



IN-DEPTH

Panduan Taktis dalam Merekrut Karyawan Pertamamu di Startup

Menyoroti 7 Tren Rekrutmen
Paling Relevan di 2024

Fisiohome - Startup Layanan
Home-Visit Fisioterapi



Susunan Redaksi

PENGARAH

Semuel Abrijani Pangerapan

PEMBINA

Slamet Santoso

PENANGGUNG JAWAB & PEMIMPIN REDAKSI

Sonny Sudaryana

EDITOR

Fadhila Hasna Athaya
Putranto Adhi Nugroho

PENULIS

Mayasti Dwidya Nastiti
Nabila Savitri Erwansyah
Sofy Nito Amalia
Yurista Andina
Syora Alya Eka Putri

DESAIN & LAYOUT

Bagus Septa Pratama
Rizka Irjayanti

ILUSTRASI COVER

Refika Dameria Tamba

ILUSTRASI ARTIKEL

Gerardus Aloysius
Azzalfa Nur Fitri
Refika Dameria Tamba

PRODUKSI & SIRKULASI

Anka Raharja
Fahmi Riskian

GERAKAN NASIONAL
1000
STARTUP DIGITAL



BUKU INI TIDAK UNTUK DIPERJUALBELIKAN



Lebih Baik Kenalan Dulu Sebelum Memulai Langkah Bersama: Rekrutmen dan *Onboarding* bagi Startup

Salah satu aspek penting dalam keberlanjutan suatu startup terletak pada manajemen sumber daya manusia. Sebab pengembangan inovasi dan juga peningkatan kualitas dari startup bergantung pada sinergitas kolaborasi dan kemampuan dari masing-masing individu. Untuk itu, pada proses awal, dari rekrutmen hingga *onboarding* memiliki peranan penting dalam mencari kandidat yang ideal untuk mengisi posisi dalam startup. Ada tiga poin penting pada saat rekrutmen dan *onboarding* agar startup bisa bertemu dengan talenta yang tepat.

Merencanakan Terlebih Dahulu untuk Menemukan Talenta

Sebelum melakukan proses *onboarding*, pahami bahwa rekrutmen adalah gerbang pertama dari startup untuk menemukan talenta. Dari proses rekrutmen ini, startup dapat menentukan kebutuhan apa saja yang perlu diisi posisinya, agar lebih mudah dalam menggali informasi dan menentukan persyaratan. Startup bisa lebih selektif dalam mengatur posisi yang dibutuhkan dalam startup dan mengenali potensi kandidat yang tepat.

Berkomunikasi adalah Kunci

Untuk bisa mengembangkan potensi kandidat, maka tak lengkap rasanya jika tidak memberikan pengenalan lebih lanjut pada perusahaan. Sebaiknya startup dapat memberikan pengenalan komunikatif, seperti melakukan *company tour*, atau membuat kegiatan *workshop* dalam memberikan informasi krusial pada kandidat yang diterima. Pada proses ini bertujuan untuk membantu kandidat memahami *jobdesk* dan ekspektasi yang jelas terkait dengan dukungan pada kinerja.

Meningkatkan *Engagement*

Proses pengenalan ini dapat membawa dampak kedepannya, termasuk menjaga antusiasme talenta yang baru masuk ke dalam startup. Oleh karena itu, sangat penting untuk bisa melibatkan talenta yang baru hadir untuk berinteraksi dan juga memberikan pelatihan terkait dengan masa pengenalan kultur startup atau pengembangan potensi yang dibutuhkan oleh talenta baru. Adanya proses ini bisa meningkatkan kepercayaan dan memudahkan kolaborasi antara individu yang ada dalam startup.

Edisi kali ini akan membawamu lebih jauh tentang membangun strategi yang tepat dalam rekrutmen dan *onboarding*. Selain itu, terdapat rekomendasi dan tulisan inspiratif untuk menambah khazanah baru dalam menemukan talenta yang sesuai dengan startup. Kedepannya, pengetahuan yang didapatkan dalam edisi kali ini dapat bermanfaat bagi pengembangan inovasi startup.

– Tim Redaksi

Pencarian Talenta yang Tepat Untuk Melangkah Bersama



Saat membangun kekuatan dari sebuah startup, bisa dimulai dari mana terlebih dahulu? Itu adalah pertanyaan yang kerap kali muncul dalam benak kita ketika ingin memulai sebuah bisnis. Selain menawarkan solusi, tentu saja membutuhkan orang-orang yang memiliki kemampuan untuk bergabung demi membangun bisnis bersama, ya kan?

Maka dari itu, sebagai makhluk sosial, membangun startup tidak hanya berpaku pada kekuatan dari seorang saja, namun akan lebih maksimal jika berbagai macam potensi yang dimiliki oleh orang lain bisa digabung. Selayaknya seperti kisah pembentukan tim *superhero*, pastinya ada individu yang berperan untuk melawan musuh, ada yang merancang strategi, dan ada juga yang bertugas untuk melindungi warga pada umumnya.

Namun, dalam tim tersebut agar maksimal, dibutuhkan proses perekrutan dan bisa mengenali apa misinya. Demikian juga dengan startup, penting berfokus juga pada proses menemukan talenta yang tepat dan menanamkan nilai-nilai startup sebagai senjata agar untuk melancarkan misinya. Proses rekrutmen dan *onboarding* menjadi fase yang perlu diperhatikan bagi startup. Mengapa demikian?

Rekrutmen dan *onboarding* hadir sebagai gerbang pembuka untuk kembali menyelaraskan kolaborasi antara masing-masing individu dalam tim. Dimulai dari proses rekrutmen, startup dapat berkelana menjaring talenta yang bisa bekerja secara efisien. Seperti mencari teman *hangout* yang asyik, startup pun juga perlu menemukan kira-kira talenta ini memiliki kecocokan secara visi atau bagaimana talenta ini memberikan kontribusinya. Contohnya, bisa mengenali apa saja pengalaman yang telah dilalui calon talenta tersebut atau kenali cara calon talenta itu dalam menyelesaikan masalahnya.

Setelah menemukan titik temu yang sama antara startup dan talenta ini, maka proses dilanjutkan agar bisa mengenal satu sama lain lebih dalam. Ketika memasuki fase yang baru,

individu membutuhkan pengenalan lebih lanjut mengenai bidang yang akan digeluti agar bisa menyesuaikan diri dengan lingkungan yang baru. *Onboarding* adalah jawabannya.

Sejalan dengan pepatah tak kenal, maka tak sayang, talenta baru membutuhkan waktu mengenali startup lebih jauh dan begitu pula dengan startup juga perlu mengenali potensi yang dimiliki oleh talenta. Setelah itu, relasi antara startup dan talenta pun akan jauh lebih kuat. Startup menyediakan wadah untuk berkembang, talenta dapat mengembangkan potensi yang dimiliki, keduanya hadir saling melengkapi.

Dalam edisi ini, Anda akan mendapatkan pengetahuan lebih spesifik mengenai proses rekrutmen dan *onboarding*. Pengenalan melalui rekrutmen dan *onboarding* dapat membantu startup dalam menentukan talenta yang tepat untuk mencapai visi bersama. Jadi, jangan salah memilih, lebih baik mengenali dahulu dengan berproses.

Semuel Abrijani Pangerapan

Direktur Jenderal Aplikasi
Informatika Kementerian
Komunikasi dan Informatika RI

Daftar Isi

SURAT REDAKSI

03

Lebih Baik Kenalan
Dulu Sebelum Memulai
Langkah Bersama:
Rekrutmen dan
Onboarding bagi Startup

PRAKATA

04

Pencarian
Talenta yang
Tepat Untuk
Melangkah
Bersama

IN-DEPTH

08 — 13

Mau Dapat
Kandidat yang
Tepat? Wajib
Tahu Caranya
Menulis *Job*
Posting yang
Efektif

14 — 19

Panduan Taktis
dalam Merekrut
Karyawan
Pertamamu di
Startup

20 — 25

Memikat Hati
Karyawan Baru
dengan Orientasi
yang Optimal



Memikat Hati Karyawan dengan Orientasi Optimal, hal. 20 — 25

26 — 31

Jadi Startup yang
Lebih Menonjol
dengan *Employee*
Value Proposition

32 — 37

Tips dan Trik
Wawancara
Kandidat
di Startup
Beserta Daftar
Pertanyaannya

38 — 43

Menyoroti 7
Tren Rekrutmen
Paling Relevan
di 2024

44 — 53

Kunci
Keterlibatan
Karyawan:
Memahami Siklus
Hidup Karyawan

Recruitment & Onboarding

SEKOLAH BETA

68 — 71

*Serial Hacker:
Empowering
Users: Engineers &
Product Managers
Collaborate*

*Serial Hipster:
Crafting,
Implementing
& Managing
Animation for UI
with Lottie*

*Serial Hustler:
PRD Mastery*

REKOMENDASI

56 — 59

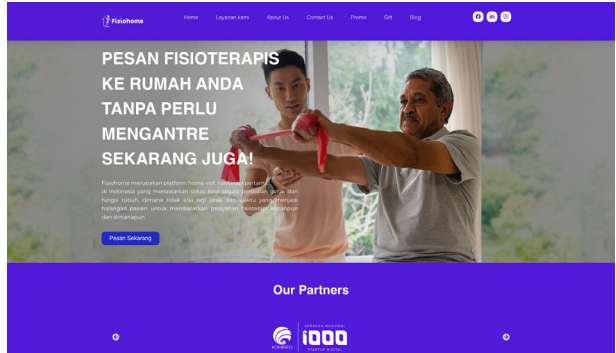
*Buku, Film
& Podcast*

72 — 74

Direktori Startup

76

Glosarium



Fisiohome, hal. 60 — 67

PROFIL STARTUP

60 — 67

*Fisiohome -
Startup Layanan
Home-Visit
Fisioterapi*

SISI LAIN

54 — 55

*Jangan Lakukan
Ini Saat
Wawancara*



Tips dan Trik Wawancara Kandidat, hal. 32 — 37

Mau Dapat Kandidat yang Tepat?

Wajib Tahu Caranya Menulis *Job Posting* yang Efektif

Saat startup-mu membuka lowongan pekerjaan, apakah ada jaminan konten atau iklan tersebut di-klik oleh para pelamar kerja?

Bayangkan, di antara ribuan *job posting* atau lowongan pekerjaan, ada ratusan orang kandidat yang meng-klik postinganmu. Dari situlah, kamu selangkah lebih dekat untuk mengubah mereka menjadi pelamar kerja.

Lalu, bayangkan sebaliknya. *Job posting* yang kamu tulis tidak membuat mereka tertarik, apalagi berniat untuk mengirimkan *curriculum vitae*-nya ke startup-mu. Jadi, bagaimana mau mendapatkan karyawan yang berpotensi tinggi jika *job posting*-nya mengecewakan?



Faktanya, menulis *job posting* itu menantang. Tidak sekadar menulis “keterampilan yang dibutuhkan”, kamu perlu memberikan informasi yang jelas sehingga para pelamar kerja bisa tertarik. Tidak hanya itu, kamu perlu menjaga deskripsinya tetap ringkas. Penasaran bagaimana *tips* membuat *job posting* yang efektif? Baca artikel ini sampai habis agar kamu berhasil merekrut karyawan terbaik, ya.

Apa itu *job posting*?

Job posting disebut juga dengan lowongan pekerjaan atau iklan pekerjaan. Pada umumnya berisi tentang penjelasan dari posisi pekerjaan yang ditawarkan oleh startup. *Job posting* mencantumkan detail menarik tentang startup yang membutuhkan talenta tersebut, seperti *benefit* yang akan didapatkan karyawan dan fasilitas lainnya.

Bagaimana menulis *job posting* yang efektif?

Dikutip dari situs indeed.com dan recruiting.com, berikut adalah beberapa *tips* yang dapat kamu aplikasikan ketika membuat *job posting*.

1 Menulis jabatan yang menarik (*job title*)

Bagian paling atas dari *job posting* biasanya berisi jabatan yang dicari oleh startup. Kamu bisa mencantumkan dengan jelas judul pada posisi tersebut. Jabatan ini umumnya terdiri dari dua bagian, yaitu gambaran umum tentang jabatan dan tanggung jawab pekerjaan.

Tipsnya, kamu lebih baik fokus pada judul jabatan dengan ringkas, mudah dicerna, namun punya daya tarik bagi para pelamar kerja. Sebab, para pelamar kerja tidak tertarik jika kamu memasukkan terlalu banyak informasi ke dalam satu baris atau satu paragraf.

Selanjutnya, kamu dapat membuat ringkasan tentang tanggung jawab pekerjaan dalam bentuk paragraf, agar para pelamar kerja memahami gambaran pekerjaan yang akan mereka lakukan sehari-hari. Pastikan untuk menuliskan dengan kalimat yang mudah dipahami dan terasa personal sehingga mereka merasa relevan.

Contoh yang tidak efektif:

Kandidat akan mengerjakan semua tugas resepsionis termasuk menyapa klien yang datang.

Contoh yang efektif:



Kamu akan menjadi kesan pertama bagi kantor eksekutif kami.

Contoh yang tidak efektif:

Kandidat bertanggung jawab dalam penjualan dan melayani pelanggan.

Contoh yang efektif:



Anda akan secara aktif menangani penjualan, memberikan layanan pelanggan yang luar biasa, dan menjadi komponen penting dalam lingkungan tim progresif kami.

Menulis deskripsi pekerjaan secara singkat

Selanjutnya, kamu dapat menuliskan dua atau tiga fitur posisi yang menarik bagi para pelamar kerja. Misalnya, “pekerjaan ini membutuhkan keterampilan untuk berkolaborasi dengan tim, atau mengembangkan teknologi baru yang inovatif”.

Agar lebih mudah dicerna, kamu dapat menyoroti paling banyak lima tugas pekerjaan yang paling prioritas menggunakan poin-poin. Sebaiknya, gunakanlah kata aktif dibandingkan kata pasif agar para pelamar kerja lebih mudah memahami pesannya.

Contoh yang tidak efektif:

Tugasnya antara lain mendukung manajemen tingkat VP ke atas, membuat pengaturan perjalanan, manajemen kalender, penjadwalan, pengadaan, catatan rapat, membantu dalam pembuatan presentasi powerpoint, pengarsipan, pengetikan, pengaturan rapat hingga pengaturan makanan, dll.

Contoh yang efektif:



- Mengelola dan mengkoordinasikan jadwal manajemen eksekutif.
- Melakukan reservasi akomodasi penerbangan dan hotel.
- Melaksanakan tanggung jawab administratif termasuk membuat catatan selama rapat, menyiapkan korespondensi, dan mengelola file.
- Membantu produksi presentasi penjualan.
- Membantu dengan proyek-proyek khusus seperti yang ditugaskan.

Menyebutkan *top benefits*

Untuk dapat menarik para pelamar kerja, di sinilah bagian yang tepat bagimu dalam menyusun *benefits* atau manfaat yang akan diterima oleh para kandidat jika berhasil menjadi karyawan.

