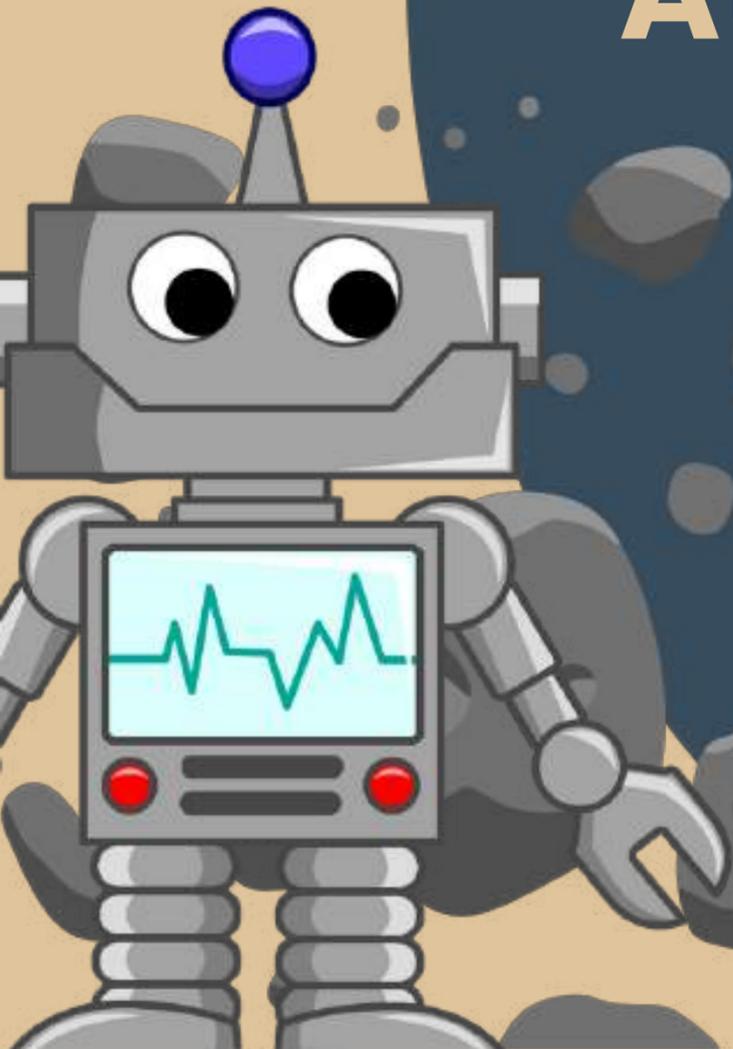


# Building the Talent Pipeline: Attracting and Recruiting the Best and Brightest

Oleh:  
Leslie W. Joyce



# Daftar Anggota



**Adrian Kevin Prathama**  
**2421011024**



**Rizki Novita Putri A**  
**2421011019**



**Talitha Nahda Engrasia**  
**2421011025**

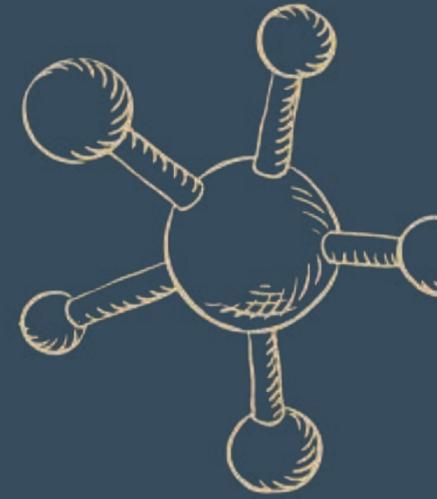


$$\frac{dm}{r^2} \vec{r} = (|\omega|^2 |r| \sin \phi) \hat{a}$$

$\phi$  zenith angle relative

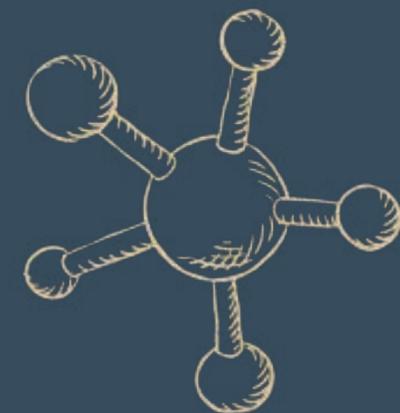
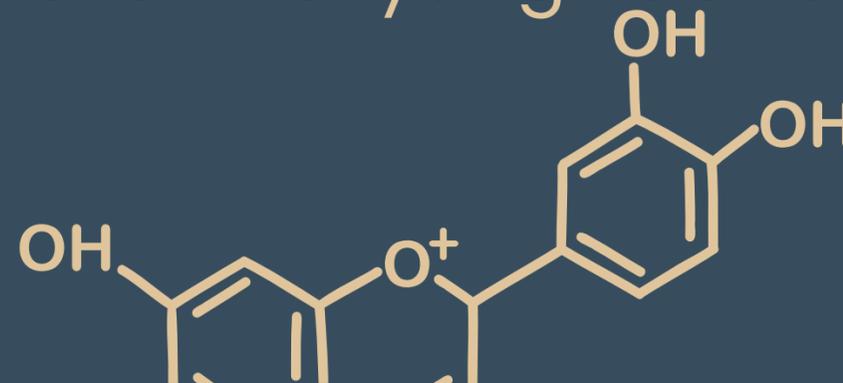
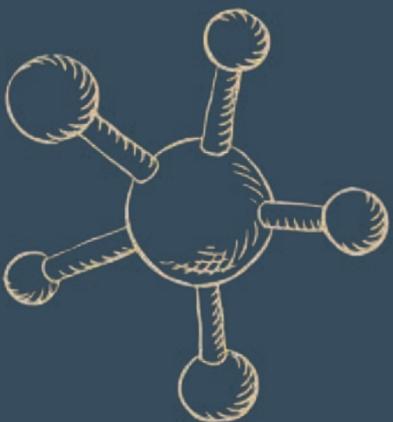
$$-\frac{1}{m} \int_{\infty}^r \vec{F} \cdot d\vec{r} = -\int_{\infty}^r g \cdot d\vec{r}$$
$$\int_S \Omega \cdot d\vec{A} \quad g = -\nabla u$$
$$\frac{m}{r^2} \hat{r} \quad v = \sqrt{\frac{2GM}{r}}$$

# The War for Talent Starts with Attraction



Menarik dan mempertahankan talenta terbaik dimulai dengan daya tarik organisasi. Seperti dalam hubungan, calon karyawan tertarik pada perusahaan karena atribut tertentu yang harus dikomunikasikan secara jelas.

