar, serta dari rekomendasi dari rekan kerja yang dapat dipercaya, selama ini perusahaan lebih menyukai perekrutan yang berasal dari rekomendasi orang-orang kepercayaan karena lebih mudah untuk dilakukannya pengembangan karena lebih mudah dibina dan diberi penjelasan.

2) Pengembangan Karyawan

Pengembangan pada karyawan Sojourner Creative dilakukan melalui pengembangan motivasi, pengembangan kepribadian, dan pengembangan keterampilan. Pada pengembangan motivasi Sojourner Creative Agency memberikan bentuk motivasi secara kebutuhan fisik yang diberikan perusahaan kepada karyawan ialah dengan pemberian bonus dalam bentuk uang dan peningkatan fasilitas kantor, motivasi secara kebutuhan rasa aman atau keselamatan ialah dalam bentuk penyediaan obat-obatan dan vitamin dan bertanggung jawab atas keselamatan karyawan selama proses pekerjaan berlangsung dan pemberian asuransi jiwa, motivasi secara kebutuhan sosial ialah dalam bentuk penyediaan program *company trip* yang bertujuan agar karyawan dapat berinteraksi semakin baik antar satu dengan yang lain, lalu penyediaan program penyegaran mental atau konseling yang bertujuan sebagai media atau tempat bercerita dan berkeluh kesah jika ada masalah yang dihadapi karyawan, dan seluruh karyawan dibebaskan atas segala macam bentuk pendapat. Sojourner juga memberikan motivasi secara kebutuhan penghargaan ialah dalam bentuk apresiasi dengan pemberian insentif terhadap karyawan.

Pada pengembangan kepribadian Sojourner Creative Agency memberikan hasil *review* performa karyawan setiap bulannya, perusahaan juga melakukan *review* performa komunikasi karyawan, diberikan pelatihan mengenai tata cara produksi, sosialisasi menerus mengenai tata cara penggunaan alat elektronik dan alat produksi seperti kamera dan lainnya.

Perusahaan juga terbuka dengan memberikan ruang bercerita kepada karyawan jika karyawan memiliki masalah yang mengganggu stabilitas emosi para karyawan.

Pada pengembangan keterampilan Sojourner Creative Agency menerapkan diskusi secara langsung dan juga forum diskusi di sosial media dengan agenda mereview karya karya terbaru baik dari hasil perusahaan maupun data yang bisa ditemukan di internet mengenai industri kreatif agensi periklanan dan juga perusahaan melatih setiap karyawan untuk menulis jurnal harian, membiasakan merancang apa yang ingin dilakukan (*moodboard*), memahami kosakata yang tidak umum digunakan, hal tersebut dilakukan demi melatih ide-ide kreatif para karyawan serta perusahaan menerapkan rotasi tim pada setiap proyek, program training dan seminar-seminar agar dapat lebih maksimal dalam menyelesaikan pekerjaan. Pengembangan keterampilan yang dilakukan perusahaan dapat membentuk pola berpikir yang lebih kreatif dan juga dapat membuat kinerja karyawan menjadi lebih maksimal.

3) Kinerja Karyawan

Pada kinerja karyawan Sojourner Creative memperhatikan kuantitas, kualitas, keahlian dan kemampuan bekerjasama.

Pada kuantitas dan kualitas Sojourner Creative Agency menetapkan target dalam penjadwalan dengan terperinci yang diawasi langsung oleh proyek manajer yang selalu mengelola *progress* dan memberikan *update* setiap harinya, perusahaan juga melakukan reward dan punishment kepada karyawan, Perusahaan juga menempatkan orang yang berpengalaman untuk memimpin setiap proyek yang ada agar kualitas pekerjaan lebih terjamin, dan setiap hasil akhir pekerjaan akan di review terlebih dahulu disebuah forum untuk dilakukan pengecekan hasil akhir proyek yang dikerjakan.

Pada keahlian karyawan Sojourner Creative Agency memberikan referensi ide, forum diskusi terbuka untuk membahas isu terkini, program magang dan seminar yang dilakukan.