Kamu dapat menjelaskan tiga hingga lima poin penting, mengapa para kandidat harus melamar pekerjaan ini untuk mendapatkan *benefits* yang dimaksud. Contoh *benefits* adalah “startup yang mendukung *remote working*, *paid sick leave* (cuti sakit yang dibayar), dan lain-lain”.

Menyertakan kualifikasi (*qualifications*) dan persyaratan keterampilan (*skills requirements*)

Setelah para pelamar kerja tertarik dengan peluang kerja dan *benefits* yang ditawarkan oleh startup, mereka perlu mencari tahu apakah persyaratannya sudah sesuai. Tulis kualifikasi dan persyaratan keterampilan menggunakan poin-poin agar mudah dipahami oleh kandidat.

Kamu dapat menuliskan daftar keterampilan wajib yang harus dimiliki oleh kandidat. Itu dapat memuat tentang keterampilan wajib, prestasi, pendidikan, dan pengalaman kerja yang diperlukan untuk dapat melaksanakan pekerjaan.

Sertakan juga dengan daftar keterampilan pilihan. Ini mungkin tidak wajib dimiliki oleh setiap kandidat, akan tetapi mereka yang memiliki keterampilan pilihan ini akan punya nilai tambah. Dengan kata lain, mereka menjadi kandidat yang lebih ideal dibandingkan dengan kandidat yang tidak menguasai keterampilan pilihan.

Keterampilan tambahan atau pilihan ini dapat mencakup tentang pendidikan tambahan, pengalaman tambahan, latar belakang dalam industri tertentu, atau sudah terbiasa menggunakan program atau alat tertentu.

Contoh yang tidak efektif:

Gelar sarjana di bidang yang sesuai dengan bidang penugasan dan lima (5) tahun pengalaman administratif terkait, termasuk tiga (3) tahun pengalaman pengawasan; atau sembilan (9) tahun pengalaman administratif terkait, termasuk tiga (3) tahun pengalaman pengawasan; atau kombinasi pendidikan dan/atau pengalaman apa pun yang setara yang telah menghasilkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang sebanding.

Contoh yang efektif:



- Gelar sarjana yang relevan, atau kombinasi pendidikan dan pengalaman yang setara.
- Lima tahun pengalaman administrasi terkait.
- Tiga tahun pengalaman pengawasan.
- Kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan dan menangani berbagai prioritas.
- Keterampilan menulis dan analitis yang sangat baik.
- Pengalaman Hubspot dan Google Analytics merupakan nilai tambah.

Memperkenalkan startup-mu

Agar kandidat semakin tertarik untuk melamar pekerjaan, kamu dapat menulis paragraf singkat yang menceritakan tentang kisah startup-mu. 'Bumbui' juga dengan informasi yang relevan dan diinginkan oleh kandidat, misalnya menjelaskan nilai inti startup atau tingkat pertumbuhanmu.

Informasi singkat tentang startup dapat memberikan wawasan dan gambaran bagi kandidat tentang bagaimana jika berkarir di startup tersebut. Berikut adalah salah satu contoh cerita singkat tentang nilai dan budaya organisasi yang menarik, dikutip dari recruiting.com:

Di perusahaan ABC, kami menggunakan keahlian pemasaran merek kami untuk membantu perusahaan di seluruh AS membangun dan mempromosikan mereknya. Saat Anda mengunjungi gedung perkantoran kami yang dinamis di Scottsdale, Arizona, Anda akan menemukan tim kami yang bersemangat, efisien, dan analitis yang membangun solusi strategis untuk klien kami.

Anggota tim kami bersemangat tentang pertumbuhan, inovasi, dan kolaborasi. Kami terus berupaya untuk meningkatkan dan memperbaiki diri sehingga kami dapat mendukung klien dengan lebih baik. Jika Anda memiliki pola pikir berkembang dan dapat bekerja di bawah tekanan, Anda mungkin sangat cocok untuk tim kami!

Kemudian, di bagian akhir dari *job posting*, kamu dapat menutupnya dengan sempurna menggunakan informasi untuk kontak. Tulis email dan nomor telepon untuk mengirim lamaran kerja. Jangan lupa untuk menjelaskan tentang langkah-langkah melamar pekerjaan dengan singkat dan padat. Pastikan bahwa kandidat yang tertarik sudah paham apa yang harus dilakukan selanjutnya. Kamu juga dapat memberikan tautan ke halaman aplikasi atau informasi lain yang relevan.

Kini, kamu sudah memahami bagaimana membuat *job posting* yang efektif untuk menggaet para pelamar kerja. Harapannya, informasi yang kamu tulis sudah jelas mengkomunikasikan ekspektasi tentang pekerjaan tersebut.

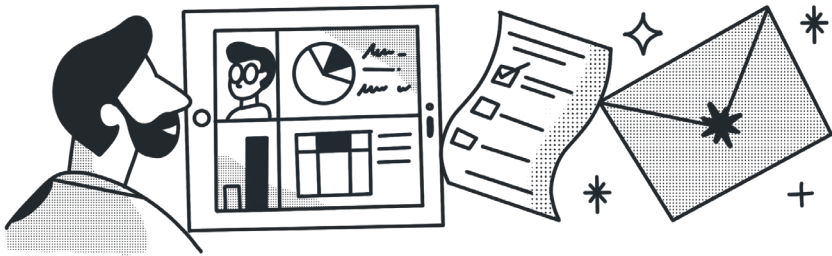
Sebaliknya, kandidat yang tepat untuk pekerjaan tersebut akan menjadi lebih terlibat dan tidak ragu untuk memberikan 'lamaran' terbaiknya. Ini pada akhirnya akan meningkatkan kualitas respon dan membantumu menemukan kandidat paling ideal. Semoga berhasil!

Panduan Taktis dalam Merekrut Karyawan Pertamamu di Startup



Setelah pergelutan panjang dengan setumpuk pekerjaan di startup sebagai seorang *founder*, sekarang kamu merasa ini saatnya merekrut karyawan pertama.

Artikel ini sangat cocok buat kamu yang kebingungan dan mencari panduan bagaimana cara dan strategi dalam merekrut karyawan pertama di startup. Penjelasaannya sudah lengkap, mulai dari menentukan kebutuhan hingga membuat *offering letter*.



Namun,
sebelum sampai ke sana,
pertanyaannya adalah,

apakah memang ini waktu yang tepat untuk merekrut karyawan pertama?

Sebenarnya, cuma kamu yang tahu jawabannya. Untuk menjawabnya, kamu dapat membuat daftar tugas harian dan mingguan dari karyawan baru. Jangan lupa memasukkan proyek-proyek yang akan datang dan memerlukan keahlian khusus dari karyawan tersebut.

Selanjutnya, ketika daftarmu sudah mencakup minimal 20 jam per minggu dari tugas yang sedang berjalan serta beberapa proyek yang akan datang, maka memang sudah sebaiknya kamu merekrut karyawan pertama. Jadi, seperti apa caranya? Berikut adalah panduan dalam merekrut karyawan pertama di startup, yang sumbernya berasal dari artikel indeed.com.

1 Mempersiapkan proses perekrutan

■ **Buatlah keputusan berdasarkan kemampuan**

Pertimbangan untuk merekrut karyawan tidak hanya urusan gaji. Kamu harus siap untuk membayar pajak, mengeluarkan biaya lain untuk memberi peralatan, ruang kerja, hingga memberikan tunjangan.

Langkah pertama yang paling realistis adalah menentukan jenis karyawan apa yang ingin kamu rekrut. Apakah kamu akan merekrut karyawan penuh waktu, paruh waktu, atau kontrak?

Karyawan paruh waktu dan karyawan kontrak dapat membantumu mengerjakan proyek tertentu untuk sementara, dan membutuhkan biaya *overhead* yang sedikit dibandingkan karyawan penuh waktu.

Namun, karyawan penuh waktu punya rasa loyalitas perusahaan lebih kuat dan berkomitmen jangka panjang terhadap visi, misi, dan nilai-nilai dari startup. Maka dari itu, pertimbangkan mana yang lebih tepat, ya.

Setelah menentukan jenis karyawan yang ingin direkrut (tetap/paruh waktu/kontrak), selanjutnya kamu dapat menyiapkan dokumen kerja sama berupa kontrak sesuai dengan jenis perjanjian kerjanya. Kamu juga perlu mencari tahu tentang asuransi bagi karyawan, sistem penggajian, dan panduan pajak untuk pengusaha. Lebih jelasnya akan dijabarkan di bagian ini:



■ **Menentukan gaji**

Berapa banyak kamu akan menggaji karyawan baru?

Salah satu cara yang dapat digunakan adalah menetapkan gaji yang kompetitif dengan melakukan riset gaji rata-rata untuk pekerjaan tersebut di industri dan lokasimu. Jangan lupa untuk menyiapkan tunjangan karyawan, asuransi kesehatan, keselamatan kerja, hari tua/program pensiun, bagi hasil, hingga perhitungan cuti (*paid leave* dan *unpaid leave*).

■ Membuat *employee handbook*

Sebelum merekrut karyawan, sebaiknya kamu membuat kebijakan dan prosedur perusahaan. Ini termasuk kode etik karyawan, kebijakan tentang kesehatan dan keselamatan kerja, aturan berpakaian, kehadiran, jam kerja, waktu istirahat, dan lain-lain.

■ Mengatur sistem pengarsipan karyawan

Sistem pengarsipan karyawan digunakan untuk menyimpan segala *file* yang berhubungan dengan pekerjaan. Pastikan kamu punya akses untuk mengecek dokumen, catatan, formulir, serta pekerjaan penting yang dikerjakan oleh karyawan.

2 Menarik pelamar yang tepat

Nah, persiapan sudah selesai. Sekarang saatnya untuk mencari kandidat yang tepat. Kamu dapat mulai dari menulis *job posting*. Selengkapnya tentang bagaimana cara menulis *job posting* yang efektif, kamu dapat membacanya di artikel pertama RINTISAN edisi ini, ya.

Untuk menulis *job posting*, kamu dapat menuliskan karakteristik, keterampilan, dan kualifikasi yang dicari dari kandidat ideal. Tulis dalam bentuk poin-poin sehingga memudahkanmu untuk menyusun deskripsi yang menarik dan sesuai.

Contohnya, kamu ingin karyawan pertamamu adalah orang yang punya inisiatif tinggi, mandiri, serta memiliki *growth mindset*. Dengan menuliskan kualitas tersebut, maka kamu akan lebih mudah menemukan kandidat yang tepat ketika proses wawancara sudah berlangsung.

Lalu, kamu dapat menyusun deskripsi pekerjaan secara menarik. Perlu diingat, bahwa ini adalah pertama kalinya kamu mencari karyawan, artinya perusahaanmu perlu lebih menonjol di antara para pesaing lainnya yang lebih besar.

Untuk itu, kamu dapat memberikan ringkasan posisi yang menarik serta menjelaskan dengan singkat apa saja yang perlu dikerjakan pada posisi tersebut. Beberapa unsur di bawah ini bisa kamu masukkan ketika sedang menyusun *job posting*:

■ Judul pekerjaan yang menarik dan relevan.

■ Ringkasan tentang startup.

■ Tugas dan tanggung jawab pekerjaan utama.

■ Keterampilan yang dibutuhkan dan disukai.

■ Kondisi kerja (misalnya, lingkungan, tuntutan fisik, persyaratan perjalanan).

■ Kisaran gaji atau gaji (opsional).

■ Tunjangan dan *benefits* lainnya.

3 Waktunya untuk rekrutmen

Setelah kamu menawarkan *job posting* di media khusus lowongan pekerjaan, kini saatnya untuk mencari beberapa pelamar kerja yang memenuhi persyaratan dan berhak maju dalam perekrutan.

Bagaimana cara melakukan *screening* terhadap dokumen yang masuk dari para pelamar kerja?

- Membaca *resume* atau *curriculum vitae* dan surat lamaran.
- Melakukan *phone screening* selama 15-30 menit, yaitu melakukan wawancara singkat lewat telepon, umumnya untuk konfirmasi *resume* kandidat sebelum wawancara formal dijadwalkan.
- Berkomunikasi dengan kandidat melalui email.
- Meminta pelamar menyelesaikan tes pra-kerja.
- Memanggil pelamar yang memenuhi persyaratan untuk melakukan wawancara.

Apa yang perlu ditanyakan selama proses wawancara?

Kamu dapat melakukan tes dengan mengajukan pertanyaan tentang visi mereka, apakah sudah sejalan dengan visi dan startup-mu? Kamu juga bisa bertanya tentang cara mereka menghadapi tantangan, apa yang membuat mereka merasa termotivasi, dan apakah mereka punya kemampuan untuk meningkatkan nilai bisnis.

Kamu dapat mengecek saat nanti wawancara, apakah beberapa hal berikut ada di dalam diri kandidat atau tidak:

- Fleksibilitas
- Ketabahan dan ketahanan (*grit* dan *resilience*)
- Gairah (*passion*)
- Kesesuaian budaya
- *Versatility* (punya keahlian dalam berbagai bidang yang mendukung posisi tersebut)
- Rasa akuntabilitas
- Dorongan kompetitif
- Keterampilan kolaborasi
- Pengalaman kerja

4 Memilih kandidat terbaik

Setelah melakukan seleksi beberapa kandidat yang masuk ke dalam kriteria, sekarang kamu harus memilih kandidat terbaik untuk dijadikan karyawan. Sebagai gambaran, berikut adalah beberapa langkah yang tepat untuk menyambut karyawan barumu:

■ Mengirim surat penawaran

Setelah kamu menyampaikan penawaran secara verbal kepada kandidat utama, selanjutnya kamu dapat mengirimkan surat penawaran pekerjaan secara resmi (*offering letter*). Beberapa poin penting yang bisa kamu masukkan dalam *offering letter* antara lain:

■ Judul pekerjaan

■ Tanggal dimulainya pekerjaan

■ Kompensasi

■ *Benefits*

■ Batas waktu untuk menerima/menolak tawaran



Pada akhirnya, selamat, kamu telah resmi memiliki karyawan pertama di startup! Jangan lupa untuk mengapresiasi diri sendiri karena sudah berjalan sejauh ini. Memberikan pengalaman orientasi yang luar biasa, berarti memberikan karyawan baru peluang untuk menampilkan kinerja terbaiknya.

Kamu juga perlu merencanakan kegiatan dan peran karyawan secara mendetail agar ia merasa diberdayakan dalam peran barunya. Salah satu caranya adalah dengan menawarkan tujuan spesifik serta ekspektasi yang jelas untuk membantumu mengukur keberhasilan mereka.

Selanjutnya, setelah kamu berhasil merekrut karyawan pertama, seringkali akan jauh lebih mudah untuk merekrut karyawan kedua, ketiga, dan seterusnya, hingga bersatu menjadi tim yang hebat. Itulah mengapa penting sekali untuk mempersiapkan perekrutan karyawan pertama di startup dengan matang dan strategi yang tepat. Jadi, sudah siapkah untuk merekrut karyawan pertamamu?