Sebelum menghadapi tantangan retensi karyawan, perusahaan harus mengatasi tantangan akuisisi talenta dengan menciptakan familiaritas yang mengurangi ketakutan akan hal yang tidak dikenal.



$$\Delta\varphi = -\frac{W}{m} = -\frac{1}{m} \int_{r_1}^{r_2} F \cdot dr$$

$$= -\frac{GM}{|r|^2} \hat{r} - (|\omega|^2 |r| \sin\phi) \hat{a}$$

$\phi$  zenith angle relative

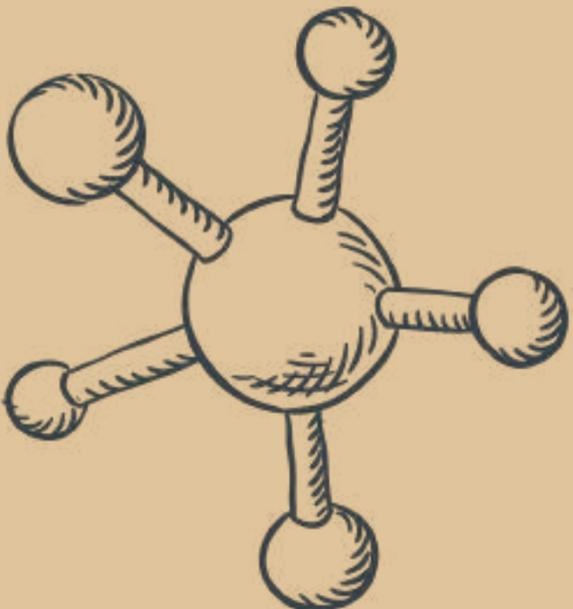
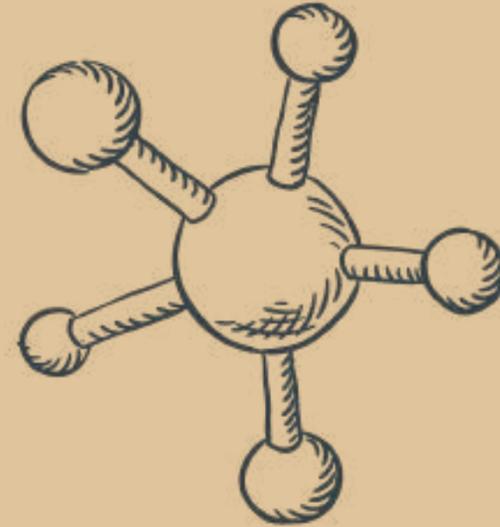
$$= -\frac{1}{m} \int_{\infty}^r F \cdot dr = -\int_{\infty}^r g \cdot dr$$

$$= \int_S \Omega \cdot dA \quad g = -\nabla U$$

$$\frac{GM}{|r|^2} \hat{r} \quad V = \sqrt{\frac{2GM}{r}}$$

## Enam langkah utama dalam menarik talenta terbaik:

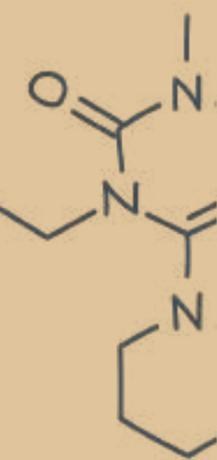
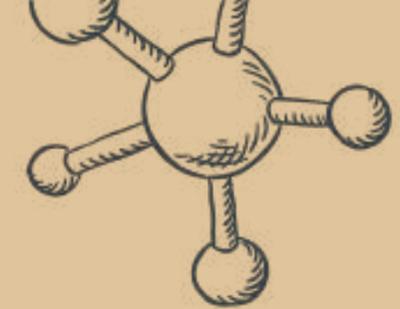
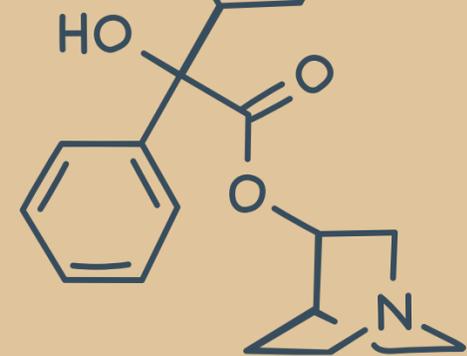
1. Strategi akuisisi talenta – Menyesuaikan strategi perekrutan dengan kebutuhan bisnis.
2. Proposisi nilai kerja (EVP) – Menyampaikan keunikan organisasi dibanding pesaing.
3. Merek pekerjaan (Employment Brand) – Merancang branding yang menarik bagi calon karyawan.
4. Merek talenta & kepemimpinan – Menunjukkan kualitas SDM dan pemimpin di organisasi.
5. Pemilihan kanal rekrutmen – Menggunakan saluran yang paling efektif untuk menjangkau talenta yang diinginkan.
6. Pengukuran kesuksesan – Mengevaluasi efektivitas strategi akuisisi talenta.



$$\hat{H} = \sum_{n=1}^N \frac{\hat{p}_n^2}{2m_n} + V(x_1, x_2, \dots, x_N)$$

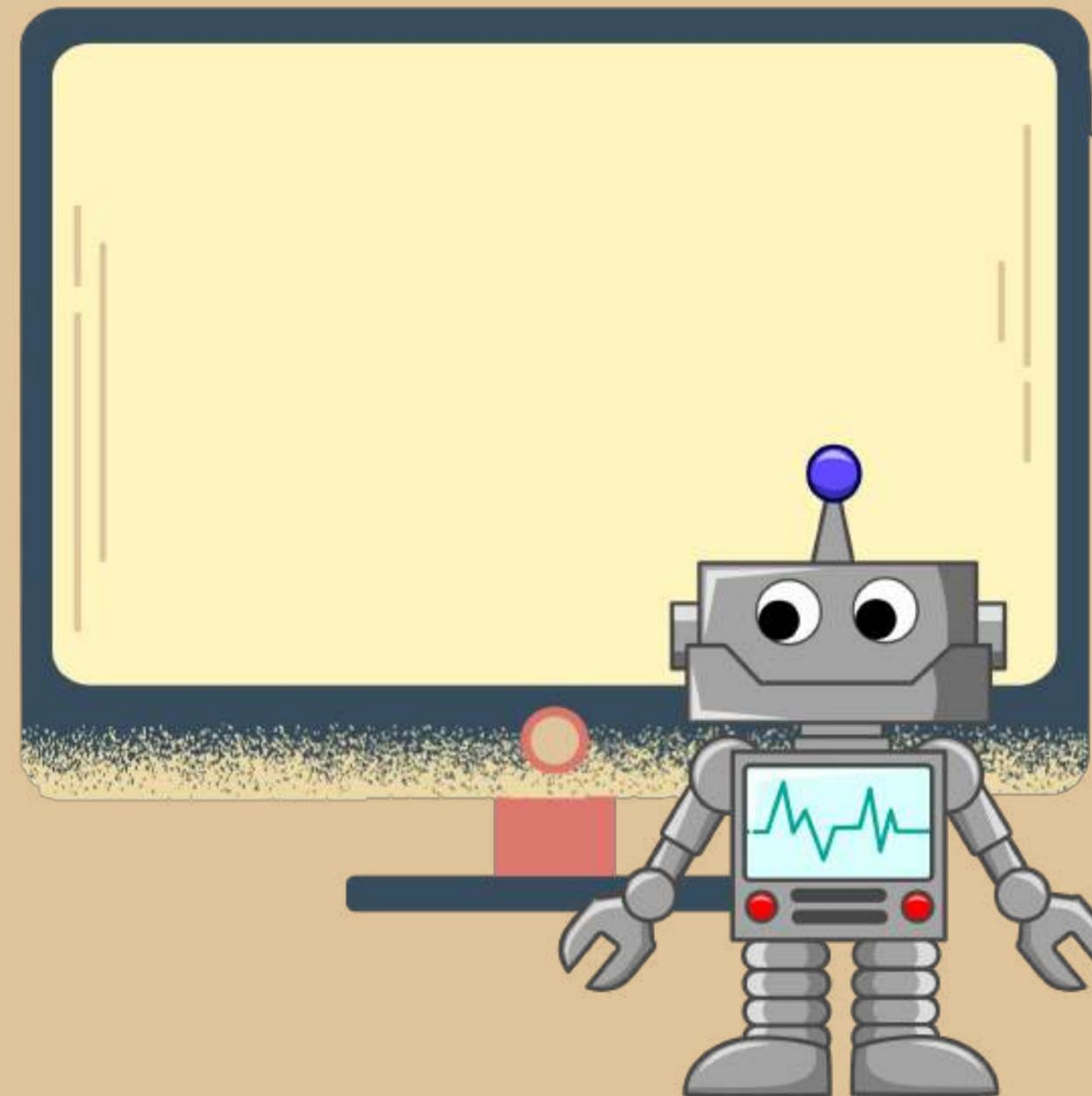
$$= -\frac{\hbar^2}{2} \sum_{n=1}^N \frac{1}{m_n} \frac{\partial^2}{\partial x_n^2} + V(x_1, x_2, \dots, x_N)$$





