Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 5 No 3 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

OPTIMALISASI PROSES SELEKSI ONLINE UNTUK POSISI SALES *EXECUTIVE* DI PT HADJI KALLA TOYOTA

Nabila Putri Adfira [1*], Resky Ameliah[2], Zabrina Putri Halima[3], Novi Yanti Pratiwi[4]
[1,2,3,4] Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar
Corresponding Email : nputbila@gmail.com, reskyameliah251@gmail.com, zabrinaputrihalima05@gmail.com, novi.yanti.pratiwi@unm.ac.id

Abstrak

Rekrutmen dan seleksi karyawan adalah elemen kunci dalam manajemen SDM, terutama untuk posisi strategis seperti Sales Executive. Di PT Hadji Kalla Toyota, tingginya kebutuhan tenaga penjualan setiap awal bulan sering terkendala oleh pelamar yang tidak hadir pada sesi seleksi daring tanpa pemberitahuan. Untuk mengatasi hambatan ini dan menggenjot efisiensi serta efektivitas perekrutan, perusahaan kemudian mengimplementasikan sistem seleksi online berbasis infrastruktur digital. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengamati dan mendukung optimalisasi proses seleksi online di PT Hadji Kalla Toyota, dengan pelaksanaan kegiatan dari Februari hingga Mei 2025. Metode yang digunakan meliputi observasi partisipatif, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa seluruh tahapan seleksi mulai dari penyebaran informasi lowongan, wawancara semi terstruktur oleh tim Human Capital dan user, psikotes, hingga offering dilakukan secara daring dengan dukungan infrastruktur digital yang memadai. Meskipun proses seleksi online menghadirkan sejumlah kendala, seperti ketidakhadiran pelamar tanpa konfirmasi, strategi responsif seperti penjadwalan ulang dan rotasi kandidat dilakukan sebagai solusi. Secara keseluruhan, pengabdian ini diharapkan menjadi acuan praktis bagi perusahaan lain dalam merancang proses seleksi daring yang efektif, sekaligus menjadi contoh praktik baik di bidang rekrutmen digital.
Kata Kunci : Kalla Toyota, Sumber daya manusia, Rekrutmen

Abstract

Employee recruitment and selection are key elements in human resource management, especially for strategic positions such as Sales Executives. At PT Hadji Kalla Toyota, the high demand for sales personnel at the beginning of each month is often hindered by applicants who fail to attend the online selection sessions without prior notice. To overcome this obstacle and enhance recruitment efficiency and effectiveness, the company has implemented a digital infrastructure-based online selection system. This community service initiative aims to observe and support the optimization of the online selection process at PT Hadji Kalla Toyota, with activities conducted from February to May 2025. The methods used include participatory observation, semi-structured interviews, and documentation. The findings indicate that all stages of the selection process from job vacancy announcements, semi-structured interviews by the Human Capital

Article History
Received : Mei 2025
Reviewed: Mei 2025
Published: Mei 2025

Plagirism Checker No 234
Prefix DOI :
10.9765/Krepa.V218.3784
Plagirism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/Krepa.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

team and users, psychological tests, to job offers are conducted online with adequate digital infrastructure support. Although the online selection process presents several challenges, such as applicants' unexplained absences, responsive strategies like rescheduling and candidate rotation are implemented as solutions. Overall, this initiative is expected to serve as a practical reference for other companies in designing effective online selection processes, as well as an example of best practices in digital recruitment.

.

***Keywords**: Kalla Toyota, Human resources, Recruitment*

PENDAHULUAN

PT Hadji Kalla Toyota adalah salah satu unit bisnis Kalla Group yang berperan penting dalam sektor otomotif di Indonesia, khususnya di wilayah Sulawesi. Beroperasi sebagai dealer resmi Toyota di bawah naungan Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) PT Toyota Astra Motor, Kalla Toyota telah memperluas jaringan distribusinya dan berhasil menjadi pemimpin pasar di sebagian besar wilayah Sulawesi, kecuali Provinsi Gorontalo dan Sulawesi Utara. Keberhasilan ini mencerminkan komitmen perusahaan dalam menyediakan kendaraan berkualitas tinggi serta layanan purna jual yang prima bagi masyarakat (Ahmad dkk, 2023).