Memikat Hati Karyawan Baru dengan Orientasi yang Optimal

Jika sebutan ‘cinta pada pandangan pertama’ itu memang ada, maka sebutan ‘orientasi karyawan’ adalah julukan yang tepat untuk itu.



Alasannya, proses orientasi adalah momen di mana karyawan baru berkenalan dengan kantor barunya untuk pertama kali. Saat orientasi, karyawan baru akan merasakan perasaan yang menyenangkan dan memberikan efek jangka panjang terhadap kinerja dan loyalitas. Bisa juga sebaliknya. Karyawan sebal, tidak nyaman, atau merasa tidak cocok terhadap proses orientasi. Dampaknya, mereka mungkin memutuskan untuk berhenti bekerja sebelum periode enam bulan, atau bahkan lebih cepat.

Betul, jika orientasi karyawan dianggap ‘*se-penting itu*’.

Orientasi karyawan adalah proses krusial untuk membuat karyawan baru di startup-mu senang, bersemangat, dan termotivasi untuk menjalani peran baru mereka. Jadi, mari kita berkenalan lebih dalam terhadap proses penting ini.

Apa itu orientasi karyawan?

Pada dasarnya, orientasi karyawan antar startup memiliki makna yang berbeda, meskipun prosesnya cenderung sama, dengan jangka waktu dan program yang berbeda.

Beberapa manajer SDM mungkin menganggap bahwa proses orientasi karyawan hanya formalitas. Prosesnya tidak lebih dari 'sekadar' mengurus dokumen baru. Padahal itu anggapan yang salah. Startup yang lebih cerdas punya komitmen berbeda dalam menangani proses orientasi karyawan. Seluruh proses ini sangat penting terhadap jalannya roda operasional bisnis, sehingga perlu direncanakan dan dijalankan dengan matang.

Proses orientasi karyawan bukan hanya proses penyambutan karyawan baru, melainkan adalah sebuah rangkaian tahapan mulai dari penerimaan karyawan baru, hari pertama bekerja, rencana pelatihan, hingga proses lainnya yang akan diceritakan lebih jauh lewat artikel ini.



Lalu, seperti apa alur kerja orientasi karyawan?

Dikutip dari kissflow.com dan qualtrics.com, berikut merupakan alur untuk proses orientasi karyawan:



Mengajukan penawaran

Proses orientasi karyawan dimulai setelah tahap perekrutan selesai. Manajer SDM akan mengirimkan email sambutan kepada kandidat, yang umumnya berisi dokumen penting seperti surat penawaran, tautan formulir orientasi, hingga dokumen kebijakan. Saran untuk manajer SDM, penting untuk menjaga transparansi dengan karyawan baru dan membiasakan mereka dengan budaya kerja di startup.



Penerimaan karyawan

Karyawan yang setuju untuk bergabung di startup dan mengisi formulir yang tersedia, kemudian akan melalui tahapan untuk panggilan singkat dengan manajer SDM. Tujuannya untuk meninjau kembali formulir, tunjangan, kebijakan, hingga penetapan ekspektasi sebelum bekerja. Tahap ini juga penting untuk memberi ketegasan kepada calon karyawan akan pilihan mereka untuk menerima tawaran pekerjaan tersebut. Di tahap inilah, manajer SDM punya peran besar dalam menentukan agenda orientasi karyawan.



Masa tunggu

Di tahap sebelumnya, mungkin karyawan sudah mengajukan tanda setuju bahwa mereka akan bergabung dengan startup-mu. Namun, itu bukan jaminan bahwa mereka akan datang di tanggal pertamanya bergabung. Dengan kata lain, masa tunggu adalah periode kritis di mana karyawan tersebut bisa saja terbuka terhadap tawaran kerja dari pihak lainnya. Oleh karena itu, penting sekali untuk membangun hubungan dan komunikasi yang baik dengan calon karyawan. Tujuannya agar mereka menyadari bahwa keberadaannya dihargai, bahkan sebelum hari pertamanya bekerja.



Hari bergabung

Di hari pertama karyawan baru bergabung, sebagian besar akan mengalami perasaan yang campur aduk. Karyawan baru bisa merasa bersemangat, gugup, takut, cemas, hingga senang, di waktu yang sama. Untuk itu, manajer SDM punya tugas untuk memastikan karyawan baru merasa diterima dan nyaman. Pastikan mereka menyadari bahwa keberadaannya penting di kantor baru sehingga mereka merasa lebih berkomitmen terhadap apa yang dikerjakan.

Kamu dapat menggunakan beberapa *checklist* yang penting bagi manajer HRD sebelum hari bergabung:

- Menyiapkan jadwal orientasi
- Menetapkan aset IT (*workstation*, akses email, *device*, dll)
- Menyiapkan perlengkapan kantor yang diperlukan (perabotan, kunci, kartu akses, dll)
- Menyiapkan akun gaji, asuransi kesehatan, dan lain-lain
- Menetapkan seorang mentor atau orang yang dapat membantu karyawan tersebut selama proses orientasi
- Mengadakan pertemuan pengenalan dengan orang-orang yang akan bekerja bersama dengan karyawan baru secara rutin
- Menjelaskan bagan atau struktur organisasi dan direktori karyawan
- Mengatur jam makan siang tim untuk ucapan 'selamat datang'



Berkomunikasi dengan departemen lain

Manajer SDM perlu untuk berkoordinasi dengan rekan kerja dan manajer dari tim tersebut tentang hari pertama karyawan baru akan bekerja. Manajer SDM dapat berkoordinasi dengan anggota tim lainnya untuk menyiapkan *workstation*, mengatur penyambutan karyawan baru, dan menjadwalkan sesi orientasi.



Pelatihan dan orientasi

Masa awal bekerja umumnya dimulai dengan pelatihan bagi karyawan baru. Pelatihan ini sekaligus menunjukkan pada karyawan baru tentang budaya di startup, cara kerja di startup, hingga wawasan dan tujuan startup. Manajer SDM perlu berkoordinasi dengan user dan departemen tempat karyawan baru tersebut bertugas untuk menjadwalkan jenis pelatihan yang tepat, serta melakukan penilaian dari sesi pelatihan tersebut.



Kuartal pertama

Di masa ini, karyawan baru umumnya sudah memahami sebagian besar proses dan cara kerja dari pekerjaan dan startup. Untuk itu, manajer SDM perlu menetapkan tujuan, membina hubungan, serta secara proaktif berkomunikasi dengan mereka.

Umumnya, di kuartal pertama, karyawan mulai merasa mengenal tempat kerjanya sehingga rasa kegembiraan atau semangatnya bisa mulai memudar. Itulah mengapa, momen kuartal pertama ini adalah kesempatan emas bagi manajer SDM dan user atau manajer dari tim yang terkait untuk memastikan semuanya berjalan dengan lancar.

Beberapa tugas di bawah ini bisa menambah wawasanmu tentang apa yang harus dilakukan oleh manajer SDM dan user terkait untuk mempertahankan karyawan baru dalam jangka panjang:

- Mendiskusikan pengalaman karyawan tersebut dan periksa apakah pengalaman tersebut sesuai dengan harapan mereka.
- Meninjau kinerja mereka dan berikan umpan balik.
- Periksa apakah karyawan tersebut mempunyai kekhawatiran atau masalah.
- Membicarakan perencanaan dan kemajuan karir.
- Memperoleh masukan tentang orientasi dan saran lainnya yang relevan.
- Mengidentifikasi apakah mereka memerlukan pelatihan tambahan.
- Menetapkan seorang mentor dan membuka sesi *coaching*.
- Menetapkan tujuan dan mengkomunikasikan kemajuan.
- Terus membangun koneksi antara karyawan baru dan karyawan lain sepanjang kuartal pertama mereka.



Tahun pertama

Beberapa perusahaan umumnya tidak merancang proses orientasi hingga satu tahun pertama karyawan tersebut bekerja. Padahal, menurut inc.com, 86% karyawan akan memutuskan apakah mereka akan terus bekerja di tempat tersebut, atau berhenti dalam enam bulan pertama. Untuk mencegah hal buruk, manajer SDM dapat menjalin komunikasi secara proaktif sehingga karyawan memutuskan untuk terus bekerja sama denganmu. Beberapa langkah yang bisa dilakukan adalah:

- Mencari tahu apakah tahapan orientasi karyawan sudah benar dan sangat membantu mereka dalam bekerja. Tidak lupa untuk tanyakan masukan dan umpan balik tentang proses orientasi yang sudah dilakukan.
- Pastikan bahwa manajer SDM aktif mendengarkan secara teratur. Ini punya peran penting terhadap tingkat keterlibatan karyawan dan retensi.
- Terus mendengarkan secara berkelanjutan dan bertindak berdasarkan masukan. Pastikan startup-mu memiliki program orientasi yang terstruktur, terukur, dan sesuai dengan organisasi serta orang-orang yang terlibat di dalamnya. Kamu dapat mengkombinasikan data operasional dan data pengalaman untuk menilai proses orientasi tersebut punya dampak penting pada bisnis secara keseluruhan.

Kesimpulannya, orientasi harus menjadi proses yang dianggap serius oleh startup, sama seriusnya seperti sedang melakukan wawancara. Dengan mendalami dan mempraktikkan *tips* di atas, semoga kamu merasa lebih mudah dalam menjalankan orientasi karyawan baru di startup dan menjadikannya sebagai pengalaman terbaik bagi semua karyawan.

Jadi Startup yang Lebih Menonjol dengan *Employee Value Proposition*



“

Mengapa talenta terbaik harus datang dan bekerja di startup-mu?

“

Mengapa karyawan baru yang terampil harus memilih startup-mu dibandingkan startup lain?

“

Apa yang menarik dari startup-mu bagi para karyawan dibandingkan kompetitor?



Jika kamu masih bingung dengan jawabannya, mungkin kamu belum mengenal dan menetapkan **Employee Value Proposition (EVP)**. EVP yang tepat akan berhasil menarik dan menjelaskan mengapa startup-mu adalah tempat yang terbaik bagi karyawan untuk bekerja.

Dikutip dari qualtrics.com, proposisi nilai karyawan (di artikel ini selanjutnya akan menggunakan kata ‘EVP’) dapat didefinisikan sebagai pernyataan nilai, penghargaan, pengakuan, dukungan, dan budaya perusahaan yang diberikan pemberi kerja kepada karyawan, sehingga memungkinkan mereka melakukan pekerjaan terbaik dan mencapai potensi tertingginya.

Secara sederhana, setiap karyawan yang bekerja untukmu pasti punya keterampilan, pengalaman, niat baik, nilai unik, hingga komitmen mereka ke dalam pekerjaannya setiap hari. Kemudian, sebagai timbal balik, startup akan membalas segala upaya karyawan dengan

gaji, tunjangan, insentif, peluang pengembangan karir, kesejahteraan, stabilitas, *affiliation*, pertumbuhan pribadi, nilai-nilai perusahaan, misi, hingga budaya perusahaan yang tepat.

Semua timbal balik yang disebutkan sebelumnya termasuk ke dalam elemen dasar yang bisa kamu tetapkan sendiri sesuai dengan visi, misi, tujuan, dan nilai dari startup-mu.

Ada startup yang memiliki empat elemen dasar (misalnya kompensasi, budaya, pengembangan karir, dan *affiliation*). Ada juga startup yang punya enam elemen dasar ketika membuat EVP. Kesimpulannya, dengan adanya EVP, kamu sebagai

pemilik bisnis tidak hanya memperlakukan karyawan sebagai pekerja, melainkan sebagai manusia.

EVP yang jelas akan mampu mengkomunikasikan semua manfaat, pengembangan, serta pengalaman yang dapat diharapkan oleh karyawan dari startup-mu. Dampaknya, calon karyawan yang ingin melamar kerja dan karyawan yang saat ini sedang bekerja dapat melihat dan merasakan, apakah mereka sudah beresonansi? Apakah mereka sudah selaras dengan tempat kerjanya? Apakah mereka sudah yakin bahwa tempat kerja ini adalah pilihan yang tepat?

Sedangkan, di sisi startup, EVP yang kuat bernilai lebih dari sekadar gaji. EVP akan mampu untuk:

- Mendefinisikan esensi bisnis.
- Membedakannya dari pesaing.
- Menguraikan apa yang diperjuangkannya, seperti misi perusahaan.
- Menempatkannya dalam pasar barang dan jasa.
- Merinci kontribusinya terhadap komunitas dan masyarakat luas.
- Menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara pemberi kerja dan pekerja.

BAGAIMANA CARA MENCIPTAKAN EVP?

1

Audit penawaranmu

Kamu dapat merujuk pada elemen dasar yang kamu tetapkan untuk penawaranmu. Jumlah elemen dasarnya bisa berbeda setiap startup, begitu pula jenis elemennya. Periksa apa saja yang sudah kamu miliki untuk dimasukkan pada setiap elemen.

2

Bertanya pada karyawan

Orang yang tepat untuk dimintai pendapat terkait EVP adalah karyawan yang sudah lama bekerja denganmu. Ketika kamu sudah punya penawaran, apakah penawaran itu sudah menarik untuk calon karyawan baru? Kamu dapat membuat survei untuk mengetahui jawabannya. Beberapa survei ini bisa kamu lakukan:

Survei pelamar kerja/orientasi:

Apa pendapat calon karyawan dan karyawan baru tentang merek perusahaan dan reputasi perusahaanmu?

Survei keterlibatan karyawan:

Apa yang menurut karyawan saat ini bagus tentang perusahaan?

Apa yang membuat mereka bangun di pagi hari untuk berangkat kerja?

Survei 360 derajat:

Apakah manajer sudah mengelola dengan tepat?

Apakah anggota tim sudah bekerja sebagai sebuah 'tim'?

Apa yang ingin diubah oleh seseorang?

Survei keluar:

Mengapa seorang karyawan keluar?

Apa yang bisa dilakukan untuk mempertahankannya?

3

Melakukan analisis umpan balik karyawan

Hasil survei yang ada di poin kedua dapat menjadi bahan untuk meningkatkan elemen EVP dan membuatnya menjadi lebih menarik. Selalu tanyakan ini, “perbaikan apa yang dapat kami lakukan lebih jauh?”

Terutama jika melihat tentang keterlibatan dan retensi dari karyawan. Apa yang membuat tenaga kerja bahagia dan termotivasi, dan apa yang membuat mereka bertahan? Jawabannya bisa memberikan wawasan yang berharga, serta jawabannya akan berbeda-beda tergantung pada kelompok umur dari karyawan tersebut.

Selain itu, penting sekali untuk menanyakan pada karyawan tentang elemen pengalaman kerja mana yang paling penting untuk mereka?