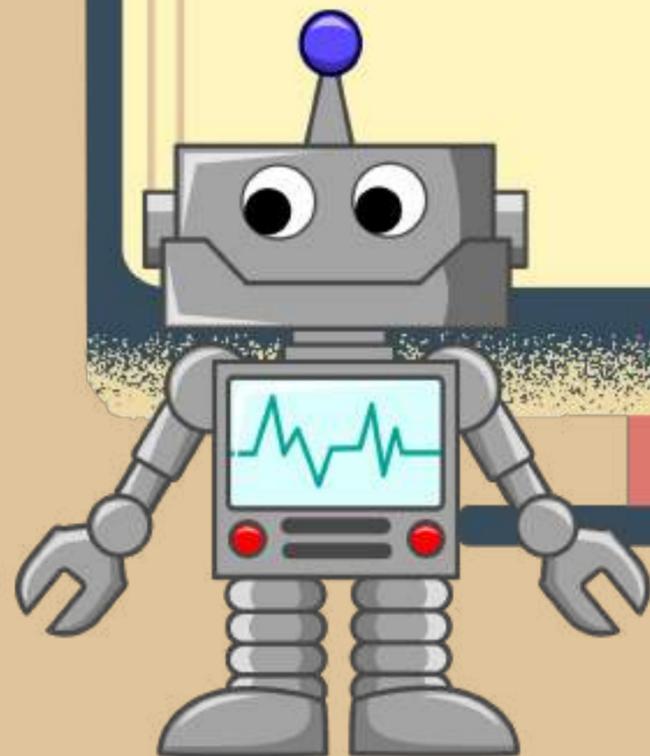
## Step 1: Identifying Your Talent Acquisition

- Strategi organisasi harus menjadi dasar strategi talenta agar selaras dengan visi perusahaan
- Pemahaman posisi kompetitif perusahaan membantu menentukan keunggulan rekrutmen
- Keputusan strategis tentang jenis talenta yang dibutuhkan dan kapan dibutuhkan guna mendukung pertumbuhan bisnis

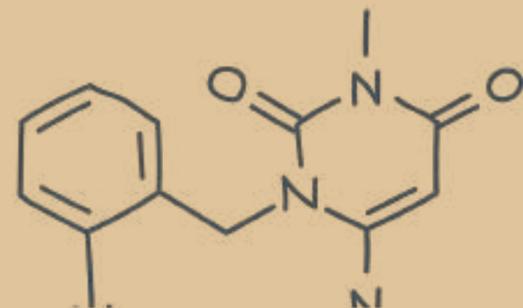


$$\hat{H} = \sum_{n=1}^N \frac{\hat{p}_n^2}{2m_n} + V(x_1, x_2, \dots, x_N)$$
$$h^2 = \frac{N}{1} \partial^2 + V(x_1, x_2, \dots, x_N)$$

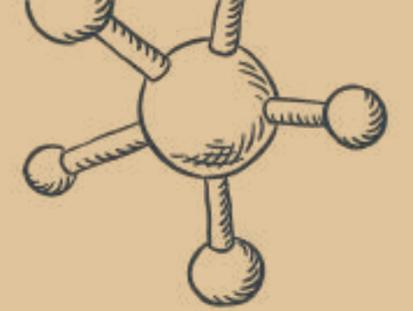
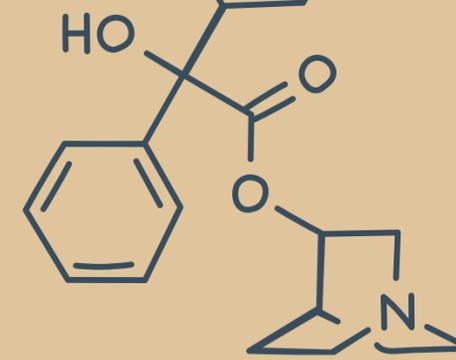
## Step 2: Creating a Compelling Employment Value Proposition



- Diferensiasi: Apa yang membuat perusahaan unik dibandingkan pesaing
- Kredibilitas: Janji kepada karyawan harus nyata dan dapat dibuktikan
- Keberlanjutan: Menjaga keseimbangan antara ekspektasi karyawan dan realitas perusahaan



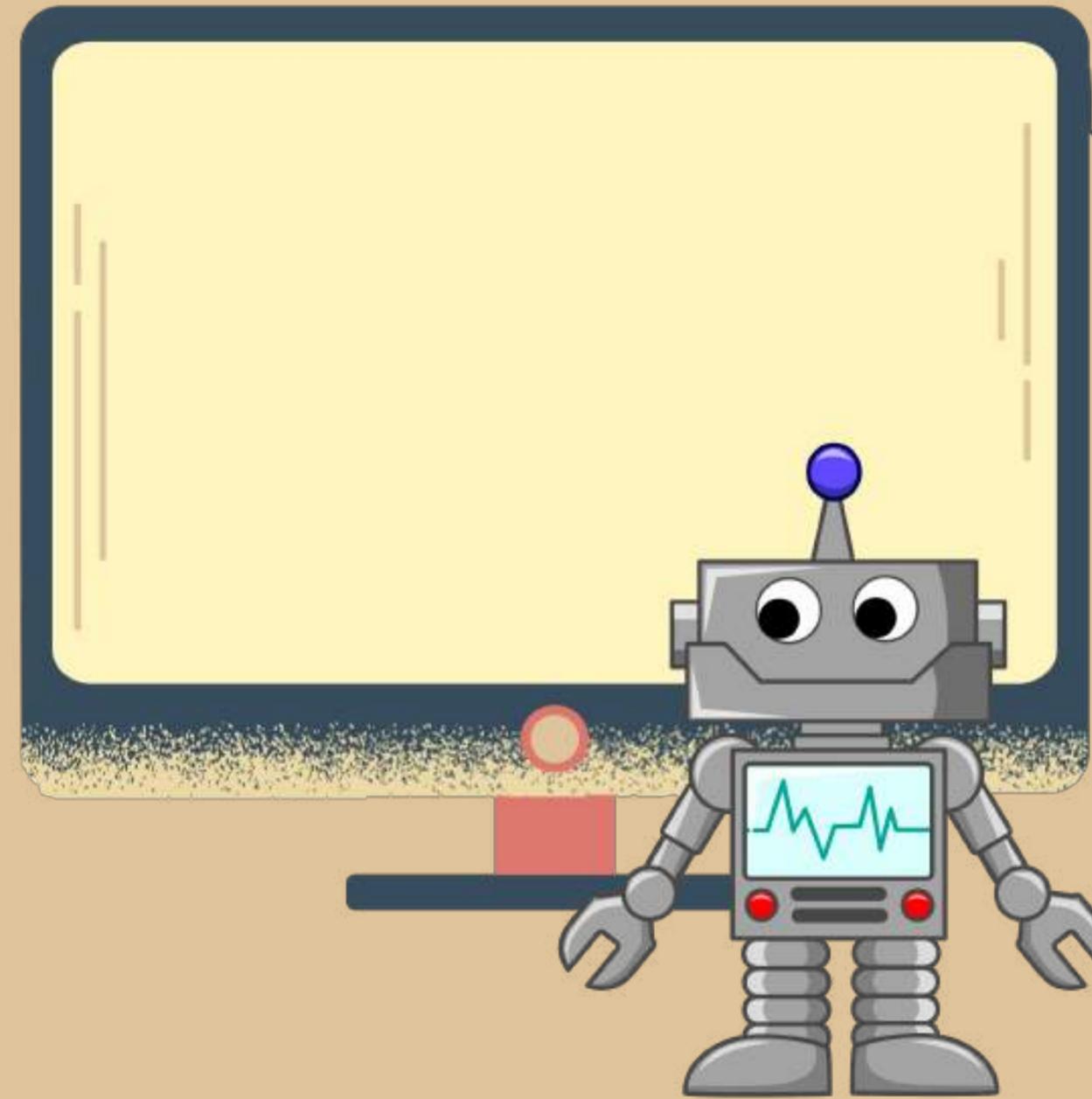
$$\hat{H} = \sum_{n=1}^{\infty} \frac{\hat{p}_n^2}{2m_n} + V(x_1, x_2, \dots, x_N)$$