Salah satu faktor utama yang berkontribusi terhadap keberhasilan Kalla Toyota adalah kualitas sumber daya manusianya, terutama tenaga penjualan (sales) (Syahrddin dkk, 2023). Sebagai ujung tombak perusahaan, tenaga sales memiliki peran strategis dalam memperkenalkan produk, meyakinkan pelanggan, serta memastikan keberhasilan transaksi dan kepuasan pelanggan. Kualitas dan profesionalisme tenaga sales sangat menentukan pencapaian target perusahaan serta keberlangsungan hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Dalam menjalankan strategi penjualan, PT Hadji Kalla Toyota secara rutin melakukan rekrutmen tenaga sales baru setiap bulan, dimana setiap awal bulan antara tanggal 1 hingga 10 seluruh tenaga sales yang diterima harus sudah mulai bekerja, menyesuaikan kebutuhan cabang dan proyeksi pasar. Dengan tingginya kebutuhan serta dinamika pasar yang berubah-ubah, maka proses rekrutmen dan seleksi harus dilakukan secara efisien dan tepat sasaran agar perusahaan mampu menjaring kandidat yang sesuai dengan standar perusahaan (Widowat & Aulia, 2021).

Sumber daya manusia yang berkualitas merupakan aset penting bagi organisasi dalam mencapai tujuan bisnis. Salah satu cara untuk memastikan kualitas SDM adalah melalui proses rekrutmen dan seleksi yang tepat. Menurut Fatahullah (2018) rekrutmen adalah kegiatan identifikasi dan upaya untuk menarik calon pekerja agar bersedia mengisi posisi yang tersedia, baik saat ini maupun di masa mendatang. Sementara itu, Rivai (2018) menjelaskan bahwa rekrutmen merupakan serangkaian kegiatan yang dimulai ketika perusahaan memerlukan tenaga kerja hingga mendapatkan calon karyawan yang sesuai dengan jabatan yang dibutuhkan. Tujuan dari proses rekrutmen adalah memperoleh pelamar sebanyak-banyaknya dari berbagai sumber, yang memenuhi kualifikasi sehingga memungkinkan perusahaan mendapatkan karyawan terbaik dan berkualitas tinggi.

Rekrutmen sendiri terbagi menjadi dua jenis utama, yaitu rekrutmen internal dan eksternal (Widowati & Aulia, 2021). Rekrutmen internal dilakukan dengan mencari kandidat dari dalam organisasi, sedangkan rekrutmen eksternal melibatkan pencarian kandidat dari luar organisasi (Widowati & Aulia, 2021). Di PT Hadji Kalla Toyota, rekrutmen sales dilakukan secara eksternal mengingat tingginya kebutuhan dan perbedaan kebutuhan di tiap cabang yang memerlukan pasokan tenaga kerja baru yang segar dan kompeten secara berkelanjutan.

Setelah proses rekrutmen, tahapan berikutnya adalah seleksi, yang bertujuan untuk menyaring pelamar yang paling sesuai dengan kriteria perusahaan. Rivai (2018) menjelaskan

bahwa proses seleksi mencakup pemilihan dari sekelompok pelamar untuk menentukan kandidat terbaik yang sesuai dengan posisi yang tersedia. Proses seleksi dimulai dari saat pelamar mengajukan lamaran hingga keputusan akhir penerimaan. Adapun jenis-jenis seleksi meliputi:

1. Seleksi administrasi: pemeriksaan dokumen seperti ijazah, surat lamaran, curriculum vitae, identitas, pas foto, surat keterangan sehat, dan dokumen pendukung lainnya.
2. Seleksi tertulis, yang meliputi: tes kecerdasan, kepribadian, bakat, minat, serta prestasi.
3. Seleksi tidak tertulis, meliputi: wawancara, praktik langsung, serta pemeriksaan kesehatan atau medis.

Proses seleksi yang terstruktur dan komprehensif ini bertujuan untuk memastikan bahwa calon karyawan memiliki kompetensi teknis dan perilaku yang dibutuhkan dalam peran sebagai Sales Executive (Widowati & Aulia, 2021).