Sebagai gambaran, laporan Destination Workplace tahun 2022 yang dilakukan oleh qualtrics.com tentang tujuh elemen utama pengalaman karyawan yang paling diinginkan adalah kompensasi, dan paling tidak terlalu diinginkan adalah fokus pada sosial dan lingkungan.

Kemudian, kelompok umur juga mempengaruhi hasil yang berbeda dari laporan tersebut. Menurut kelompok umur 20-25 tahun, kompensasi adalah hal yang tidak terlalu penting. Selanjutnya, *role fit* adalah hal yang paling penting bagi kelompok umur 60 tahun ke atas. Serta, fleksibilitas adalah hal yang terpenting bagi kelompok umur 30-39 tahun.



4

Menyusun EVP

Kamu dapat mulai mengumpulkan hasil survei serta umpan balik agar bisa menyusun EVP ke dalam elemen. Pastikan EVP tersebut berhasil memberikan gambaran jujur tentang bagaimana rasanya bekerja di startup-mu. Selain itu, pastikan EVP menarik kandidat dari berbagai kelompok umur, mulai dari sarjana yang baru lulus, hingga profesional senior.

5

Mendapatkan dukungan internal

Setelah kamu berhasil menyusun EVP secara jujur dan menjadi faktor pembeda dari startup lainnya, kamu bisa menyusunnya ke dalam pekerjaan sehari-hari di sepanjang siklus hidup karyawan. Misalnya:

- Program selamat datang dan program orientasi bagi karyawan baru.
- Kerangka kerja keterlibatan karyawan untuk sukses.
- Pemberdayaan: dukungan kepemimpinan, pengembangan karir, promosi, pengakuan, dan penghargaan.
- Keluar dari wawancara, jaringan, penempatan kembali.

6

Menyebarkan EVP

Selamat, EVP startup-mu sudah selesai untuk dibuat! Agar semua karyawan menyadari, memahami, dan menerapkan EVP ke dalam keseharian ketika mereka bekerja, kamu perlu mengkomunikasikan EVP lebih luas. Bukan hanya sekadar dokumen internal, EVP dapat digunakan untuk pemasaran, *branding*, *public relation*, periklanan, situs web perusahaan, situs karir, hingga video startup atau menyusun *company profile*. Pada dasarnya, EVP harus menjadi inti dari startup-mu.

Contoh proposisi nilai karyawan (*Employee Value Proposition*)

Berikut adalah contoh dari EVP yang bersifat kuantitatif:

- Gaji
- Bonus
- *Stock options*
- Asuransi kesehatan
- Rencana pensiun
- Cuti berbayar (PTO/*Paid Time Off*)
- *Gym membership*
- Liburan perusahaan
- Pelatihan

Berikut adalah contoh dari EVP yang bersifat kualitatif:

- Pertumbuhan karir
- Kualitas kepemimpinan
- Penyelarasan peran (*role alignment*)
- Kepercayaan dan kolaborasi
- Hubungan tim
- Budaya perusahaan
- Pertumbuhan karir yang cepat
- Reputasi yang kuat secara global
- Komitmen yang kuat terhadap keadilan sosial

Seperti apa sebenarnya contoh proposisi nilai karyawan?



Reputasi yang baik:

Bergabung dengan perusahaan kami berarti menjadi bagian dari institusi bergengsi dengan reputasi kuat di industri. Nama kami memiliki sudah populer, dan dikaitkan dengan perusahaan ini akan meningkatkan kedudukan profesionalmu dan membuka pintu bagi peluang masa depan.



Lintasan karir cepat:

Kami bangga menawarkan lintasan karir jalur cepat bagi individu yang ambisius. Di perusahaan ini, kamu akan memiliki kesempatan untuk mengerjakan proyek yang menantang, mendapatkan pengalaman berharga, dan memperoleh keterampilan baru. Komitmen kami untuk mengembangkan bakat dan memberikan peluang kemajuan artinya kamu bisa mengharapkan percepatan pertumbuhan dan pengakuan atas pencapaianmu.



Komitmen keadilan sosial:

Kami percaya bahwa perubahan positif dimulai dari dalam. Dengan bergabung dalam perusahaan ini, kamu menjadi bagian dari komunitas yang memiliki komitmen kuat terhadap keadilan sosial. Perusahaan kami secara aktif terlibat dalam inisiatif dan proyek yang mengatasi masalah sosial yang mendesak, sehingga memungkinkanmu memberikan dampak yang berarti terhadap dunia di sekitar tempat tinggalmu.



Gaji dan tunjangan yang kompetitif:

Kami berusaha untuk menawarkan paket gaji dan tunjangan yang kompetitif sesuai kemampuan kami. Kami mengakui nilai dan kontribusi yang kamu berikan terhadap misi perusahaan kami, dan kami bertujuan untuk memberikan imbalan finansial yang selaras dengan dedikasi dan upayamu.

KESIMPULANNYA, EVP SEPERTI APA YANG PALING BAIK?

Jawabannya adalah yang dibuat dengan jujur dan tulus, mencerminkan keunikan startup, dan menyampaikan apa yang karyawan katakan. Dengan demikian, representasi asli dari startup akan dapat dijalankan dengan lebih mudah dalam pekerjaan karyawan sehari-hari. Jadi, sudah siapkah kamu membuat EVP versi startup-mu? Yuk, rencanakan segera!

Tips dan Trik Wawancara Kandidat di Startup Beserta Daftar Pertanyaannya

Mau wawancara kandidat, tapi masih bingung, sebenarnya apa saja yang penting untuk ditanyakan?

Berapa banyak pertanyaan yang harus diajukan?

Berapa lama durasi wawancara yang efektif?

Dan, seperti apa *tips* wawancara yang tepat?

Semua pertanyaanmu akan dijawab lewat artikel ini. Jadi, baca sampai tuntas, yuk!



Pada dasarnya, meskipun tidak ada aturan baku tentang jumlah pertanyaan yang harus diajukan ketika mewawancarai seorang kandidat, sebenarnya ada beberapa *tips* yang dapat kamu ikuti untuk ‘memandumu’ melakukan wawancara dengan lebih efektif.

- **Menentukan waktu wawancara**



Yang pertama, kamu perlu menentukan, berapa lama wawancaramu akan berlangsung?

Jika hal ini tidak bisa dijawab, maka kita tidak bisa membuat estimasi jumlah pertanyaan, apalagi membuat daftar pertanyaannya.

Sebagai gambaran, banyak wawancara kerja yang berdurasi 30 menit hingga 60 menit. Namun, durasi ini bisa bervariasi karena dipengaruhi oleh posisi, jenis wawancara (misal dilakukan lewat tatap muka, telepon, wawancara grup atau panel), serta proses perekrutan yang ada di startup.

- **Memberikan waktu di awal dan akhir wawancara**



Selanjutnya, setelah kamu sudah tahu durasi wawancara yang akan dilakukan, pertimbangkan untuk memberikan waktu 3-5 menit di awal percakapan untuk memperkenalkan diri kepada kandidat. Sesi pengenalan ini bertujuan untuk membangun hubungan baik dengan mereka. Kemudian, jangan lupa berikan durasi waktu yang sama di akhir wawancara untuk memberikan kesempatan bertanya pada kandidat.

- **Tentukan waktu menjawab untuk setiap pertanyaannya**

Tahap selanjutnya, kamu perlu memutuskan berapa lama waktu yang dibutuhkan kandidat dalam menjawab setiap pertanyaan. Waktu ideal umumnya tiga menit. Namun, bisa lebih dari itu jika memang kamu ingin memberikan waktu tambahan. Misalnya ketika melakukan wawancara dengan kandidat di posisi eksekutif atau tingkat atas, kamu mungkin ingin memberikan lebih banyak waktu.



- **Memutuskan berapa banyak pertanyaan wawancara yang diajukan**

Setelah tahap-tahap sebelumnya dilakukan, kini akan lebih mudah bagimu untuk menentukan jumlah pertanyaan yang ingin diajukan kepada kandidat. Caranya, kamu dapat mengambil total durasi wawancara yang telah ditetapkan, lalu kurangilah dengan waktu pengenalan di awal dan sesi pertanyaan di akhir. Selanjutnya, ambil angka yang tersisa dan bagilah dengan durasi yang akan dihabiskan kandidat untuk menjawab setiap pertanyaan.



Agar tidak bingung, berikut adalah contohnya. Waktu wawancara untuk setiap kandidat adalah 30 menit. Rencananya, kamu memberikan waktu hanya tiga menit untuk setiap pertanyaan. Setelah mengurangi lima menit dari awal dan akhir wawancara, kamu memiliki waktu 20 menit. Jika waktu tersebut dibagi tiga menit setiap pertanyaan, kamu akan mendapatkan 6,6 pertanyaan wawancara. Jadi, kamu punya kesempatan untuk mengajukan enam hingga tujuh pertanyaan selama wawancara.

● *Tips tambahan*



Kamu perlu mencari tahu, sebenarnya apa yang ingin digali dari kandidat tersebut ketika wawancara. Misalnya jika kamu dapat mengetahui wawasan dari seorang kandidat dalam lima pertanyaan, maka tidak perlu bertanya sepuluh pertanyaan.



Sebelum wawancara, usahakan kamu sudah membaca *resume* terutama tentang pengalaman kerja. Penting juga untuk mengecek latar belakang akademis dan menilai *soft skill* dari kandidat, seperti kerja sama tim, kolaborasi, kreativitas, manajemen waktu, dan *skill* lainnya untuk menentukan apakah mereka cocok untuk pekerjaan tersebut. Mengajukan rentetan pertanyaan sampai 20 pertanyaan yang tidak perlu bisa membuat kandidat merasa tidak nyaman dan menciptakan pengalaman negatif.

Maka dari itu, cobalah untuk menyusun pertanyaan wawancara dengan cermat, baik secara jumlah dan durasinya sehingga pertanyaannya tepat sasaran. Tidak hanya itu, kandidat juga akan merasa lebih nyaman dan tidak merasa seperti sedang diinterogasi. Kenyamanan kandidat ketika wawancara menghasilkan suasana serta jawaban yang juga lebih maksimal dan memberikan hasil penilaian yang lebih objektif.



● Ide pertanyaan wawancara terbuka

Berikut ini adalah beberapa contoh pertanyaan wawancara terbuka:

- ☐ Bisakah kamu ceritakan sedikit tentang dirimu?
- ☐ Mengapa kamu ingin bekerja di perusahaan kami?
- ☐ Menurutmu, mana yang bisa mengeluarkan performa terbaikmu, bekerja dalam tim atau sendirian?
- ☐ Jika kamu dapat mengubah satu hal tentang perusahaan kamu saat ini agar lebih sukses, hal apakah yang akan kamu lakukan?
- ☐ Mengapa kamu meninggalkan pekerjaan kamu saat ini?
- ☐ Di mana kamu melihat diri kamu dalam lima tahun ke depan? Tindakan apa yang saat ini kamu ambil untuk mencapai tujuan tersebut?
- ☐ Bagaimana kamu mengatur tenggat waktu di bawah tekanan?
- ☐ Bisakah kamu menggambarkan kejadian di masa lalu ketika kamu gagal memenuhi tenggat waktu atau mencapai tujuan? Apa yang kamu pelajari dari pengalaman yang kamu terapkan dalam pekerjaan kamu sekarang?
- ☐ Kekuatan dan keterampilan apa yang menurut kamu membuat kamu paling memenuhi syarat untuk posisi ini?
- ☐ Menurut kamu, apa kelemahan terbesarmu di tempat kerja, dan langkah apa (jika ada) yang kamu ambil untuk mengurangi tantangan ini?
- ☐ Prestasi karir apa yang paling kamu banggakan?
- ☐ Bisakah kamu ceritakan sesuatu tentang dirimu yang tidak tercantum di *resume*?
- ☐ Apa yang paling membuat kamu bersemangat dengan industri atau karir kamu?
- ☐ Mengapa kamu memilih jalur karir ini?
- ☐ Bisakah kamu ceritakan saat kamu harus bekerja dengan seseorang yang memiliki kepribadian atau gaya kerja yang sangat berbeda dari kamu?

Itu tadi beberapa *tips* penting yang bisa kamu terapkan ketika akan mewawancarai kandidat. Sekarang, mari buka laptopmu dan coba untuk menyusun daftar pertanyaannya, ya!

Menyoroti 7 Tren Rekrutmen Paling Relevan di 2024

Di penghujung tahun 2023 dan menyongsong tahun 2024, rekrutmen mengalami transformasi akibat pesatnya pertumbuhan teknologi, perubahan sosial ekonomi, dan pasca pandemi COVID-19.

Para profesional sumber daya manusia, termasuk para manajer SDM dan seluruh tim memikirkan cara yang lebih strategis dan taktis dalam menemukan kandidat dan talenta terbaiknya. Untuk itu, startup perlu lebih peka dan melek terhadap tren rekrutmen terbaru agar berhasil dalam persaingan kerja yang kompetitif. Berikut adalah penjelasannya.



1

Rekrutmen virtual



Pasca pandemi COVID-19, rekrutmen virtual menjadi sebuah cara baru yang digunakan terus hingga sekarang. Rekrutmen virtual menjadi alternatif dari proses perekrutan tradisional, yang kini justru populer untuk digunakan. Menurut *job site* Monster, 70% perusahaan melakukan proses rekrutmen dan orientasi secara setengah virtual, sementara satu dari 10 perusahaan menggunakan opsi virtual penuh. Rekrutmen virtual dianggap sebagai pilihan yang lebih baik untuk pekerja kantor serta pekerja jarak jauh.

2

Mencari pekerjaan melalui *mobile phone*



Para ahli tidak hanya melihat perubahan pada metode perekrutan, melainkan juga pada *platform* yang digunakan untuk mencari pekerjaan. Menurut Glassdoor, lebih dari 50% dari 67 juta pengunjung bulanan ternyata menggunakan perangkat seluler untuk mengakses situs tersebut. Untuk itu, manajer SDM dan para perekrut kerja perlu lebih memprioritaskan *job posting* dengan konten yang lebih nyaman dilihat menggunakan perangkat seluler.

Permintaan tunjangan karyawan



Manajer SDM dan tim selalu mencari cara untuk menarik hati para pelamar kerja dan mempertahankan karyawan menggunakan tunjangan dan fasilitas. Menurut laporan Buck's Wellbeing and Voluntary Benefits, 79% pekerja di Amerika menginginkan lebih dari sekedar keuntungan finansial di tempat kerja. Ada banyak hal lain yang dipandang sama pentingnya dengan gaji. Misalnya seperti jaminan kesehatan, cuti berbayar, bonus kinerja, serta fasilitas lainnya di tempat kerja.

Pentingnya *employer branding*



Employer branding adalah upaya perusahaan untuk membuat karyawan menjadi nyaman dan betah saat bekerja. Dengan kata lain, pengalaman kerja karyawan menjadi sebuah keunggulan yang dapat menjadi nilai tambah dari startup. *Branding* startup sangat menentukan cara pandang industri, pemangku kepentingan, pesaing, hingga karyawan.