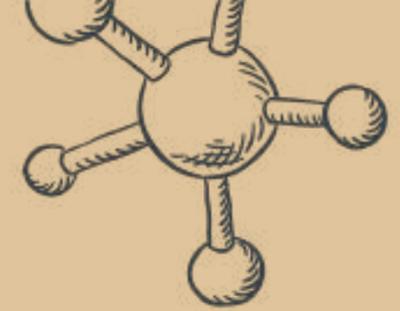
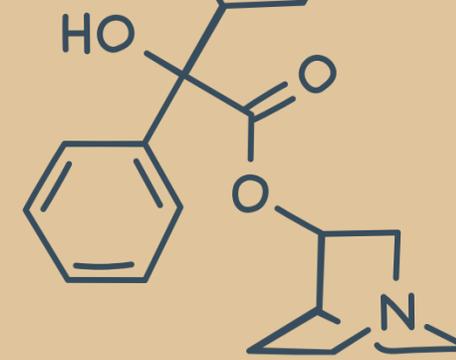
## Step 3: Creating a Memorable Employment Brand

- Merek kerja harus menarik dan mudah dikenali
- Gunakan slogan atau tagline yang mencerminkan budaya perusahaan
- Contoh: McDonald's "My First Job", Home Depot "Build Something"

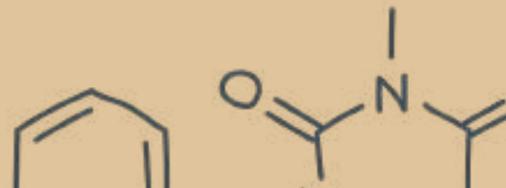
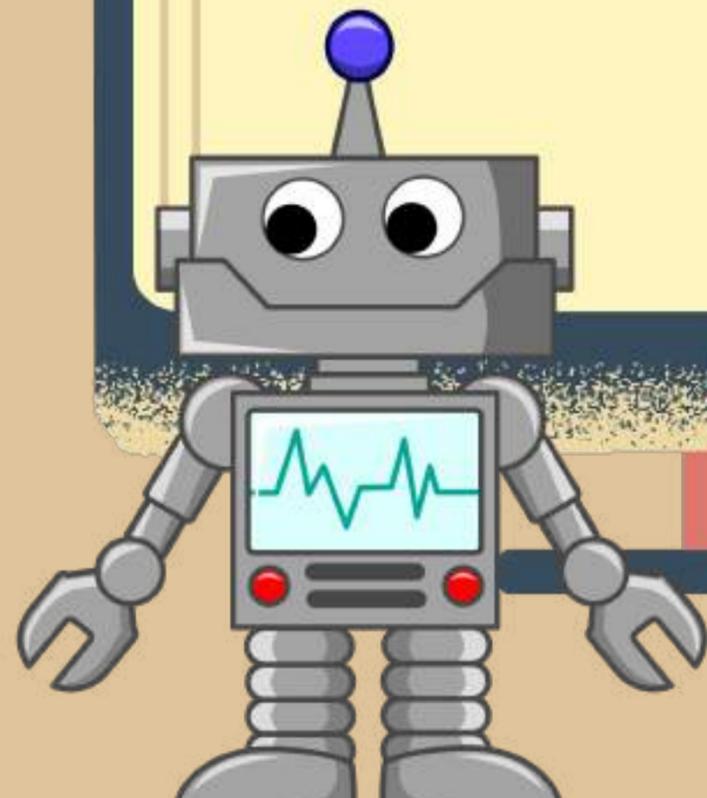


$$\hat{H} = \sum_{n=1}^N \frac{\hat{p}_n^2}{2m_n} + V(x_1, x_2, \dots, x_N)$$
$$\hat{H} = \frac{\hbar^2}{2m} \nabla^2 + V(x_1, x_2, \dots, x_N)$$