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi dalam proses rekrutmen dan seleksi menjadi lebih digital. Proses seleksi online dinilai mampu meningkatkan efisiensi dan efektivitas perekrutan. Septiani dkk (2024) menyatakan bahwa platform digital dalam rekrutmen dapat mempercepat proses seleksi dan menjangkau pelamar lebih luas. Anggraeni (2022) juga menambahkan bahwa di tengah meningkatnya jumlah pelamar dan potensi bonus demografi Indonesia 2030, strategi rekrutmen berbasis digital menjadi semakin penting. Selain itu, menurut Sari dkk (2020), seleksi online dapat menghemat waktu dan biaya operasional perusahaan tanpa mengurangi kualitas seleksi.

Studi oleh Rukmini dkk (2021) memperkuat temuan tersebut, di mana integrasi rekrutmen daring melalui situs resmi perusahaan mampu menyaring kandidat sesuai dengan kebutuhan kompetensi. Hal ini juga selaras dengan upaya Kalla Toyota dalam mengoptimalkan seleksi online agar dapat menemukan Sales Executive yang tepat secara cepat dan akurat. Di sisi lain, Halim (2016) menemukan bahwa rekrutmen melalui media cetak dan internet di perusahaan Cahaya Tiga Tunggal kurang efektif dibandingkan dengan rekrutmen melalui rekomendasi karyawan, karena rekomendasi menghasilkan tenaga kerja yang lebih mudah beradaptasi dan bertahan lama. Meskipun demikian, pendekatan berbasis digital tetap penting untuk menjangkau lebih banyak kandidat potensial, terutama dalam skala besar seperti yang dibutuhkan oleh Kalla Toyota.

Optimalisasi seleksi Sales Executive secara online ini memungkinkan perusahaan menjaring calon dengan cepat dan tepat sasaran. Metode ini juga dapat mendukung visi perusahaan dalam menciptakan efisiensi proses seleksi sekaligus menjaga kualitas karyawan sesuai standar Toyota.

METODE PELAKSANAAN

Subjek dalam kegiatan ini adalah para calon Sales Executive dari PT Hadji Kalla Toyota yang sudah terdata sebanyak 450 kandidat, dengan pelaksanaan kegiatan yang berlangsung dari bulan Februari hingga Mei 2025. Kegiatan ini bertujuan untuk melihat optimalisasi proses seleksi online untuk posisi Sales Executive di PT Hadji Kalla Toyota. Tingginya kebutuhan tenaga sales setiap bulannya membuat perusahaan harus melakukan proses rekrutmen secara berkala, di mana setiap kebutuhan tenaga sales sudah terpenuhi pada tanggal 1 hingga 10 setiap bulan. Proses seleksi yang dilakukan terdiri atas beberapa tahapan, yaitu seleksi administrasi awal, wawancara oleh tim Human Capital (HC) dan user, pemberian psikotes, offering, serta pemeriksaan kesehatan.

Teknik pengumpulan data dalam kegiatan ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung di lokasi kegiatan untuk memperoleh data mengenai proses rekrutmen dan seleksi yang dilaksanakan oleh perusahaan. Wawancara dilakukan sebagai bentuk komunikasi dua arah antara peneliti dan informan, dengan tujuan memperoleh informasi yang relevan terhadap permasalahan yang diteliti. Sementara itu, teknik dokumentasi digunakan untuk mencatat dan mengumpulkan berbagai dokumen perusahaan yang berkaitan dengan proses rekrutmen dan seleksi. Sepanjang seluruh tahapan tersebut, penulis

melakukan observasi lapangan secara partisipatif. Setiap kegiatan seleksi, mulai dari wawancara, koordinasi dengan user untuk pelaksanaan user interview, hingga pelaksanaan psikotes dan offering, dicatat dan didokumentasikan secara sistematis. Dengan demikian, proses observasi partisipatif ini mendukung pemahaman yang mendalam terhadap dinamika proses seleksi yang terjadi di lapangan.