Pada kemampuan bekerja sama karyawan Sojourner Creative telah memperbanyak aktivitas bersama, baik hal yang berhubungan dengan pekerjaan maupun diluar pekerjaan seperti melakukan kegiatan sosial, dalam meningkatkan kemampuan bekerja sama tim perusahaan melakukan efisiensi pengerjaan proyek dengan memperkerjakan karyawan seminimal mungkin terhadap beberapa proyek atau membagi-bagi karyawan terhadap beberapa proyek yang sedang dikerjakan, akan tetapi pembagian tersebut tetap terukur tidak sampai menurunkan mutu kerja karyawan, hal tersebut dilakukan agar setiap karyawan dapat dengan maksimal melakukan pekerjaannya.

5. KESIMPULAN

Perekrutan yang dilakukan pada Sojourner Creative dilakukan atas dasar identifikasi kebutuhan perusahaan, perusahaan juga menetapkan metode perekrutan secara terbuka untuk karyawan lapangan dan tertutup untuk karyawan posisi strategis. Sumber karyawan berasal dari pengiklanan di media massa, rekomendasi dari komunitas industri kreatif videografi dan fotografi, serta dari rekomendasi dari orang yang dapat dipercaya, akan tetapi ditemukan bahwa perusahaan saat sekarang ini memiliki karyawan yang mayoritasnya tidak memiliki latar belakang ilmu agensi periklanan karena perusahaan masih kesulitan untuk

menemukan karyawan yang memiliki latar belakang pendidikan yang mengetahui ilmu agensi periklanan

Pada pengembangan karyawan Sojourner Creative Agency telah melakukan program pengembangan dengan cara pemberian motivasi dalam bentuk kebutuhan fisik, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial dan motivasi dalam bentuk kebutuhan penghargaan. Sojourner Creative Agency juga menerapkan pengembangan kepribadian dan pengembangan keterampilan karyawan.

Pada proses perekrutan dan pengembangan yang dilakukan oleh Sojourner Creative Agency terhadap kinerja karyawannya telah diusahakan dengan semaksimal mungkin, akan tetapi pada perekrutan yang dilakukan oleh Sojourner Creative Agency ditemukan bahwa perusahaan masih kesulitan dalam menemukan karyawan yang sesuai dengan keinginan yang ditetapkan, maka perekrutan yang dilakukan masih tergolong belum berjalan dengan baik, pada proses pengembangan yang dilakukan telah menerapkan langkah yang baik agar dapat menciptakan kinerja karyawan secara maksimal akan tetapi karena karyawan yang ada masih belum memiliki ilmu yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh Sojourner Creative Agency maka pengembangan karyawan yang dilakukan lebih memakan waktu yang lama.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Prenamedia group.
- Hani, D. A. (2021). *Pengembangan SDM*. CV. Media Sains Indonesia.
- Hasibuan, A. T., & Prastowo, A. (2019). *Kepemimpinan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen sumber daya manusia (revisi)*. Bumi Aksara.
- Heru, T., & Al Fajar, S. (2015). *Manajemen Sumberdaya Manusia Sebagai Dasar Meraih Keunggulan Bersaing. Cetakan Ketiga. Penerbit: Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta*.
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Larasati, S. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Deepublish.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rosda Karya.
- Rahayu, K. W. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Sekretariat Daerah Kabupaten Kutai Timur. *Ekonomia*, 6(1), 177–182.
- Simamora, H. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. STIE YKPN.
- Sutrisno. (2021). Improvement Of Human Resources Competence With Academic Quality Policy In The Economic Sector Of Higher Education Providers In East Java. *Transformational Language, Literature, and Technology Overview in Learning (TRANSTOOL)*, 1(1), 19–28.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55047/transtool.v1i1.104>
- Sutrisno, E. (2016). *Manajemen sumber daya manusia*. Kencana Prenada Media Group.
- Widyani, A. A. D., & Putra, I. W. A. P. (2020). Pengaruh Rekrutmen dan Promosi Jabatan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Sinarmas Cabang Denpasar. *Widya Manajemen*, 2(1), 80–88.