## Step 4: Crafting Your Talent Brand



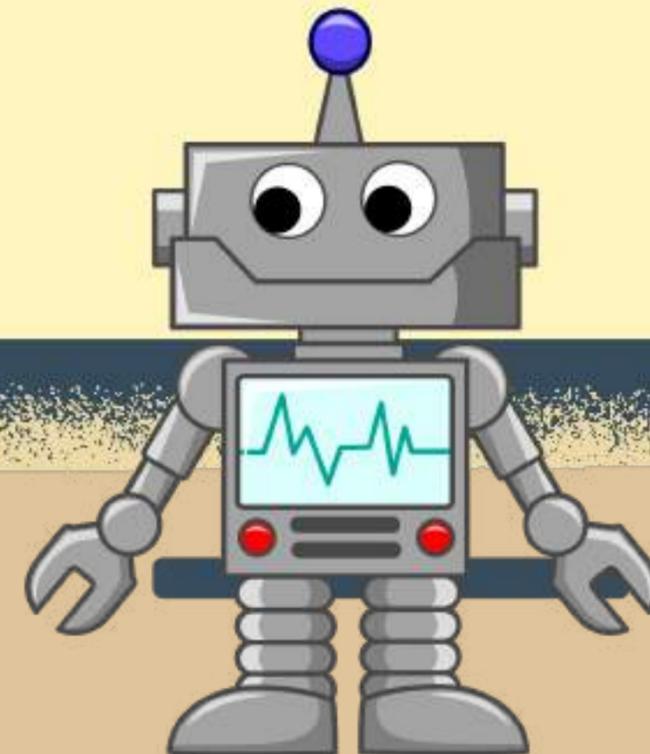
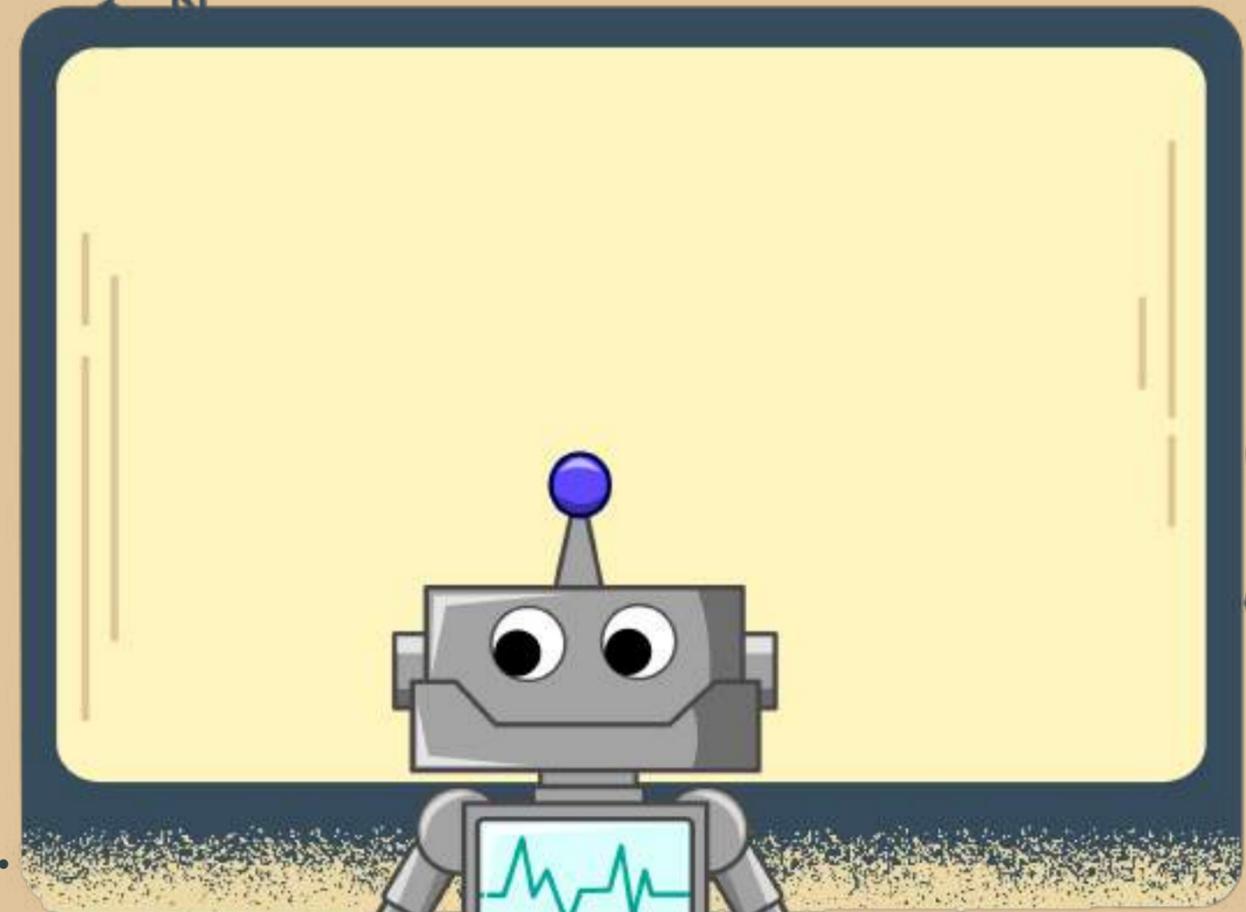
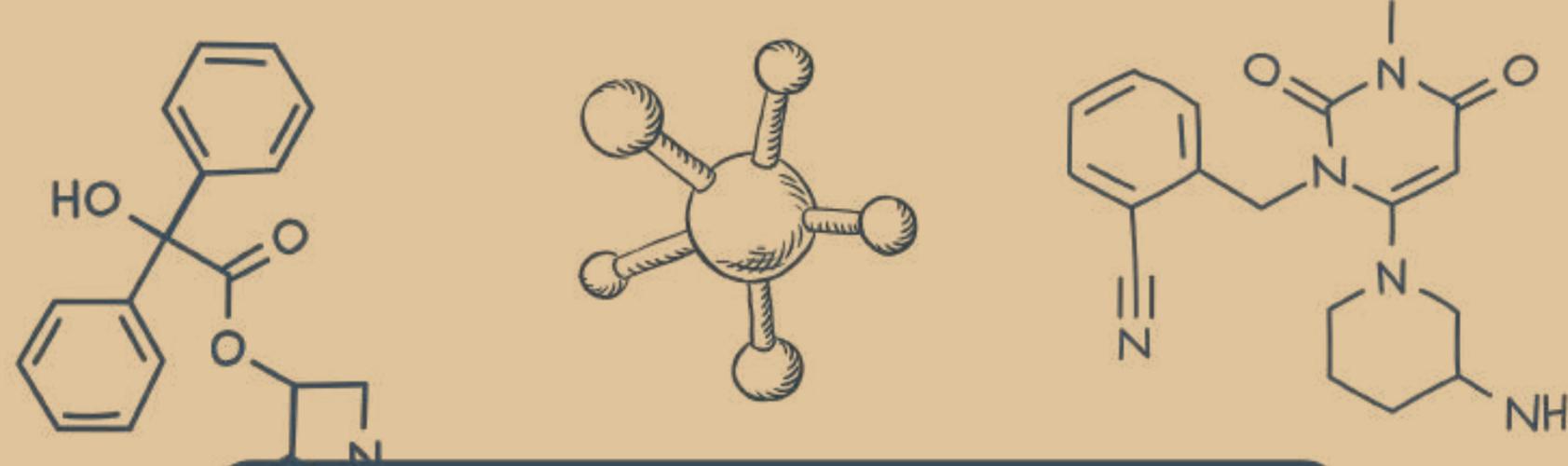
- Media cetak dan online: Iklan pekerjaan di koran atau situs pencari kerja
- Referral dari karyawan: Memanfaatkan jaringan internal untuk mendapatkan kandidat berkualitas
- Papan pekerjaan dan perekrut profesional: Menggunakan headhunter atau platform rekrutmen
- Jaringan sosial virtual: Memanfaatkan LinkedIn, MySpace, dan media sosial lainnya



$$\hat{H} = \sum_{n=1}^{\infty} \frac{\hat{p}_n^2}{2m_n} + V(x_1, x_2, \dots, x_N)$$

## Step 5: Determining the Most Productive Talent Channels

- Era digital membuka lebih banyak kanal rekrutmen.
- Strategi pencarian talent yang efektif harus mencakup berbagai kanal yang tersedia.
- Pilihan kanal harus sesuai dengan tantangan bisnis dan strategi perekrutan.



$$\hat{H} = \sum_{n=1}^N \frac{\hat{p}_n^2}{2m_n} + V(x_1, x_2, \dots, x_N)$$
$$= -\frac{\hbar^2}{2m} \sum_{n=1}^N \frac{\partial^2}{\partial x_n^2} + V(x_1, x_2, \dots, x_N)$$

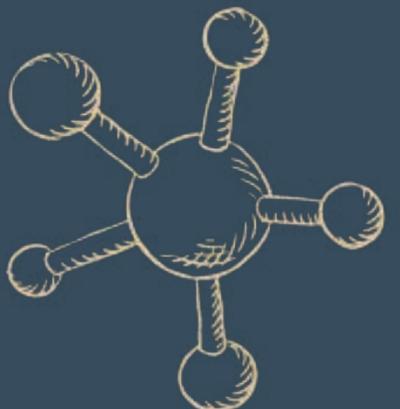
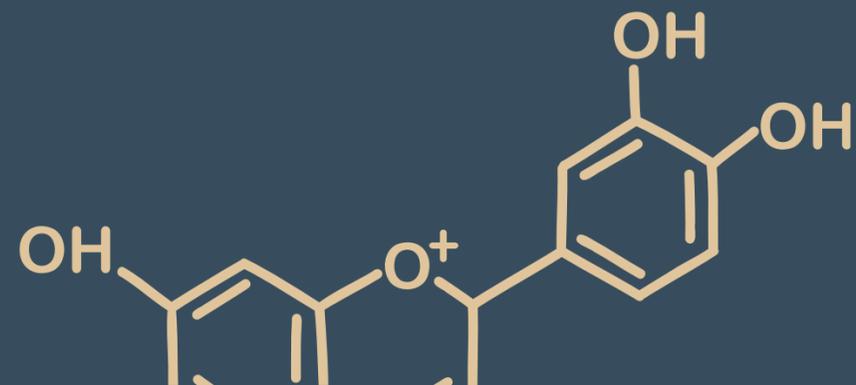
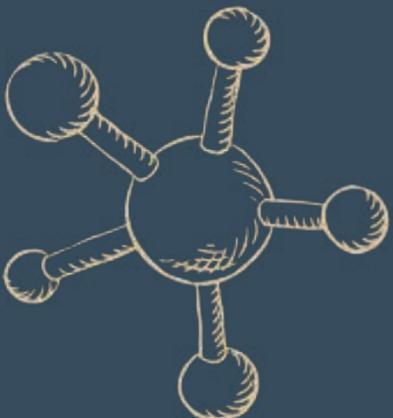
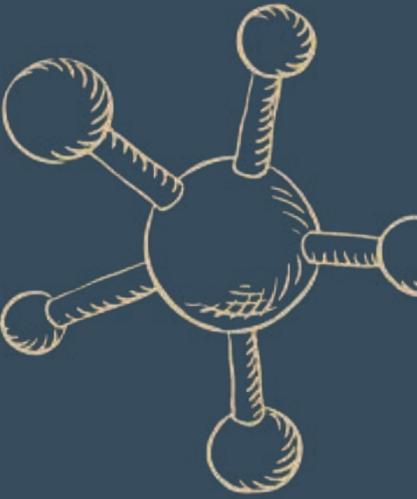
$$\frac{GM}{r^2} \hat{r} = (|\omega|^2 |r| \sin \phi) \hat{a}$$