Selama kegiatan berlangsung, pelaksanaan seleksi dilakukan secara kolaboratif dengan pembagian tugas di antara anggota tim, termasuk penginputan database, pelaksanaan wawancara, pemberian psikotes, hingga proses offering. Wawancara dan psikotes dilaksanakan secara daring menggunakan platform Zoom dan Google Meet, dengan dukungan fasilitas Wi-Fi yang disediakan oleh perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses rekrutmen dan seleksi tenaga kerja merupakan bagian penting dalam pengelolaan sumber daya manusia di suatu perusahaan, termasuk di PT. Hadji Kalla Toyota. Dalam menghadapi kebutuhan tenaga kerja khususnya pada posisi Sales Executive yang terus meningkat di setiap awal bulan, perusahaan telah mengembangkan dan menerapkan sistem seleksi secara daring (online) sebagai bentuk optimalisasi proses seleksi. Kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk mengamati dan mendukung efektivitas pelaksanaan proses seleksi online tersebut, dengan cakupan waktu pelaksanaan dari bulan Februari hingga Mei 2025.

Berdasarkan hasil observasi partisipatif yang dilakukan oleh penulis, proses rekrutmen di PT. Hadji Kalla Toyota dilakukan secara eksternal, yaitu dengan membuka lowongan kerja untuk publik melalui berbagai media digital. Hal ini dilakukan sebagai respons atas kekosongan maupun kebutuhan tambahan pada posisi Sales Executive di sejumlah cabang. Proses rekrutmen sepenuhnya ditangani oleh tim Human Capital (HC) yang bertugas mengoordinasikan seluruh tahapan seleksi, mulai dari pemasangan lowongan hingga penerimaan calon sales baru.

Lowongan kerja disebarluaskan melalui platform digital seperti website resmi PT. Hadji Kalla Toyota (Talent Hunt), platform rekrutmen Pintarnya, serta media sosial perusahaan seperti Facebook, Instagram, dan TikTok. Dalam setiap unggahan lowongan, perusahaan mencantumkan informasi penting terkait posisi yang dibutuhkan, kualifikasi pelamar, deskripsi pekerjaan, serta benefit yang akan diterima. Para pelamar diwajibkan untuk membuat akun dan melampirkan CV (Curriculum Vitae) secara lengkap. Berkas-berkas ini kemudian dikumpulkan dan diseleksi oleh tim HC berdasarkan kesesuaian dengan kualifikasi yang ditetapkan oleh user.

Seluruh tahapan seleksi dilakukan secara daring (online) sebagai bentuk optimalisasi efisiensi waktu dan tenaga. Wawancara awal dilakukan oleh tim HC melalui platform Zoom dan Google Meet, diikuti dengan wawancara lanjutan oleh user. Setelah itu, kandidat yang lolos akan mengikuti psikotes online, yang dikerjakan menggunakan Google Form secara real-time dengan pengawasan melalui Zoom atau Google Meet. Pelaksanaan seleksi secara daring ini memanfaatkan infrastruktur digital internal perusahaan yang sudah memadai, seperti akses Wi-Fi kantor, perangkat laptop, dan akun Zoom/Google Meet resmi.

Selama pelaksanaan kegiatan, penulis terlibat langsung dalam berbagai tahapan proses seleksi sebagai bagian dari observasi partisipatif, termasuk dalam pencatatan data pelamar, pelaksanaan wawancara, pemberian psikotes, hingga offering atau pemberian penawaran kerja. Proses ini berjalan secara kolaboratif dengan pembagian tugas yang jelas di antara tim HC. Pendokumentasian dilakukan secara sistematis, sehingga seluruh proses dapat diikuti dan dianalisis dengan baik.

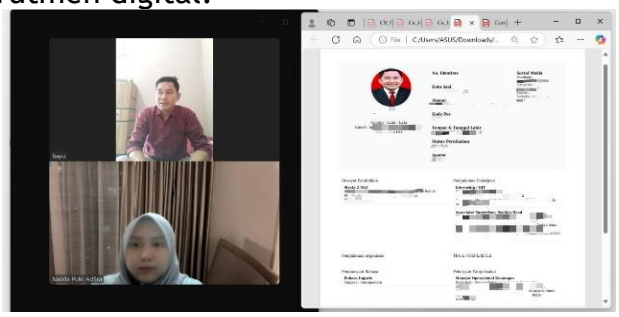
Setelah seluruh tahapan seleksi selesai, peserta yang dinyatakan lolos akan masuk ke tahap penerimaan sales. Mereka akan menjalani masa trainee selama tiga bulan, dengan target penjualan yang harus dicapai sebagai syarat untuk diangkat menjadi karyawan tetap. Masa trainee ini menjadi fase evaluasi akhir untuk mengukur kesesuaian antara potensi individu dengan kebutuhan perusahaan. Bila target berhasil dicapai selama masa ini, maka karyawan

akan diangkat menjadi Sales tetap dan memiliki peluang meniti jenjang karir selanjutnya.