Menurut data yang dikeluarkan oleh LinkedIn's 2021 Employer Brand Statistics, sebanyak 72% perekrut setuju bahwa *branding* punya dampak besar pada perekrutan. Ini berhubungan dengan keberhasilan perusahaan dalam menarik talenta yang punya visi serupa dengan perusahaan. Itulah mengapa pentingnya bagi startup untuk bisa membangun reputasi dan budaya kerja berdasarkan kepedulian terhadap karyawannya.

Diversity, Equity, Inclusion (DEI)/ keberagaman, kesetaraan, dan inklusi



Masalah tentang keberagaman, kesetaraan, dan inklusi (DEI) menjadi suatu hal yang menonjol dalam rekrutmen. DEI ini menjadi sebuah hal yang krusial karena dapat:

- Menghapus bias
- Memastikan keadilan dalam perekrutan dan pekerjaan
- Menarik dan mempertahankan talenta yang tepat
- Meningkatkan keterlibatan

Startup yang mengedepankan keberagaman, kesetaraan, dan inklusi dapat berupaya untuk secara aktif mencari kandidat yang punya perspektif beragam. Selain itu, startup juga perlu untuk berinvestasi dalam pelatihan untuk menciptakan tempat kerja yang lebih inklusif. Ditambah, inisiatif terhadap keberagaman, kesetaraan, dan inklusi tidak hanya saat proses perekrutan saja, melainkan hingga ke dalam pembentukan budaya startup.





6

Perangkat lunak AI untuk perekrutan



Menurut Liandro Bandrao yang menulis artikel di LinkedIn berjudul **‘Navigating the Future: Recruitment Trends to Watch in 2024’**, sistem rekrutmen saat ini dapat memanfaatkan AI untuk mengotomatisasi berbagai aspek dari proses rekrutmen. Menurut wellfound.com, alat-alat ini menggunakan algoritma pembelajaran mesin untuk membantu penyaringan resume, pencocokan kandidat, bahkan wawancara awal.

Perangkat lunak berbasis AI dapat menganalisis pola data kandidat, mengidentifikasi kandidat mana yang paling tepat, mengurangi bias dalam proses seleksi, dan menyederhanakan proses perekrutan. Hal tersebut dapat menghemat waktu dan sumber daya, sehingga memungkinkan manajer SDM dan tim untuk fokus dalam membangun hubungan yang baik dengan kandidat.

Bangkitnya *gig economy* di startup



Menurut [wellfound.com](https://www.wellfound.com), selama beberapa tahun terakhir, *gig economy* mengalami peningkatan yang signifikan. Dampaknya, *gig economy* ternyata mampu mengubah cara orang bekerja dan menjalankan bisnis. Munculnya *gig economy* tidak serta merta melainkan akibat dari kemajuan teknologi, pergeseran preferensi tenaga kerja, dan dampak pandemi global.

Pekerja lepas, kontraktor independen, dan *gig workers* kini berkontribusi pada sebagian besar angkatan kerja. Tidak heran jika banyak perusahaan yang mencari *gig workers* untuk mengisi posisi sementara, terutama terhadap pekerjaan berbasis proyek. Baik pekerja maupun pemberi kerja mendapatkan manfaat dari fleksibilitas, skalabilitas, dan akses terhadap keterampilan khusus.

Tahun depan akan menjadi semakin menarik dengan tren rekrutmen yang diprediksikan akan banyak digunakan oleh para profesional sumber daya manusia. Dengan memahami, mencari tahu lebih dalam, dan menerapkan tren ini, harapannya baik perekrut maupun profesional SDM dapat menyiapkan diri dengan optimal untuk berhasil mencapai tujuannya. Baik itu berhasil bekerja di tempat idaman atau mendapatkan karyawan baru yang sesuai.

Sumber:

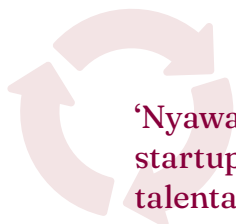
[Wellfound.com](https://www.wellfound.com)

[Outsourceaccelerator.com](https://www.outsourceaccelerator.com)

Artikel yang ditulis oleh
Liandro Bandrao di [LinkedIn](https://www.linkedin.com)

Kunci Keterlibatan Karyawan: Memahami Siklus Hidup Karyawan





‘Nyawa’ dari sebuah startup adalah para talenta atau karyawan yang dimiliki. Agar startup bisa sukses dan ‘merawat’ karyawan dengan baik, maka penting sekali bagi startup, terutama tim SDM untuk memahami setiap tahapan dari siklus hidup karyawan.

Mempelajari perjalanan seorang karyawan di startup dapat membantumu lebih memahami cara merekrut dan mengembangkan bakat. Selain itu, kamu akan lebih mudah memahami tantangan yang mereka hadapi dan bagaimana solusinya agar mereka tetap loyal untuk memilih bekerja denganmu.



Apa itu siklus hidup karyawan?

Merupakan model yang dapat digunakan oleh bagian SDM dalam memvisualkan perjalanan karyawan dan memahami bagaimana mereka dapat maju dan terlibat. Untuk memahami lebih jauh, mari kita selami tahapan-tahapannya.

TAHAP 1

Brand attraction

Brand attraction adalah saat ketika seseorang yang pernah berkunjung ke sebuah kantor, atau menggunakan produk dari kantor tersebut, mereka akan berpikir, “Rasanya saya ingin bekerja di kantor ini.”

Ini langkah awal dari siklus hidup karyawan, di mana mereka akan memperhatikan, tertarik, punya pengalaman positif terhadap merek tersebut, bahkan berpikir untuk berkarir di tempat itu.

Menurut Glassdoor.com, tiga dari empat pencari kerja cenderung melamar pekerjaan apabila perusahaan tersebut secara aktif mengelola merek perusahaannya. Di sisi lain, cobalah untuk mempertimbangkan bagaimana merek startup-mu dapat berkomunikasi dengan kandidat. Tidak hanya itu, merekmu juga bisa membantu mereka memahami rasanya bekerja di startup-mu.

Jadi, tugas pertama yang dapat kamu kerjakan adalah menarik kandidat terbaik ke dalam bisnisimu. Bagaimana caranya? Membangun merek yang hebat, dengan citra yang tepat, sesuai dengan visi, misi, dan nilai-nilai yang dibangun oleh startup. Secara lebih detail, ini yang perlu kamu lakukan untuk menarik kandidat ke dalam tahap atraksi:

- Memperhatikan bagaimana merekmu berbicara kepada kandidat.
- Miliki halaman karir yang kuat yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan target audiens.
- Menciptakan budaya yang menarik talenta terbaik, lalu tunjukkan dalam komunikasi *branding* startup.

Metrik yang harus dilacak pada tahap ini adalah metrik *branding*:

■ **Demografi kandidat:**

Metrik ini akan membantumu untuk mengetahui siapa yang menarik bagi merek startup-mu. Apakah kamu menarik kandidat yang beragam? Apakah mereka memiliki keterampilan dan pengalaman yang kamu butuhkan?

■ **Analisis halaman karir:**

Metrik ini akan mengetahui berapa banyak orang yang mengunjungi halaman karir, dari mana mereka berasal, berapa lama mereka bertahan di halaman tersebut, dan tindakan apa yang mereka ambil. Halaman karir startup bisa ditampilkan lewat situs perusahaan, LinkedIn, atau keduanya. Kamu bisa memanfaatkan *analytic tools* yang dipasang di situs, atau memanfaatkan fitur dari LinkedIn untuk melakukan analisis dari user.



TAHAP 2

Rekrutmen

Tahapan ini berfokus untuk mendatangkan talenta ke dalam startup. Setelah kandidat tertarik pada startup, perusahaan harus punya strategi rekrutmen yang jelas. Alasannya, tahap rekrutmen akan mendatangkan lebih banyak talenta dan karyawan.

Karyawan yang sudah ada saat ini harus dapat diandalkan untuk referensi. Misalnya dengan menawarkan bonus referensi kepada karyawan jika berhasil menarik kandidat yang tepat. Pada intinya, startup perlu melakukan riset tentang bagaimana cara mendapatkan kandidat yang diinginkan.

Tahap rekrutmen mencakup semua hal untuk mendapatkan karyawan baru. Ini dimulai dengan *job posting* hingga menawarkan *Employee Value Proposition* (EVP) yang hebat (catatan: artikel lebih lengkap tentang EVP ada di RINTISAN edisi kali ini). Beberapa poin penting yang dapat kamu lakukan dalam fase rekrutmen adalah:

- Memahami kandidat dan menyesuaikannya dengan strategi rekrutmen.
- Menjaga agar proses lamaran tetap singkat, sederhana, jelas, dan konsisten.
- Menggunakan saluran rekrutmen untuk melacak berapa banyak orang yang masuk, maju, dan keluar dari proses.
- Mengadopsi pendekatan digital, dan menggunakan teknologi untuk membantu prosesnya menjadi lebih efisien.
- Memastikan proses seleksi bersifat inklusif dan adil.

Metrik perekrutan yang harus dilacak pada tahap siklus hidup karyawan ini meliputi:

■ **NPS kandidat:**

Net Promoter Score adalah cara terbaik untuk mengukur kepuasan kandidat secara keseluruhan terhadap pengalaman mereka. Skor akan menunjukkan bagaimana kandidat memandang proses rekrutmen dan apa yang perlu kamu kerjakan.

■ **Tingkat penerimaan penawaran:**

Persentase kandidat yang menerima tawaran pekerjaanmu. Tarif ini harus tinggi jika kamu menawarkan gaji, tunjangan, dan fasilitas yang kompetitif. Jika belum, inilah saatnya mengevaluasi kembali caramu dalam menarik kandidat.

■ **Waktu untuk merekrut:**

Ini adalah berapa lama waktu yang dibutuhkan sejak seorang kandidat melamar suatu pekerjaan hingga mereka menerima tawaran. Waktu perekrutan yang lama mungkin menunjukkan ketidakefisienan dalam proses perekrutan.

■ **Tingkat penyelesaian lamaran:**

Ini adalah persentase kandidat yang telah menyelesaikan semua langkah yang diperlukan untuk melamar pekerjaan. Jika angka ini rendah, proses lamaranmu harus lebih singkat atau lebih mudah.



Selanjutnya, tim SDM harus memastikan bahwa orientasi karyawan dilakukan dengan lancar. Karyawan baru harus tahu kapan hari pertama mereka bekerja, apa yang diharapkan dari pekerjaan, jenis pelatihan apa yang akan dilakukan, ekspektasi dari peran, dan dokumen apa yang perlu dilengkapi sebelum mulai bekerja.

Orientasi menjadi proses yang krusial, karena menurut eddy.com, 60% karyawan memutuskan akan tetap lanjut di tempat tersebut atau mundur, berdasarkan pengalaman hari pertamanya bekerja. Ini adalah poin penting dalam tahap orientasi yang dapat kamu lakukan:

- Membuat rencana orientasi khusus untuk startup-mu.
- Mengembangkan proses orientasi yang mudah diikuti dan dipahami.
- Mendukung karyawan baru sejak mereka menandatangani kontrak hingga *pra-boarding*.
- Memastikan transisi yang lancar dari perekrutan ke orientasi, serta berkomunikasi dengan karyawan tentang apa yang kamu harapkan dari mereka.
- Memantau metrik orientasi dan menggunakannya untuk mengidentifikasi area di mana kamu dapat melakukan perbaikan.

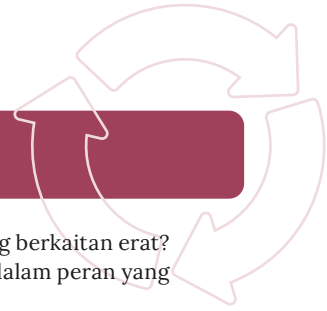
Beberapa metrik orientasi yang dapat dilacak adalah:

■ *Time to productivity:*

Ini adalah jumlah waktu yang dibutuhkan karyawan baru untuk menjadi produktif dalam pekerjaannya. Metrik ini dapat membantu menentukan apakah proses orientasi sudah efektif dan efisien. Jika dibutuhkan waktu lama bagi karyawan untuk menjadi produktif, kamu mungkin perlu memperkuat pelatihan karyawan barumu.

■ *New hire satisfaction/kepuasan perekrutan baru:*

Ini mengukur seberapa puas karyawan baru setelah orientasi. Hal ini dapat menentukan apakah kamu sudah cukup menyambut karyawan baru dengan baik dan membuat mereka merasa cocok dengan peran barunya. Hal ini juga memungkinkanmu dalam mengidentifikasi area perbaikan untuk menyederhanakan proses atau meningkatkan nilai yang diberikan kepada karyawan.



Tahukah kamu, kalau pengembangan dan retensi karyawan saling berkaitan erat? Karyawan akan memutuskan untuk *resign* jika mereka terjebak dalam peran yang tidak punya peluang untuk berkembang di masa depan.

Menurut laporan McKinsey, kurangnya pengembangan dan kemajuan karir adalah salah satu alasan utama orang berhenti dari pekerjaannya selama periode pasca pandemi. Itulah mengapa sangat penting untuk memahami kekuatan karyawan dan bagaimana perusahaan dapat memanfaatkannya.

Startup juga perlu memberikan pembelajaran dan pengembangan yang memadai, serta peluang kemajuan karier kepada karyawan. Jika ternyata ada kesenjangan dalam keahlian mereka, kamu perlu menemukan cara untuk mengisinya. Di bawah ini adalah wawasan tentang poin penting dalam tahap pengembangan yang dapat diaplikasikan di startup:

- Bekerjalah dengan karyawan untuk membuat rencana pengembangan karyawan dan karir yang selaras dengan kebutuhan mereka dan bisnis.
- Berdiskusi tentang pentingnya pengembangan kepemimpinan dengan membantu karyawan memperoleh lebih banyak keterampilan dan pengalaman sehingga mereka dapat mengambil peran yang lebih signifikan di perusahaan.
- Melacak kemajuan rencana pengembangan karyawan, sehingga kamu dapat melakukan penyesuaian berdasarkan kebutuhan atau merayakan keberhasilan.

Beberapa metrik yang perlu dilacak dalam fase pengembangan meliputi:

■ ROI (*Return on Investment*) pelatihan:

Metrik ini mengukur laba atas investasi dari inisiatif pelatihan. Kamu dapat menggunakannya untuk menentukan apakah program pelatihan perusahaan saat ini sudah berjalan dengan efektif dan sepadan dengan biayanya.

■ Kinerja karyawan pasca pelatihan:

Metrik ini mengukur dampak inisiatif pelatihan perusahaan terhadap kinerja karyawan. Kamu dapat menggunakannya untuk menilai apakah karyawanmu dapat menerapkan apa yang mereka pelajari dalam pekerjaan sehari-hari.