$\phi$  zenith angle relative

$$-\frac{1}{m} \int_{\infty}^r F \cdot dr = -\int_{\infty}^r g \cdot dr$$
$$\int_S \Omega \cdot dA \quad g = -\nabla u$$
$$\frac{m}{r^2} \hat{r} \quad v = \sqrt{\frac{2GM}{r}}$$

# Jenis Talent Channels

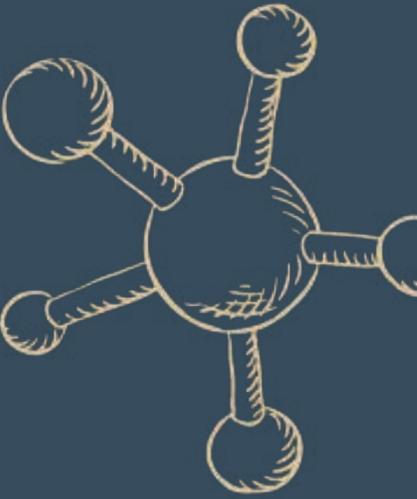
- Media Cetak: Masih efektif, terutama untuk audiens profesional & lokal.
- Referensi Karyawan: Sumber terbesar (26% perekrutan), efektif untuk membangun budaya perusahaan.
- Job Boards (Online): Mudah diakses & luas, tetapi kurang efektif untuk perekrutan senior.
- Rekrutmen Profesional: Efektif untuk posisi kepemimpinan & spesialis, tetapi mahal.



$$\frac{GM}{r^2} \hat{r} = (|\omega|^2 r \sin \phi) \hat{a}$$

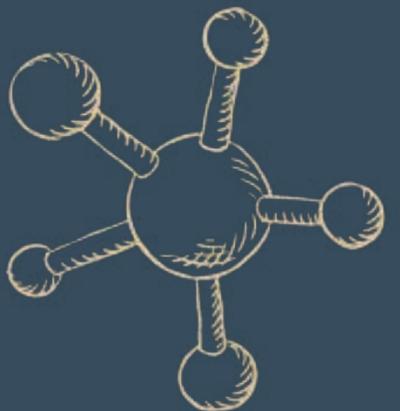
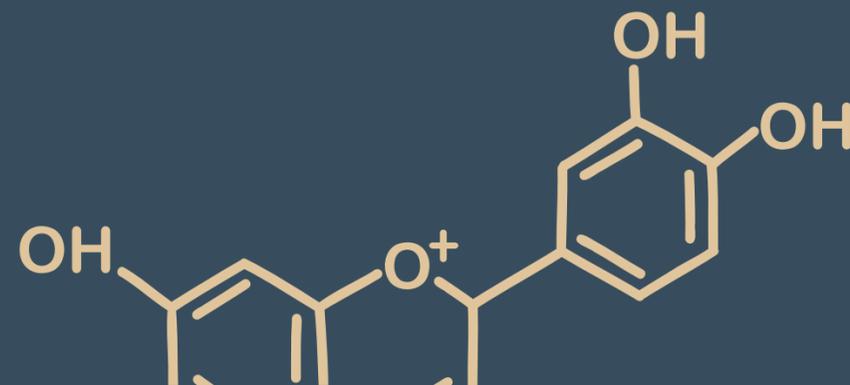
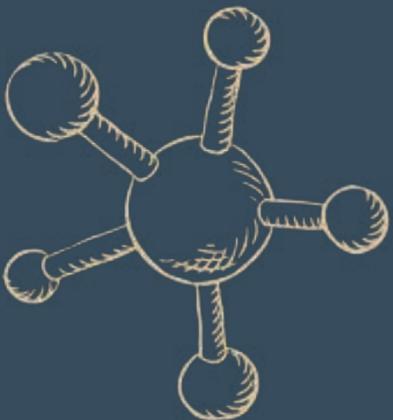
$\phi$  zenith angle relative

$$-\frac{1}{m} \int_{\infty}^r F \cdot dr = -\int_{\infty}^r g \cdot dr$$
$$\int_S \Omega \cdot dA \quad g = -\nabla U$$
$$\frac{m}{12} \hat{r} \quad v = \sqrt{\frac{2GM}{r}}$$



# Metode Alternatif Talent Channels

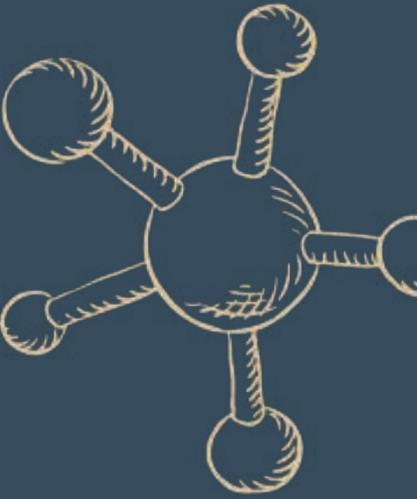
- Gunakan berbagai kanal untuk menjangkau talent yang lebih luas.
- Segmentasi pasar talent seperti kelompok minoritas, wanita, atau teknolog harus diperhatikan.
- Pendekatan berbasis pemasaran: Kenali target talent, tentukan pesan, dan pilih kanal yang tepat.