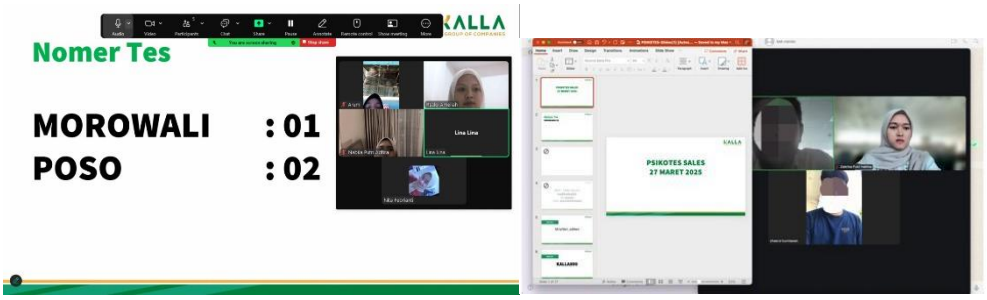
Meski proses seleksi online memberikan banyak manfaat seperti efisiensi waktu, kemudahan akses, dan cakupan pelamar yang lebih luas, terdapat pula kendala yang dihadapi selama pelaksanaan. Salah satu kendala utama adalah ketidakhadiran pelamar saat dijadwalkan untuk wawancara atau pelaksanaan tes. Banyak pelamar yang tidak memberikan konfirmasi atau membatalkan secara mendadak, yang pada akhirnya menghambat kelancaran proses seleksi dan mengganggu timeline pemenuhan kebutuhan sales yang sudah ditetapkan.

Menanggapi hal tersebut, tim HC mengambil beberapa langkah strategis sebagai solusi. Salah satunya adalah dengan memberikan kesempatan reschedule (penjadwalan ulang) kepada kandidat yang tidak hadir, dengan menghubungi mereka secara langsung melalui telepon atau pesan singkat. Jika kandidat tidak merespons, maka HC segera mengalihkan panggilan kepada pelamar lain yang telah memenuhi kualifikasi, setelah terlebih dahulu melakukan konfirmasi dengan user terkait ketersediaan waktu wawancara.

Optimalisasi proses seleksi online yang diterapkan oleh PT. Hadji Kalla Toyota terbukti mendukung kelancaran pemenuhan kebutuhan tenaga kerja sales di berbagai cabang. Dengan sistem yang terstruktur dan penggunaan platform digital yang tepat, perusahaan dapat menyeleksi kandidat secara cepat, akurat, dan fleksibel. Hasil pengamatan juga menunjukkan bahwa pendekatan ini mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan pola kerja modern, terutama pasca pandemi, yang mendorong berbagai perusahaan untuk lebih terbuka terhadap sistem rekrutmen digital.



Gambar 1. Pelaksanaan Wawancara Kandidat Sales



Gambar 2. Pemberian Psikotes Kandidat Sales

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan dari bulan Februari hingga Mei 2025, proses seleksi online di PT Hadji Kalla Toyota telah berjalan secara optimal dan memberikan dampak positif terhadap pemenuhan kebutuhan tenaga kerja pada posisi Sales Executive. Penggunaan platform digital dalam setiap tahapan seleksi mulai dari publikasi lowongan, wawancara, psikotes, hingga offering telah meningkatkan efisiensi waktu, mengurangi biaya operasional, serta memperluas jangkauan pelamar dari berbagai daerah.

Pelaksanaan seleksi secara daring juga memungkinkan perusahaan untuk tetap menjaga kualitas proses rekrutmen, meskipun dilakukan tanpa tatap muka langsung. Meskipun terdapat tantangan seperti ketidakhadiran pelamar dalam jadwal seleksi, tim Human Capital telah merespons dengan pendekatan adaptif seperti penjadwalan ulang dan pengalihan kandidat secara cepat. Hal ini menunjukkan bahwa fleksibilitas dan responsivitas menjadi kunci dalam

keberhasilan seleksi online.