Fokus retensi adalah tentang bagaimana cara mempertahankan karyawan di startup. Di tahap ini, kamu dapat melihat hasil dari kerja kerasmu di empat tahap sebelumnya. Jika startup berhasil menarik, merekrut, menerima, dan mengembangkan talenta, artinya peluang untuk mempertahankan karyawan bekerja di startup itu akan lebih besar.

Beberapa daftar poin penting dalam tahap retensi adalah:

- Memahami apa yang membuat karyawan tidak berhenti bekerja dan tetap semangat untuk bekerja di startup-mu.
- Jawaban antar karyawan bisa berbeda, oleh karena itu startup harus meluangkan waktu untuk menerima umpan balik dari karyawan tentang apa yang penting bagi mereka.
- Beberapa hal yang mungkin dapat mempertahankan karyawan antara lain gaji, tunjangan, budaya perusahaan, peluang karir, hingga semangat tim.
- Menciptakan lingkungan di mana karyawan dapat menyumbangkan karya terbaiknya.
- Menindaklanjuti umpan balik dari karyawan.

Selanjutnya, ini adalah metrik yang bisa kamu ukur dari tahap retensi:

■ **NPS kandidat:**

Ini adalah persentase karyawan yang bertahan di suatu perusahaan setidaknya selama satu tahun. Karyawan di bisnis dengan tingkat retensi tinggi biasanya lebih puas dengan pekerjaan mereka dan merasa menjadi bagian dari sesuatu yang istimewa.

■ **Perputaran sukarela (*voluntary turnover*):**

Ini adalah persentase karyawan yang meninggalkan perusahaan atas kemauannya sendiri. Misalkan sebuah bisnis memiliki tingkat perputaran sukarela yang tinggi. Dalam hal ini, ini berarti karyawan tidak senang dengan perlakuan manajemen terhadap mereka. Mereka mungkin juga merasa tidak banyak peluang untuk maju.

■ **eNPS:**

Ini adalah persentase karyawan yang akan merekomendasikan perusahaannya sebagai tempat kerja yang unggul. Jika sebuah bisnis memiliki skor eNPS yang tinggi, karyawan akan senang dengan pekerjaannya dan merasa ada kemajuan dalam mencapai tujuan karirnya.

Setiap karyawan mungkin akan mengalami proses ini saat bekerja di perusahaan. Namun, tidak semua perpisahan itu buruk. Beberapa orang karyawan mungkin memutuskan *resign* karena akan bekerja di industri lain. Karyawan mungkin pergi untuk pekerjaan yang lebih sesuai dengan keyakinan mereka atau dengan kompensasi yang mungkin lebih baik dan tidak dapat dipenuhi oleh startup-mu.

Apa pun alasannya, tim SDM punya peran besar untuk memastikan karyawan yang berhenti bekerja dapat melakukan *exit* dengan mulus. Perpisahan yang sukses dapat terjadi ketika karyawan yang *resign* tetap menghormati perusahaan dan bersyukur atas waktunya bersama perusahaan. Begitu pula sebaliknya, perusahaan menghargai kontribusi dari karyawan selama bekerja.

Beberapa poin penting yang ada di tahap *exit* adalah:

- Lakukan *exit interview* dengan karyawan tersebut untuk memahami pengalaman mereka di startup-mu.
- Mengirimkan ucapan terima kasih kepada karyawan setelah *exit interview*.
- Menemukan cara untuk tetap berhubungan dengan mereka.

Metrik yang harus dilacak pada tahap ini:

■ ***Exit interview completion rate/tingkat penyelesaian wawancara keluar:***

Metrik ini menunjukkan berapa banyak karyawan yang diundang untuk wawancara keluar atau mengisi survei keluar. Jika orang-orang tidak bersedia mendiskusikan pengalaman mereka, ini mungkin menunjukkan bahwa mereka tidak sabar untuk keluar dari perusahaan tersebut.

■ ***Skor offboarding:***

Skor yang mengukur seberapa baik proses *offboarding* perusahaanmu berjalan. Skor *offboarding* yang tinggi menunjukkan bahwa karyawan meninggalkan perusahaan dengan kesan yang baik atas pengalamannya. Sebaliknya, skor yang rendah berarti kamu dapat meningkatkan cara yang lebih baik dalam menangani kepergian karyawan.

Setelah karyawan memutuskan untuk *resign* dari startup, sebenarnya ini belum selesai. Mereka masih bisa menjadi pendukung merek perusahaan yang sangat berharga. Dengan catatan, karyawan tersebut harus punya pengalaman baik ketika bekerja di perusahaan tersebut.

Dengan begitu, mereka yang punya pengalaman baik akan lebih mungkin untuk merekomendasikan perusahaan tersebut kepada teman atau rekannya yang sedang mencari pekerjaan.

Sebaliknya, apabila pengalaman karyawan untuk *resign* ternyata jauh dari kata menyenangkan, itu akan berpotensi merusak merek dan membuat upaya rekrutmen di masa depan menjadi kurang baik.

Beberapa poin penting dari tahap advokasi adalah:

- Mempermudah karyawan yang ingin *resign* untuk tetap berhubungan denganmu.
- Bersikaplah proaktif dalam menjangkau alumni.
- Mengirim pembaruan rutin tentang perusahaan dan kemajuannya.

Metrik yang harus dilacak pada tahap ini:

■ Pendaftaran ke jaringan alumni karyawan:

Alumni yang mendaftar ke jaringan alumni akan punya peluang lebih besar untuk terus menjalin hubungan dengan startup. Tidak menutup kemungkinan bahwa suatu saat mereka bisa kembali bekerja di startup-mu apabila mereka merasa perusahaanmu memberikan nilai tambah yang tidak dapat didapatkan di tempat lainnya.

■ *Email open rates:*

Alumni yang tertarik untuk tetap terhubung dengan perusahaan akan membuka emailmu.

Sekarang, kamu sudah punya pemahaman yang lebih baik tentang siklus hidup karyawan. Jadi, kamu dapat mulai menerapkannya di startup-mu, dengan catatan bahwa siklus hidup karyawan bersifat dinamis dan selalu berubah seiring berjalannya waktu. Selamat mengaplikasikan siklus hidup karyawan untuk menciptakan lingkungan kerja yang membuat karyawan bahagia dan terus terlibat, ya.

Sumber:

<https://eddy.com/>

<https://www.indeed.com/>

<https://www.aihr.com/>

<https://www.qualtrics.com/>

JANGAN LAKUKAN INI



SAAT WAWANCARA

Di perusahaan saya dulu, beberapa kali saya mendampingi staf Sumber Daya Manusia (SDM) mewawancarai para pelamar kerja. Saya hadir untuk memastikan wawancara berlangsung seperti yang diharapkan dan kami mendapatkan talenta yang dibutuhkan.

Wawancara biasanya dimulai dengan beberapa pertanyaan standar, seperti latar belakang pendidikan dan mengapa pelamar tertarik dengan posisi yang diinginkannya.

Selanjutnya Mbak Jeli, begitu saya menyapa staf SDM itu, akan menghujani pelamar dengan pertanyaan lain, seperti karakter dan kepribadian pelamar.

Salah satu pengalaman yang tak terlupakan adalah ketika Mbak Jeli mewawancarai seorang perempuan lulusan filsafat sebuah perguruan tinggi negeri.

"Bagaimana Anda menangani tekanan atau situasi kerja yang stres?" tanya Mbak Jeli.

"Dengan minum obat."

Saya dan Mbak Jeli kaget.

"Mengelola stres adalah bagian penting dari setiap pekerjaan. Selain mengonsumsi obat, adakah cara lain yang Anda lakukan untuk memastikan Anda tetap produktif dan efektif dalam pekerjaan?"

"Untuk apa Ibu bertanya soal stres?"

"Kami ingin mengetahui bagaimana seorang kandidat seperti Anda mengatasi tantangan dan tekanan sehari-hari. Ini membantu kami mengetahui lebih lanjut tentang kemampuan adaptasi dan ketahanan Anda dalam situasi yang mungkin sulit."

"Bagaimana kalau saya tidak menjawab? Apakah saya ditolak?"

Mbak Pelamar terdengar kurang suka dengan penjelasan Mbak Jeli.

"Dalam wawancara kerja, setiap pertanyaan memberikan kesempatan bagi pelamar untuk menunjukkan keahlian dan kepribadiannya. Jika Anda memilih untuk tidak menjawab, saya sebagai pewawancara akan berusaha memahami alasan di baliknya dan mungkin akan mencari area lain di mana Anda mungkin lebih nyaman untuk berbicara. Tidak menjawab pertanyaan tertentu tidak selalu berarti penolakan, tapi komunikasi yang baik sangat penting dalam proses wawancara."

"Bagaimana jika komunikasi tidak berjalan baik?"

"Jika komunikasi tidak berjalan baik selama wawancara, kami sebagai pewawancara akan mencoba memahami kendala yang dihadapi pelamar dan mencari pendekatan yang berbeda untuk mendapatkan informasi yang kami perlukan. Namun, keterampilan komunikasi yang efektif adalah kunci penting dalam banyak pekerjaan, dan kemampuan untuk menyampaikan informasi dengan jelas akan selalu menjadi pertimbangan dalam proses seleksi."

"Selain komunikasi, apa lagi yang menjadi pertimbangan proses seleksi?"

"Kami juga mempertimbangkan faktor-faktor lain, seperti kemampuan beradaptasi, pemecahan masalah, kerja sama tim, motivasi, dan kecocokan dengan nilai-nilai perusahaan. Kami mencari kandidat yang tidak hanya memenuhi kualifikasi teknis tetapi juga yang dapat berkontribusi positif terhadap budaya dan pertumbuhan perusahaan."

"Saya merasa tidak cocok bekerja di perusahaan ini. Terima kasih sudah memberi saya kesempatan."

Mbak Pelamar lalu beranjak keluar. Saya dan Mbak Jeli melongo. (*)

PENULIS: **Wicaksono alias Ndoro Kakung**, jurnalis veteran, konsultan komunikasi, dan kreator konten.

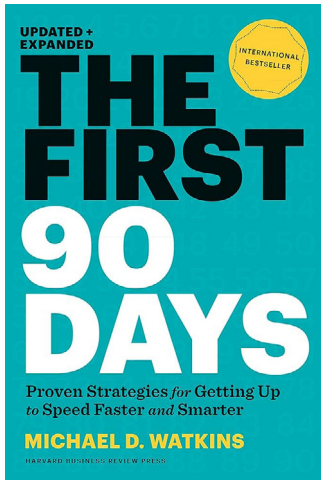
Buku, Film & *Podcast*

Telah dikurasi, tinggal diresapi,
dinikmati, dan dibagi pada teman-
teman lainnya!



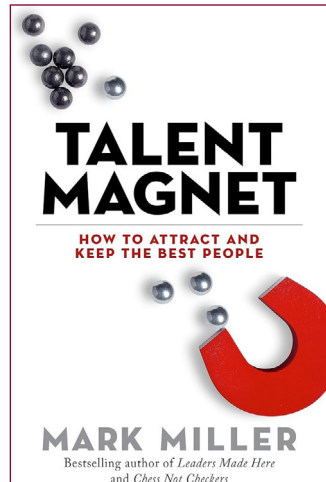
Saat memasuki fase yang baru, mengenalkan perusahaan pada talenta adalah hal kunci untuk membangun tim yang kolaboratif. Oleh karena itu, Rintisan edisi kali ini akan merangkum rekomendasi buku, film, dan podcast yang menambah wawasanmu dalam mengenalkan perusahaan setelah proses rekrutmen dan *onboarding*. Apa sajakah itu?

Buku



THE FIRST 90 DAYS MICHAEL D. WATKINS

Masa transisi merupakan masa yang krusial bagi talenta untuk mengenali bagaimana kultur perusahaannya. Melalui buku ini, ada beberapa strategi yang akan dibagikan untuk membangun *onboarding* yang mengacu pada kepemimpinan dan sesuai dengan kebutuhan profesional. Misalnya, dengan menyiapkan diri untuk belajar dan mencocokkan strategi yang tepat, termasuk untuk membangun tim yang kolaboratif.



TALENT MAGNET: HOW TO ATTRACT AND KEEP THE BEST PEOPLE MARK MILLER

Sedang mencari talenta yang tepat dalam bursa pertukaran pemain? Buku yang terbit pada 2018 ini akan membagikan *insight* tentang menjaring talenta yang tepat bagi perusahaan. Selain itu, buku yang ditulis oleh Mark Miller juga menekankan pentingnya *leadership* dan hal-hal penting untuk diterapkan oleh CEO dalam menentukan kualifikasi talenta saat proses rekrutmen.

Film



JUSTICE LEAGUE

2017



Film *superhero* yang dibintangi oleh Ben Affleck ini menceritakan bagaimana pembentukan kelompok pahlawan untuk menuntaskan sebuah misi. Mulanya kelompok ini dibentuk oleh Batman dengan merekrut orang-orang *super* lainnya untuk bisa mengalahkan musuh yang kuat. Dari film ini dapat dijadikan inspirasi bagi para *founder* dalam menentukan talenta apa saja yang tepat untuk dapat bergabung dan menyumbangkan kontribusinya.



KINGSMAN: SECRET SERVICE

2014



Dikisahkan seorang *Eggsy* yang akhirnya bergabung pada sebuah misi rahasia yang diorganisir oleh organisasi mata-mata. Singkat cerita, *Eggsy* ini tidak dengan tiba-tiba direkrut oleh Hart, yang diperankan oleh Colin Firth, namun melewati berbagai macam proses dan melihat kecocokan kriteria pada *Eggsy*. Setelah itu, *Eggsy* juga melewati proses yang berat untuk bisa berperan sebagai agen mata-mata. Film ini dapat dijadikan sebagai rekomendasi untuk melihat pentingnya *onboarding*.

Podcast



RECRUITING FUTURE

Mendengarkan podcast yang satu ini akan jadi lebih mengenal seluk beluk dan teknologi yang bisa digunakan dalam membantu proses rekrutmen. Ada beberapa *insight* yang disuguhkan di sini, misalnya mengenai masalah beradaptasi dengan situasi kerja, kompleksitas dari proses rekrutmen, atau *skills* apa saja yang dapat menjadi ukuran saat merekrut talenta.

recruitingfuture.com

EMPLOYEE ONBOARDING

with Process Street



 process.st

THE EMPLOYEE ONBOARDING PODCAST

Bagaimana cara memaksimalkan potensi karyawan yang baru bergabung? Podcast satu ini memiliki jawabannya! Dipandu oleh Process Street, kita akan mendapatkan ragam pengetahuan baru tentang bagaimana rahasia membangun *teamwork* atau mengoptimalkan proses *onboarding*. Selain itu, ada beberapa narasumber yang *expert* juga turut membagikan pengalamannya dalam podcast ini.

<https://bit.ly/emp-onboarding>



Fisiohome

Startup Layanan *Home-Visit* Fisioterapi

Kali ini, majalah Rintisan mewawancarai Hasnal Wenes, atau biasa dipanggil Hasnal, salah satu *founder* dari alumni Gerakan Nasional 1000 Startup Digital, yakni **Fisiohome**.