$$\frac{dm}{dr} r = (1/w)^2 |r| \sin \phi \, d$$

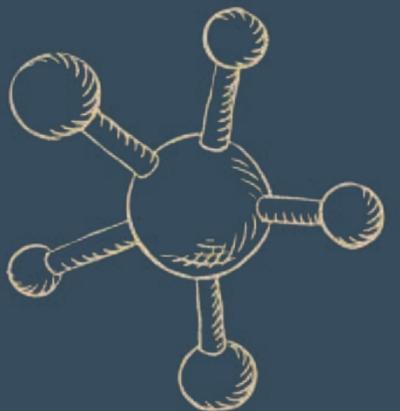
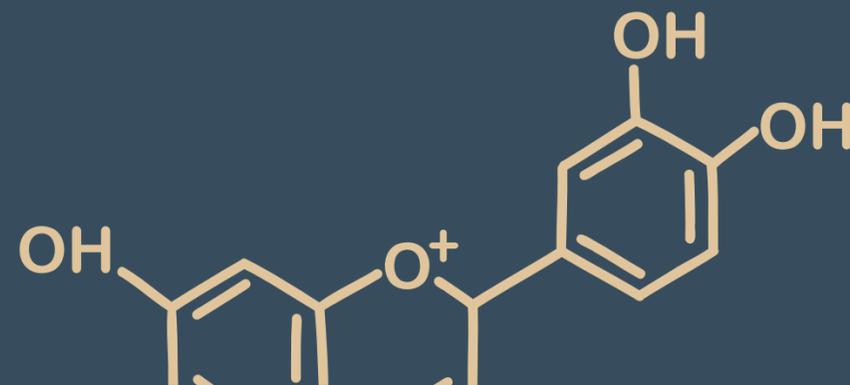
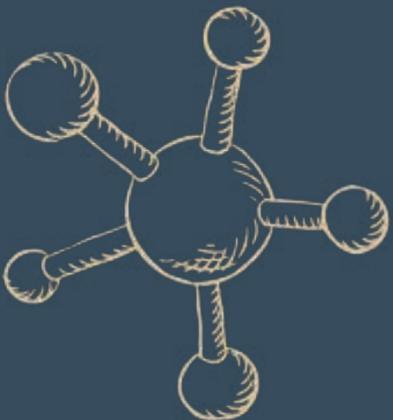
$\phi$  zenith angle relative

$$-\frac{1}{m} \int_{\infty}^r F \cdot dr = -\int_{\infty}^r g \cdot dr$$
$$\int_S \Omega \cdot dA \quad g = -\nabla U$$
$$\frac{m}{r^2} \hat{r} \quad v = \sqrt{\frac{2GM}{r}}$$



# Strategi Borrow (Pinjam)

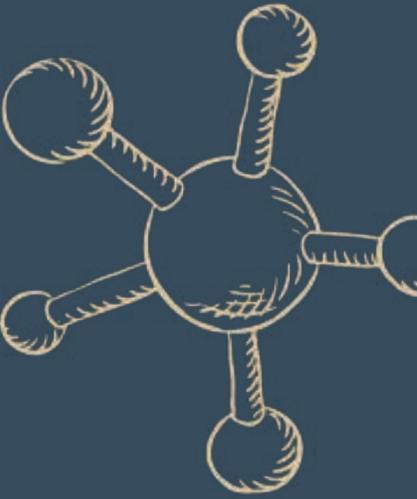
- Berguna dalam industri dengan kebutuhan tenaga kerja yang fluktuatif
- Kelebihan: Kontrol biaya, respons cepat terhadap kebutuhan mendesak
- Kekurangan: Persaingan tinggi dalam mendapatkan pekerja kontrak



$$\frac{dm}{dr} r = (|\omega|^2 |r| \sin \phi) a$$

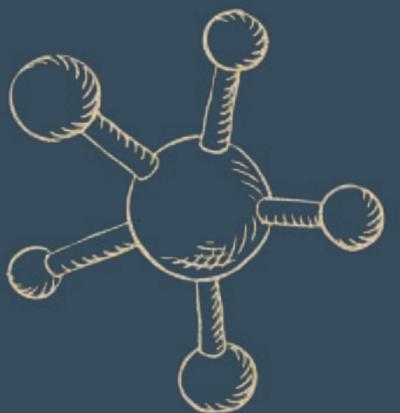
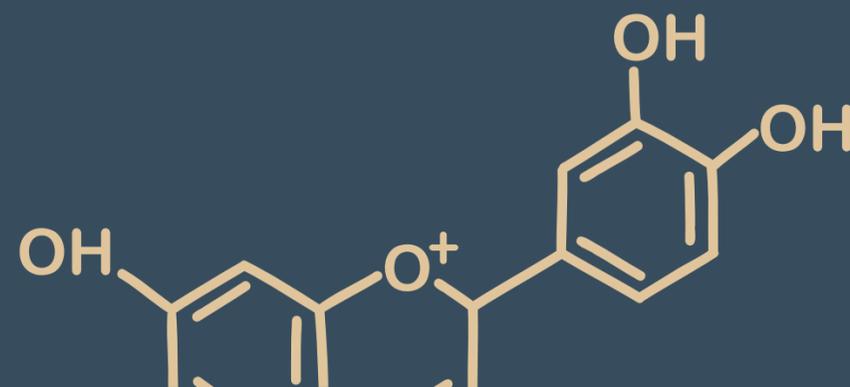
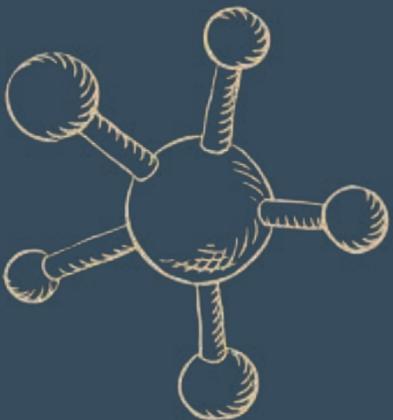
$\phi$  zenith angle relative

$$-\frac{1}{m} \int_{\infty}^r F \cdot dr = -\int_{\infty}^r g \cdot dr$$
$$\int_S \Omega \cdot dA \quad g = -\nabla U$$
$$\frac{m}{r^2} \hat{r} \quad v = \sqrt{\frac{2GM}{r}}$$

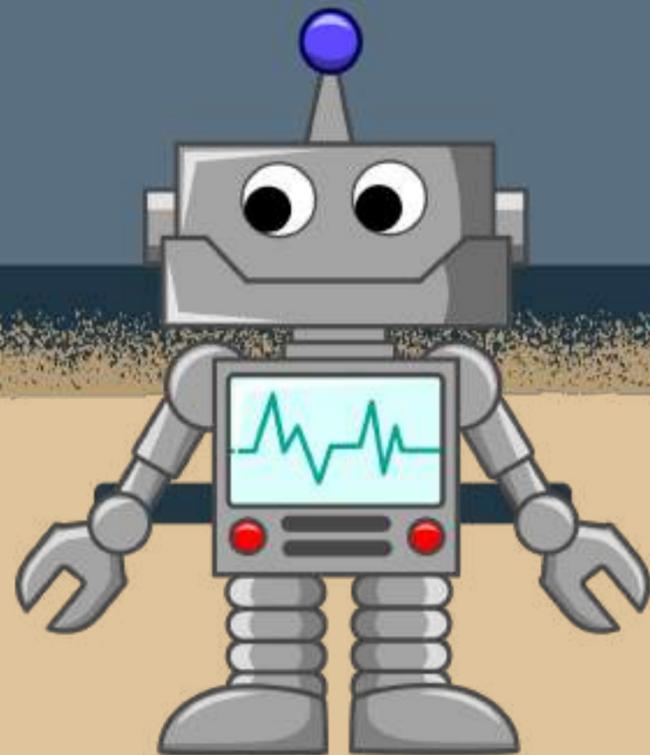


# Strategi Bind (Mengikat)

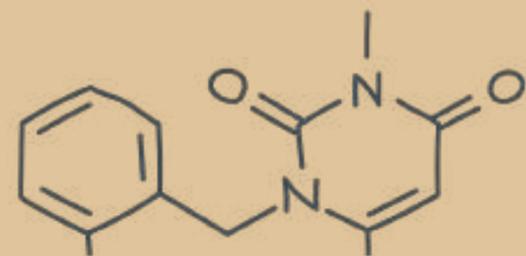
- Menggunakan kontrak kerja, bonus retensi, dan insentif lainnya
- Kelebihan: Perlindungan kompetensi, mencegah kehilangan talenta ke kompetitor
- Kekurangan: Biaya tinggi, potensi dampak negatif pada moral karyawan