Optimalisasi proses seleksi berbasis digital tidak hanya menjawab kebutuhan tenaga kerja dalam waktu singkat, tetapi juga mendukung transformasi rekrutmen menuju sistem yang lebih modern, terintegrasi, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Praktik ini dapat dijadikan model dalam pengembangan sistem seleksi serupa di perusahaan lain yang menghadapi kebutuhan rekrutmen berskala besar dan dinamis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada seluruh mentor dan pembimbing di PT Hadji Kalla Toyota yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan selama proses magang berlangsung. Secara khusus, penghargaan yang mendalam diberikan kepada Ibu Nur Asia Yunus selaku HCBP *Manager*, Ibu Amelia Burhanuddin selaku *Recruitment & Talent Assistant Manager* sekaligus pembimbing lapangan, Ibu Wa Ode Azman Kariri selaku *Employee Services Assistant Manager*, Kak M. Azwardin Marzuki selaku *OD & Talent Management Senior Analyst*, Kak Fajar Perdana Putra dari divisi Reward Management Senior Analyst, Ibu Nurlita Hadju dari *Employee Services Assistant Manager*, Kak Muh. Imam Asy'ari Mukhtar selaku *Industrial & Employee Relations Senior Analyst*, Kak Abd. Wahid Zulfikar dan Nanda Putri Faturachma dari *HC Planning & RecSel Analyst*, serta Kak Wildan Mujahid dari *HCIS Administration Analyst*.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Novi Yanti Pratiwi, S.Psi., M.Psi., Psikolog, selaku dosen pembimbing lapangan dari Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar, atas bimbingan, dukungan, dan motivasi yang luar biasa selama proses karya ini. Penghargaan yang tulus juga disampaikan kepada keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan tanpa henti.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada rekan-rekan seperjuangan yang telah menjadi sumber semangat dan inspirasi selama perjalanan ini. Terima kasih atas dukungan, kerja sama, dan kebersamaan yang tak ternilai, yang membuat setiap tantangan terasa lebih ringan. Akhir kata, penulis mengucapkan apresiasi yang mendalam kepada semua pihak yang telah berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan karya ini.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, T. (2022). Human Resource Information System Solusi Pelaksanaan Rekrutmen Digital untuk Mendukung Green Business. *Applied Business and Administration Journal*, *1*(2).

Fatahullah, J. (2018). *Manajemen sumber daya manusia*. Malang: Intrans Publishing.

Halim, W. S. (2016). Analisis Rekrutmen Dan Seleksi Karyawan Pada Perusahaan Bihun Cahaya Tiga Tunggal. *Agora*, *4*(1), 179-185.

Rival, V. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Rukmini, R., Harahap, N., & Safina, W. D. (2020). MODEL REKRUTMEN BERBASIS KOMPETENSI PADA BISNIS RITEL DI KOTA MEDAN. In *Scenario (Seminar of Social Sciences Engineering and Humaniora)* (pp. 299-304).

Sari, D. P., & Wulandari, R. (2021). Efektivitas Seleksi Online dalam Proses Rekrutmen Karyawan di Era Digital. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 15(2), 45-56.

Septiani, A. D., Novianti, D., & Julianty, S. N. (2024). Penggunaan Rekrutmen Dan Seleksi Online Dalam Mengelola Sumber Daya Manusia Di Era Digital 4.0 Memiliki Dampak Yang Signifikan Terhadap Efektivitas Manajemen SDM. *Paraduta: Jurnal Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(2), 64-74.

Syahruddin, H. S. K., La Ode, M. N., & Abdul Sarlan Menungsa, M. (2023). Analisis Peran Public Relation Dalam Mengatasi Krisis Perusahaan Di PT. Kalla Toyota Kendari. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, *1*(2), 138-152.

Widowati, R., & Agustina, A. (2021). Analisis Proses Rekrutmen dan Seleksi Karyawan Pada PT Lunto Prima Megah. Jurnal Mitra Manajemen, 5(1), 22-30