ELEVATOR PITCH

Fisiohome adalah sebuah startup kesehatan yang menawarkan *platform home-visit* fisioterapi pertama di Indonesia yang menghubungkan antara fisioterapis dan pasien.

WEBSITE

<https://fisiohome.id/>

FOUNDER

Hasnal Wenes

CO-FOUNDER

- Aditya Said
- Ananda Farrell

DIDIRIKAN PADA

Januari 2019

INDUSTRI

Kesehatan

JUMLAH TIM

56 orang

FASE PENDANAAN

Bootstrapping

PADA MULANYA, BAGAIMANA CERITA LATAR BELAKANG DALAM MENDIRIKAN FISIOHOME?

Awalnya mendapatkan inspirasi untuk mendirikan Fisiohome ketika mengalami masalah kesehatan dalam keluarga *founder*. Singkat cerita, sang ibunda dari Hasnal mengalami sebuah insiden yang mengharuskan untuk dioperasi. Ibunya bekerja sebagai guru dan untuk pengajuan cuti saat itu bagi ibunya cukup sulit. Kala itu, *treatment* dari ibundanya masih ada beberapa masalah yang perlu diatasi. Pertama, kendalanya untuk bisa mendapatkan jadwal dari fisioterapisnya di rumah sakit. Selanjutnya, ada kendala lainnya, setelah di rumah sakit memerlukan waktu tunggu lainnya untuk mendapatkan jadwal mengantre. Lalu, jadwalnya tersebut juga tidak sesuai dengan kenyataannya.

Adanya *pain points* tersebut yang mengantarkan ide untuk membuat *platform* yang bertujuan untuk bisa menyediakan informasi dan membuat jadwal dengan fisioterapis. Berikutnya, Hasnal mengajak Mas Said, yang kebetulan mengambil studi soal fisioterapi, untuk bisa berdiskusi agar fisioterapi bisa melayani dari rumah. Secara aturan, seorang fisioterapis diperbolehkan untuk melakukan *treatment* dengan *home visit* dan di sisi lain, fisioterapis mengalami kendala untuk menemukan pasien yang membutuhkan pelayanannya dari rumah. Oleh karena itu, Fisiohome hadir sebagai agregator yang mempertemukan kebutuhan antara pasien dengan fisioterapis. Nama Fisiohome ini diambil dari makna pelayanan fisioterapi dengan *home visit* lebih cepat dan mudah diakses oleh pasien. Pasien dapat menentukan jadwal fisioterapi sesuai dengan waktu dan tempat yang diinginkan.

Berikut Adalah Beberapa Pelayanan Dari Fisiohome

*Notes: Pelayanan dari Fisiohome tidak hanya terbatas yang ditampilkan pada gambar, tapi SELURUH kebutuhan fisioterapi bisa kami sediakan untuk Anda!
Hubungi tim konsultasi kami via whatsapp untuk informasi lebih lanjut.



Fisioterapi Stroke
[Lebih Lanjut](#)



Pasca Operasi
[Lebih Lanjut](#)



Gangguan tulang, otot, dan saraf
[Lebih Lanjut](#)



APA VISI FISIOHOME?

Fisiohome ingin menjadi penyedia layanan *home-visit* Fisioterapi yang berorientasi pada pasien dan mensejahterakan Fisioterapis, dengan layanan yang terjangkau, terpercaya, dan dapat diakses kapan dan dimana saja. Selain itu, Fisiohome juga ingin menjadi menjadi *top of mind* masyarakat ketika mereka membutuhkan perawatan Fisioterapi. Sehingga, kesadaran akan kesehatan yang terhubung erat dengan Fisiohome.



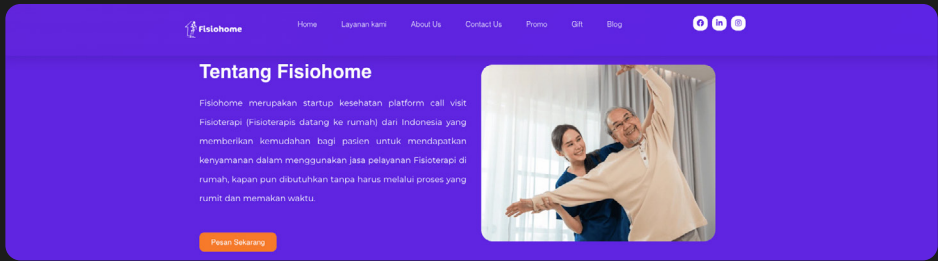
SEBELUM MENDIRIKAN STARTUP, APA PEKERJAAN/ KEGIATAN ANDA SEBELUMNYA?

Saya sendiri sebagai *Founder* Fisiohome memiliki latar belakang pekerjaan profesional di beberapa tempat. Terakhir, bekerja sebagai *business analyst* di Shopee International dan pernah juga bekerja di sektor impor dan ekspor sebagai *digital performance marketing*.

BAGAIMANA CARA FISIOHOME MENGAET KLIEN DI AWAL-AWAL BERDIRI?

Untuk menggaet klien dari yang dulu dengan sekarang tidak jauh berbeda. Pertama, untuk *customer acquisition* lebih banyak dari *digital advertising*. Berbekal dari pengalaman sebelumnya, kami bisa mengenali beberapa *pain point* saat *customer acquisition* itu agar dapat sejalan dengan pelayanan yang ingin ditawarkan. Namun, setelah dilakukan riset pada *customer acquisition* itu, ditemukan bahwa yang terpapar iklan adalah individu yang berusia 25-30 alias usia produktif awal. Nyatanya, layanan yang ingin ditawarkan Fisiohome itu diperuntukkan lebih banyak untuk usia 45 tahun ke atas. Tujuannya agar individu berusia produktif bisa memesan layanan bagi orang tuanya atau mereka sendiri. Setelah dua tahun berdiri, Fisiohome tidak hanya berpaku pada *customer acquisition* berasal dari *digital advertising* saja, melainkan juga melakukan ekspansi dengan *partnership* dan membuka *opportunity* lain untuk bisa mendapatkan *revenue*.





APA TANTANGAN TERBESAR YANG DIHADAPI SAAT TAHUN PERTAMA MERINTIS?

Pada saat mendirikan startup, salah satu masalah utamanya pada keuangan atau *running out cash*. Selama beberapa bulan, pernah mengalami kendala untuk bisa mendapatkan *revenue* yang lebih stabil dan kesulitan ini lumrah dalam bidang bisnis.

Dari adanya masalah mengenai keuangan, terdapat masalah lainnya untuk bisa memberikan pembuktian mengenai *brand* Fisiohome. Pada mulanya, untuk bisa bergerak di bidang kesehatan yang dibutuhkan adalah *trust*. Saat itu, Fisiohome berupaya untuk bisa menyediakan layanan dari fisioterapis yang tersertifikasi sesuai dengan peraturan Kementerian Kesehatan. Untuk bisa mengkomunikasikan ke konsumen, Fisiohome membangun konten secara organik serta memberikan edukasi bahwa layanannya aman dan bisa diakses dari rumah.

APA SAJA LAYANAN YANG DITAWARKAN FISIOHOME?

Saat ini Fisiohome menyediakan paket layanan untuk kunjungan fisioterapis ke rumah, yang cukup beragam mulai dari 1 kali kunjungan, 8 kali kunjungan, dan juga paket untuk keluarga. Untuk durasi kunjungannya sekitar 45-60 menit. Cara mendapatkan pelayanannya pun mudah, bisa membuka *website* (<https://fisiohome.id/>) dan mencari paket layanan yang sesuai. Ada juga layanan konsultasi gratis yang tersedia melalui Whatsapp yang bisa diakses 24/7.

BAGAIMANA PERKEMBANGAN FISIOHOME SAAT INI? APA YANG SEDANG FOKUS DIKERJAKAN FISIOHOME SEKARANG?

Kami sangat bersyukur karena Fisiohome berkembang dengan baik. Dari Kuartal pertama hingga sekarang, Fisiohome berhasil mencatat *profit* yang stabil dan *cash flow* yang positif. Kami melihat hal ini sebagai pencapaian yang luar biasa, terutama dalam hal *cash flow*. Setiap tahun, kita terus mengalami pertumbuhan yang stabil dan terus meningkat.

Hingga saat ini, Fisiohome telah sukses memberikan pelayanan kepada lebih dari 35.000 pasien di 13 kota besar di Indonesia. Kami juga telah menjalin kemitraan dengan lebih dari 500 fisioterapis. Saat ini, fokus utama kami tetap pada pelayanan fisioterapi di rumah, terutama di daerah Jabodetabek. Selain itu, kami juga pernah bekerja sama dengan beberapa perusahaan dan menghadiri beberapa *event* olahraga seperti maraton. Namun inti dari fokus kami memberikan layanan fisioterapi yang personal dan nyaman langsung di rumah para pasien kami.



APA PRIORITAS UTAMA DARI FISIOHOME DALAM DUA TAHUN MENDATANG?

Dalam dua tahun mendatang, kami melihat ada banyak peluang. Misalnya, di Jabodetabek, kami merasa masih banyak potensi pasar fisioterapis yang bisa kami bantu. Selain itu, kami juga punya rencana besar untuk melakukan ekspansi. Saat ini, Fisiohome sudah ada di 13 kota dan kami berharap bisa menjangkau lebih banyak lagi kota atau daerah. Sejak awal, visi utama kami untuk menjadi penyedia layanan *home-visit* fisioterapi yang menjadi pilihan utama masyarakat.

Untuk mewujudkan visi tersebut, kami ingin menjangkau beberapa daerah lain dan bekerja sama dengan mitra lokal di setiap daerah. Kami berkomitmen untuk menyelesaikan masalah pasien dan membantu rekan-rekan fisioterapis di seluruh Indonesia untuk mendapatkan pendapatan lebih. Selain itu, kami juga berencana untuk membuka lebih banyak lapangan pekerjaan. Kami menerapkan kebijakan kerja jarak jauh dan berharap dapat menyerap tenaga kerja dari seluruh daerah tanpa membedakan. Kami percaya bahwa ini akan memberikan dampak positif dan membantu Fisiohome untuk terus berkembang.



APA PENCAPAIAN TERBESAR YANG PERNAH DIRAIH FISIOHOME?

Satu kesuksesan besar yang sangat membanggakan bagi kami adalah telah memberikan layanan kepada lebih dari 35.000 pasien dan menjalin kemitraan dengan lebih dari 500 fisioterapis. Selain itu, dalam kategori prestasi lainnya, kami mendapatkan penghargaan sebagai *Best Startup* pada program Hatch Batch ke-2 dari 1000 Startup Digital pada tahun 2022. Kami juga memenangkan gelar *Best Startup* di acara NextDev Telkomsel 2022, dan menjadi finalis di Hyundai Start-Up Challenge 2022. Pada acara Hetero for Startup, kami dianugerahi sebagai *Best Startup* pada tahun 2023, bersama dengan sejumlah pencapaian luar biasa lainnya yang telah kami raih.



APAKAH ADA PESAN UNTUK PESERTA 1000 STARTUP DIGITAL?

Ketika membangun startup, pastikan menemukan solusi dan *product market fit*. Selain itu, konsisten juga menjadi kunci untuk merintis sebuah bisnis. Jika niatnya baik, *revenue* akan mengikuti perkembangannya. Gerakan Nasional 1000 Startup Digital juga kita mendapatkan banyak manfaat, seperti kolaborasi dengan startup lain dan mendapatkan banyak ilmu dari mentor.



Fisiohome adalah salah satu alumni Hatch Batch ke-1 dari program Gerakan Nasional 1000 Startup Digital yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Untuk tahu lebih lanjut tentang program ini, silahkan mengunjungi *website* **1000startupdigital.id**

SEKOLAH BETA

KELAS DARING

Program pembinaan talenta digital bagi startup dari Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan tiga jalur: **Hacker**, **Hipster**, dan **Hustler**.

Pada episode Sekolah Beta serial Hacker kali ini dibawakan **Gregorius Albert**, ia merupakan **Product Analyst, Gravel** yang membagikan ilmunya terkait *Empowering Users*.

SEKOLAH BETA
KELAS DARING

Hacker Eps. 169

**Empowering Users:
Engineers & Product
Managers Collaborate**

Cari tau cara efektif tuangkan ide, *skill*, serta opini dan ambil bagianmu di setiap kolaborasi dalam menciptakan produk yang *user-centric*.

Gregorius Albert
Product Analyst
Gravel

Selasa
22 Agustus
2023

19.00 -
20.00 WIB

1000startupdigital.id/
sekolahbeta

Saksikan dan ikuti diskusinya di: **YouTube** Gerakan Nasional 1000 Startup Digital

Albert menjelaskan tentang peranan dari *product manager*. Untuk bisa melakukan pekerjaan itu, akan beririsan dengan urusan teknik dan bisnis. Selain itu, penting juga untuk bisa menuangkan desain dari sebuah prototipe yang menunjang pengembangan bisnis.

Dalam membuat produk, ada beberapa *stakeholder* lain yang terlibat dan bisa saling berkolaborasi. Hal utama yang perlu diperhatikan dalam berkolaborasi itu, bukan terpaku pada sistematika yang bersifat *top down*, melainkan bisa menetapkan tujuan yang sama.

Tak hanya itu saja, peran dari tim produk juga perlu mendalami bagaimana proses bisnis untuk bisa mengenali kebutuhan dari desain produk. Menurut Albert, jangan sampai salah

menetapkan proses bisnis tersebut. Adapun Albert menambahkan ada beberapa poin penting yang diperhatikan saat mengembangkan produk.

Lalu, bagaimana caranya memahami produk yang tepat untuk *user*?

Temukan jawabannya di Sekolah Beta episode 169 ini. Jangan lupa tonton sampai akhir karena Gregorius juga menjawab berbagai pertanyaan yang menarik dan praktikal yang mungkin saja berguna bagimu dan startup-mu.

Buat kamu yang ingin *tips* desain produk yang menarik bagi para *user*. Yuk, baca serial berikutnya ya!

Pada materi Sekolah Beta kali ini menghadirkan **Kenneth Mahakim**, ia merupakan **Visual Designer LottieFiles** yang membagikan ilmunya seputar *Crafting, Implementing and Managing Animation for UI with Lottie*.

The screenshot shows a video player interface. The main content is a presentation slide with a white background and purple accents. On the left, there's a portrait of Kenneth Mahakim, a man with glasses and a brown shirt. Below his photo, it says 'Kenneth Mahakim', 'Visual Designer', and 'LottieFiles'. To the right of the photo, the title 'Crafting, Implementing & Managing Animation for UI with Lottie' is written in large, bold, red letters. Below the title, there's a paragraph: 'Buat user bernavigasi lebih mudah di aplikasimu dengan mengeksplor dan menambahkan *motion* sederhana yang interaktif, menarik, dan tepat guna.' At the bottom of the slide, there's a red bar with white text: 'Saksikan dan ikuti diskusinya di: YouTube Cerakan Nasional 1000 Startup Digital'. Above the title, there are two small purple boxes: 'Hipster' and 'Eps. 170'. In the top right corner of the slide, there's a red box with a white '1000' logo. The video player itself has a black bar at the bottom with a play button, a progress bar, and a volume icon.