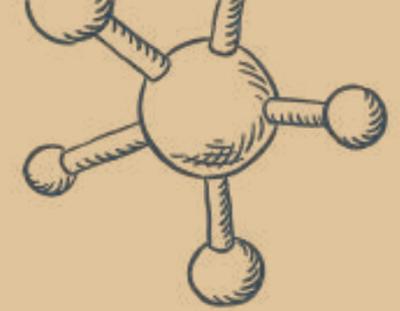
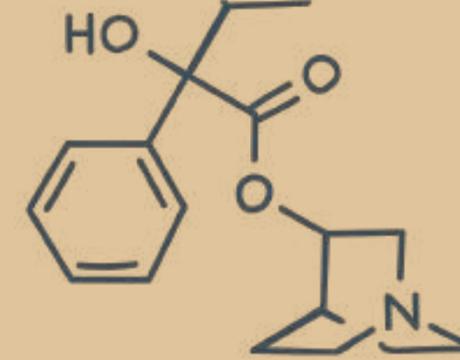
## Step 6: Measuring Your Success



- Mengapa Pengukuran Penting?
- "If you don't measure it, it doesn't matter."
- Mengukur efektivitas rekrutmen untuk perbaikan berkelanjutan.
-  Jenis-Jenis Metrik:
-  Tactical Metrics (Kinerja Masa Lalu)
- Waktu pengisian posisi, rasio seleksi, biaya perekrutan, dll.
- Digunakan untuk evaluasi & penyesuaian strategi rekrutmen.
-  Strategic Metrics (Prediksi Masa Depan)
- Tren demografi, persepsi merek, perencanaan tenaga kerja.
- Membantu organisasi bersiap menghadapi perubahan tenaga kerja.
-  Pelaporan Kinerja
- Memonitor kesuksesan perekrutan.
- Membantu pengambilan keputusan berbasis data.
- Menyelaraskan strategi rekrutmen dengan tujuan bisnis.

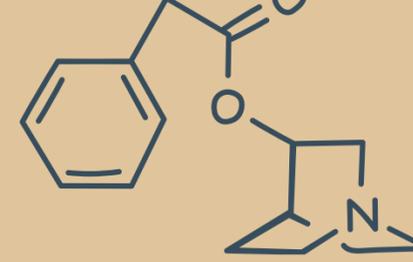
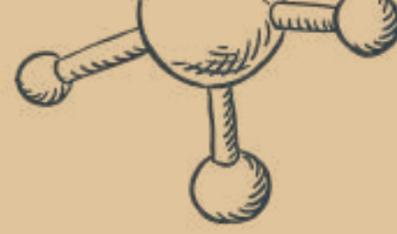
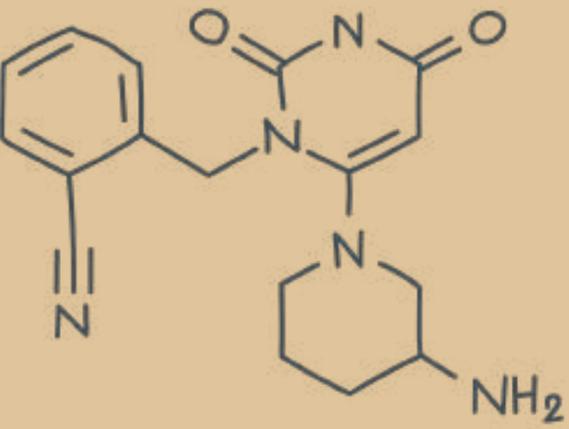


$$\hat{H} = \sum_{n=1}^N \frac{\hat{p}_n^2}{2m_n} + V(x_1, x_2, \dots, x_N)$$
$$t^2 = \sum_{n=1}^N \frac{1}{\partial^2} + V(x_1, x_2, \dots, x_N)$$



# Penyelarasan Strategi Talenta & Riset Masa Depan

- 📌 Pentingnya Penyelarasan
- ✓ Merek Organisasi vs. Merek Talenta
  - Harus konsisten untuk membangun kredibilitas & kepercayaan.
- ✓ Proses Seleksi & Pengembangan
  - Harus mencerminkan janji merek dalam rekrutmen & onboarding.
- 📌 Agenda Riset Masa Depan
- 🔍 Memahami Keberagaman Tenaga Kerja
  - Bagaimana menarik & mempertahankan talenta dengan latar belakang yang beragam?
- 🔍 Efektivitas Rekrutmen Virtual vs. Tradisional
  - Apakah strategi digital lebih unggul daripada metode konvensional?
- 🔍 Dampak Employer Branding
  - Apakah merek perusahaan memengaruhi keterlibatan karyawan & kinerja bisnis?



Tenaga kerja saat ini sangat beragam dan memiliki akses luas terhadap berbagai alat pencarian kerja. Strategi rekrutmen yang bersifat "one-size-fits-all" tidak lagi relevan. Perusahaan harus memahami kebutuhan tenaga kerja modern dan mencerminkannya dalam nilai tawar pekerjaan mereka. Untuk memenangkan persaingan talenta, perusahaan harus:

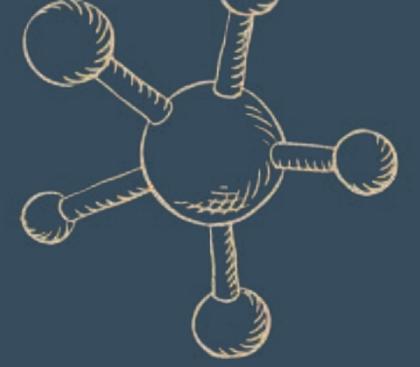
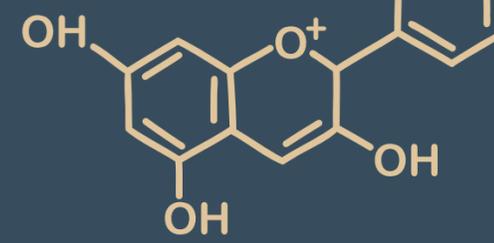
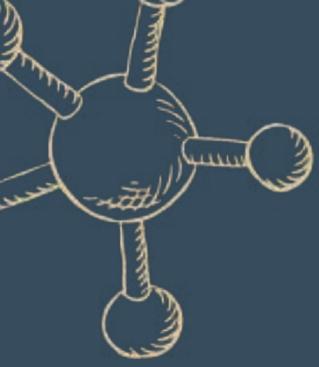
- ✓ Memiliki merek talenta & kepemimpinan yang jelas dan konsisten.
- ✓ Memanfaatkan berbagai saluran rekrutmen secara efektif dan inovatif.
- ✓ Menggunakan pendekatan ilmiah & berbasis data dalam strategi akuisisi talenta.

Talenta adalah pembeda utama yang tidak mudah ditiru oleh pesaing. Pemenang dalam persaingan tenaga kerja adalah mereka yang tidak hanya mampu menarik talenta terbaik tetapi juga memastikan bahwa mereka ditempatkan pada posisi yang tepat di waktu yang tepat. Sumber daya manusia yang unggul adalah kunci keberhasilan organisasi.



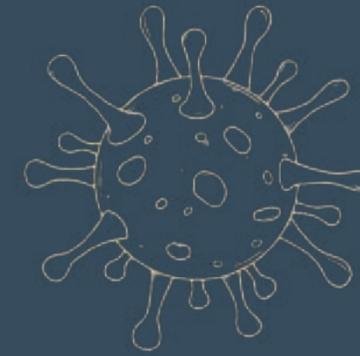
# KESIMPULAN





Q A

Ada Pertanyaan?

A large yellow circle containing a Q&A icon (two speech bubbles, one with 'Q' and one with 'A') and three raised hands below it. Below the icon is the text "Ada Pertanyaan?" in a bold, black font.

**Terima  
Kasih**