KELAS DARING

Hipster Eps. 170

Crafting, Implementing & Managing Animation for UI with Lottie

Buat user bernavigasi lebih mudah di aplikasimu dengan mengeksplor dan menambahkan *motion* sederhana yang interaktif, menarik, dan tepat guna.

Rabu 23 Agustus 2023 19.00 - 20.00 WIB 1000startupdigital.id/sekolahbeta

Kenneth Mahakim
Visual Designer
LottieFiles

Saksikan dan ikuti diskusinya di: YouTube Cerakan Nasional 1000 Startup Digital

Dalam membuat desain sebuah produk, Kenneth menyampaikan bahwa penting untuk bisa mengumpulkan informasi, yang nantinya berguna dalam membangun fitur pada produk. Contohnya jika mengembangkan app untuk *workout*. Dari situ, bisa menambahkan informasi seperti nama gerakan, waktu, dan jumlah sesinya.

Setelah informasi didapatkan, desain dapat dikembangkan ke dalam bentuk ilustrasi yang sesuai dan beberapa icon sebagai penunjang informasi. Penerapan informasi grafis ini bisa menambah pemahaman dari pengguna.

Kenneth juga membagikan beberapa tips yang penting diperhatikan saat ingin menambahkan animasi. Salah satunya

bisa memperhatikan makna yang ingin disampaikan melalui animasi itu.

Ada beberapa poin penting lainnya yang disampaikan oleh Kenneth terkait mengembangkan animasi yang menarik. Apa sajakah poin penting lainnya?

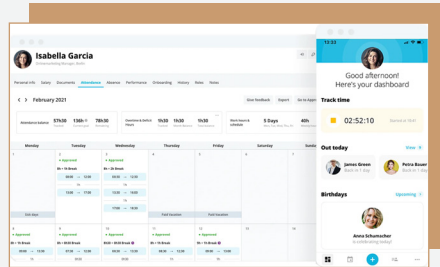
Temukan jawabannya di Sekolah Beta episode 170 ini. Jangan lupa tonton sampai akhir karena Kenneth juga menjawab berbagai pertanyaan yang menarik dan praktikal yang mungkin saja berguna bagimu dan startup-mu.

Yuk temukan *insight* lainnya dari para ahli yang bisa bantu kembangkan bisnis kamu! Jangan lupa buka halaman selanjutnya!

Startup Recruitment & Onboarding

Personio

Personio: Platform Penting bagi HR

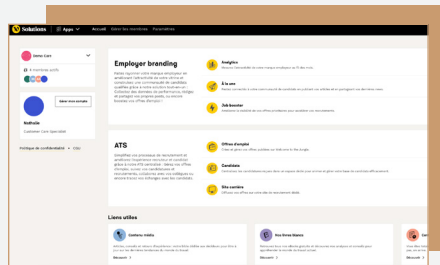


Startup asal Jerman ini, Personio, merupakan sebuah startup yang menyediakan platform untuk melakukan rekrutmen dan *onboarding*. Telah ada 10.000 manajemen HR yang memanfaatkan platform bentukan startup ini. Startup ini menawarkan API yang dapat menjamin data para pelamar dari perusahaan yang bekerja sama dengan Personio. Tak hanya itu saja, Personio juga menawarkan platform yang berguna untuk proses *onboarding* dengan menyajikan data-data terkait informasi kandidat.

[HTTPS://WWW.PERSONIO.COM](https://www.personio.com)

Welcome to the Jungle

Welcome to The Jungle: Berkarier Lebih Gampang

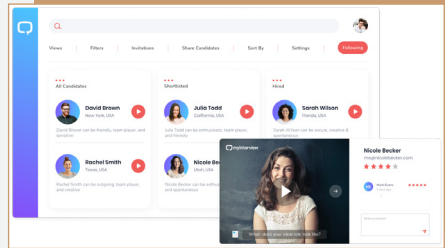


Berdiri di Perancis tahun 2014, startup ini menyediakan sebuah platform yang bertujuan untuk memotivasi orang-orang dalam kariernya melalui informasi dan berita. Tak hanya itu saja, informasi mengenai pekerjaan yang dibuka tersedia pun cukup lengkap, apakah untuk posisi *full-time* atau yang *internship*. Selain itu, ada juga beberapa informasi penting terkait dengan performa perusahaan dan preferensi pekerjaan yang ditawarkan, sehingga memudahkan para pelamar untuk bisa mendapatkan pekerjaan impiannya.

[HTTPS://WWW.WELCOMETOHEJUNGLE.COM](https://www.welcometothejungle.com)



myInterview: Mudah Mencari Kandidat yang Tepat

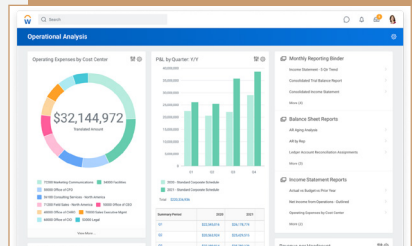


Memanfaatkan sebuah video, myInterview ini memudahkan para perusahaan dalam mencari kandidat yang tepat. Startup asal Australia ini telah membantu lebih dari 1 juta kandidat dalam menemukan pekerjaannya. Tentu saja, *platform* yang dikembangkan ini menarik, karena dapat mempercepat proses perekrutan. Proses tersebut lebih cepat karena proses penilaian profil kandidat dan interview jauh lebih mudah dilakukan dengan video.

[HTTPS://WWW.MYINTERVIEW.COM/](https://www.myinterview.com/)



Workday: Manajemen Talent Lebih Terkendali



Bermula dari makan malam, para *founder* membentuk Workday yang membantu para bisnis dalam manajemen talenta di dalamnya. Bentuk layanannya ini tersedia dalam *cloud* yang dapat memberikan penilaian dan pengukuran performa dari talenta yang bekerja di perusahaan tersebut. Adanya *platform* ini juga memudahkan proses *onboarding* dan juga mendapatkan beberapa *insight* sebagai masukan terhadap perusahaan. Startup ini sudah eksis dari tahun 2005, lho!

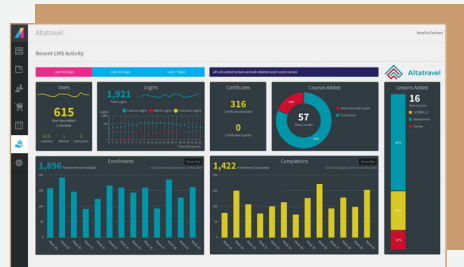
[HTTPS://WWW.WORKDAY.COM/](https://www.workday.com/)



Absorb: Transfer Ilmu pada Karyawan Baru

Berlokasi di Irlandia, Absorb menawarkan *value* untuk bisa menyediakan *platform* yang memudahkan transfer ilmu dengan *learning management system*. Platform ini cocok digunakan bagi para startup saat melakukan *onboarding* untuk talenta yang baru masuk. Pada *platform* ini, perusahaan juga bisa mengukur performa karyawan secara *real-time* dan juga mengidentifikasi pelatihan apa yang tepat untuk dikembangkan dalam perusahaan.

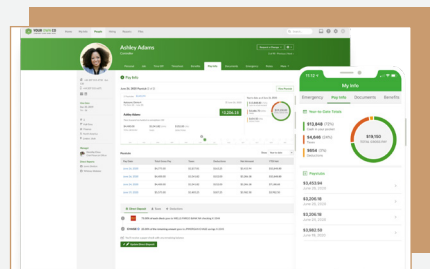
[HTTPS://WWW.ABSORBLMS.COM/](https://www.absorblms.com/)



BambooHR: Andalan Para HR Mengelola Potensi SDM

BambooHR yang telah berdiri pada 2008 ini menawarkan satu *platform* yang digunakan untuk keperluan *human resources* dari proses rekrutmen sampai proses pelepasan, termasuk di proses pengenalan alias *onboarding*. Platform ini memudahkan proses *tracking* performa berbasis *data driven* dan membuat *onboarding* jauh lebih *engaging*. Selain itu, tersedia juga informasi penting lainnya yang dibutuhkan oleh kandidat baru untuk bisa mengenal lebih dalam perusahaan tempat dia bekerja.

[HTTPS://WWW.BAMBOOHR.COM/D3/](https://www.bamboohr.com/D3/)



Kamu bisa mendapat Rintisan versi cetak!

Untuk menjangkau pembaca setia buku saku Rintisan lebih dekat, Kementerian Komunikasi dan Informatika membuka kesempatan khusus bagi para pembaca terpilih untuk kami kirimkan buku saku Rintisan versi cetak setiap kali edisi baru diterbitkan.



Gimana caranya?

Ceritakan dengan detail mengapa kamu harus menjadi satu dari para pembaca terpilih yang akan kami kirimkan buku saku Rintisan dalam *form* ini:

<http://bit.ly/komunitas-rintisan>

Glosarium



Benefit:

Salah satu komponen gaji di luar upah yang diberikan kepada karyawan.

Jika upah diberikan untuk membayar jam kerja yang sudah karyawan laksanakan, tunjangan diberikan untuk mempertahankan karyawan tetap bekerja di perusahaan tersebut.

Coaching:

Kegiatan pembinaan untuk meningkatkan kemampuan karyawan.

Employee handbook:

Merupakan serangkaian dokumentasi yang disediakan oleh perusahaan berisikan panduan dan informasi bagi karyawan. Dokumen ini biasanya berisikan visi misi perusahaan, nilai-nilai perusahaan, kebijakan dan peraturan perusahaan, SOP, etika kerja, dan informasi perwakilan perusahaan yang dapat dihubungi oleh karyawan.

Gig economy:

Sekumpulan pekerja yang bekerja secara paruh waktu, posisi kerja bersifat temporer atau independen. Contoh sederhananya adalah freelancer, kontraktor independen, pekerja berbasis proyek, dan lain sebagainya.

Growth mindset:

Sikap mental yang meyakini bahwa kemampuan dan kecerdasan dapat berkembang melalui upaya, latihan, dan ketekunan.

Offering letter

Pemberitahuan formal secara tertulis yang menginformasikan bahwa kamu merupakan kandidat yang terpilih untuk bekerja sebagai karyawan baru di perusahaan tersebut.

Paid sick leave:

Cuti sakit adalah cuti yang diperoleh pekerja sehingga tidak melakukan pekerjaan karena sakit.

Paid time off (PTO):

Gaji cuti adalah sebuah kebijakan dalam beberapa buku panduan karyawan yang menyediakan bayaran kepada karyawan yang jatuh sakit, liburan dan menjalani hari-hari pribadi yang boleh dipakai sebagai peningkatan kebutuhan atau keinginan.

Resume

Dokumen singkat berupa rangkuman tentang pengalaman kerja hingga riwayat pendidikan.

Unpaid leave:

Jenis cuti yang diajukan pekerja di mana perusahaan tidak wajib membayar upah selama cuti dilakukan. Cuti jenis ini menggunakan prinsip *no work no pay* yang artinya karyawan tersebut diperbolehkan cuti dan tidak melakukan pekerjaannya dengan catatan tidak mendapat gaji.

User:

Dalam konteks rekrutmen, *user* artinya bukan 'pengguna' seperti pembahasan sebelumnya. *User* merupakan orang yang nantinya akan menjadi atasanmu langsung dalam pekerjaan jika kamu diterima bergabung dengan perusahaan.

#1000StartupDigital

Rangkaian Akan Dimulai!

Yuk, kenalan dengan berbagai kegiatan untuk membantu mengembangkan startupmu.

01

#Hack4ID

Kegiatan *hackathon* luring selama dua hari untuk merumuskan rencana startup.

02

HACKSPRINT

Bimbingan intensif satu bulan untuk riset pasar dan validasi ide dengan metode *design sprint*.

03

WORKSHOP

Video pembelajaran membangun startup digital berdasarkan peran Hipster, Hacker, Hustler, dan *Founder* melalui platform #1000StartupDigital.

04

BOOTCAMP

Program *mentorship* 1:1 *feedback* untuk hasil validasi MVP dari para mentor.

05

HATCH

Program inkubasi intensif 3 bulan dengan dedicated *mentor*, *startup success manager*, dan *masterclass* untuk pematangan produk.

06

IGNITION

Seminar daring tentang pola pikir kewirausahaan dari para pelaku & regulator industri startup.



web.1000startupdigital.id

Bergabung Jadi Kontributor

Rintisan memiliki satu tujuan utama: menjadi sarana untuk membuka wawasan mengenai *startup*, talenta digital, ide, dan inovasi di ekosistem digital Indonesia.

Artikel di Rintisan memiliki topik yang beragam dan relevan untuk berbagai industri dan fungsi manajemen. Adapun beberapa area fokus yang dibahas adalah kepemimpinan, strategi, teknologi, operasional, *branding*, *marketing*, *legal*, keuangan, manajemen sumber daya manusia, produktivitas, dan kreativitas. Dalam memilih artikel yang diterbitkan, ini adalah 4 poin yang Rintisan cari:

ORISINALITAS

Walaupun suatu topik mungkin sudah banyak yang membahas, selalu ada cara untuk melihatnya dari sudut pandang yang berbeda. Temukan itu dan bagikan pada pembaca.

KEAHLIAN

Siapa pun dapat menjadi kontributor, asalkan ia benar-benar menguasai materi dalam tulisannya.

KEGUNAAN

Utamakan gagasan yang praktikal dan dapat dengan mudah dimengerti. Jika kamu bisa menjelaskan pemikiranmu sehingga pembaca mengerti bagaimana menerapkannya dalam situasi nyata, artikelmumu dapat mengubah hidup seseorang!

BUKTI

Menulis secara deskriptif itu bagus. Namun, lebih baik lagi jika tulisanmu didukung dengan data dan fakta.

Ingin menjadi kontributor bagi Rintisan?

Kirim tulisanmu ke gerak@1000startupdigital.id dengan subjek “**Artikel untuk Rintisan**”. Kami akan memberikan *merchandise* bagi kontributor yang artikelnya terpilih untuk diterbitkan.

Kritik & Saran



Kami ingin mendengar pendapatmu mengenai artikel dan topik yang kami sajikan. Yuk, sampaikan kritik dan saranmu di bit.ly/ksrintisan



Kisah Alumni

**Penasaran
bagaimana kisah
di balik kesuksesan
saat merintis
sebuah startup?**

Dapatkan inspirasi dan pembelajaran dari para alumni Gerakan Nasional 1000 Startup Digital, seperti LindungiHutan, Lactashare, UMEDS, dan lainnya yang telah berkontribusi dalam menciptakan solusi digital.

Simak kisah mereka di:



Gerakan Nasional 1000 Startup Digital