

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumber Daya Manusia (SDM) adalah aset penting bagi organisasi untuk mencapai tujuan strategis, visi, dan misi melalui tindakan operasional. SDM sangat penting untuk keunggulan kompetitif dan investasi perusahaan. Perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dengan menarik dan mempertahankan individu yang lebih baik dan lebih berkualitas daripada pesaing. Semua organisasi mengakui pentingnya bakat dan keterampilan dalam mendorong kesuksesan (Soeling et al., 2022). Sebuah perusahaan dapat memperoleh keuntungan dengan menarik dan mempertahankan individu yang lebih baik dan lebih berkualitas daripada para pesaing. Proses perekrutan karyawan bertujuan untuk menarik dan mendapatkan individu yang berkualitas untuk memenuhi visi, misi, dan tujuan perusahaan (Soeling et al., 2022).

Semua organisasi menempatkan prioritas tinggi pada penempatan individu pada pekerjaan yang paling sesuai dengan mereka karena hal itu dapat membantu mereka mendapatkan keuntungan kompetitif dengan merekrut, memperoleh, dan mengelola orang-orang berbakat (Sirojuddin & Sopiah, 2022). Kualitas pekerja yang dipekerjakan oleh sebuah perusahaan sering kali merupakan faktor penting dalam pencapaian tujuan organisasi. Cara pelaksanaan tugas dan tanggung jawab adalah salah satu elemen yang mungkin berdampak pada kinerja organisasi secara keseluruhan. Salah satu elemen yang berpotensi berdampak pada pencapaian bisnis

adalah pelaksanaan kewajiban dan tanggung jawab pekerja semaksimal mungkin (Evrina & Wulansari, 2022).

Oleh karena itu, agar organisasi mendapatkan sumber daya yang berkualitas, maka dapat melakukan proses rekrutmen. rekrutmen merupakan awal dari upaya yang dapat menarik dan mendapatkan tenaga kerja yang sesuai dengan tuntutan bisnis, dimulainya kegiatan yang berpotensi untuk menarik dan mendapatkan orang-orang yang sesuai dengan harapan organisasi (Soeling et al., 2022). Ketika pencari kerja disadarkan akan kegiatan dan peluang rekrutmen, maka akan meningkatkan kemungkinan mereka untuk mengajukan lamaran untuk suatu posisi. Pencari kerja harus menghilangkan ide untuk melamar pekerjaan atau niat untuk melakukannya dari benak mereka (Evrina & Wulansari, 2022).

Individu yang tertarik untuk bekerja pada suatu perusahaan ingin mendapatkan pekerjaan yang baik dan memperhatikan semua bidang yang ada di perusahaan tersebut. Dorongan pencarian kerja bermula dari keinginan untuk mencari lowongan pekerjaan. Informasi yang diperoleh sehingga calon pekerja dapat dengan mudah menilai perusahaan tempat mereka bekerja. Setelah memilih, pelamar akan menerima banyak tawaran. Pekerjaan yang sesuai dengan kebutuhan calon pekerja (Ekhsan & Ernasari, 2022).

Minat calon karyawan untuk melamar pekerjaan merupakan cerminan dari keinginan mereka untuk bekerja di perusahaan tersebut; tujuan mereka adalah untuk mendapatkan posisi yang terhormat, oleh karena itu mereka harus mempertimbangkan semua aspek organisasi. Dorongan untuk mencari lowongan pekerjaan berasal dari keinginan untuk melakukannya karena data yang

dikumpulkan, memungkinkan calon pekerja untuk dengan cepat menilai bisnis di tempat kerja (Ekhsan & Ernasari, 2022). Dorongan untuk mencari pekerjaan didorong oleh keinginan untuk menemukan lowongan pekerjaan berdasarkan informasi yang diperoleh, yang memungkinkan calon karyawan untuk segera mengidentifikasi organisasi tempat mereka ingin bekerja. Setelah calon karyawan membuat keputusan, mereka akan menerima tawaran untuk beberapa posisi yang sesuai untuk calon karyawan (Ekhsan & Ernasari, 2022).

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan e-recruitment telah meningkat pesat sebagai metode utama untuk perekrutan tenaga kerja. menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan calon karyawan untuk melamar pekerjaan di Perusahaan, penggunaan *E-recruitment* telah memberikan dampak yang luar biasa bagi bisnis dan pencari kerja yang menggunakan metode ini dalam proses perekrutan dan pencarian kerja. Hal ini karena *E-recruitment* memungkinkan akses yang lebih mudah ke kumpulan kandidat yang lebih luas. *E-recruitment* dengan cepat menjadi pendekatan yang dipilih oleh mayoritas orang yang mencari pekerjaan. Menurut temuan studi sebelumnya, satu dari setiap empat orang lebih suka mencari pekerjaan dengan menggunakan formulir elektronik, seperti menggunakan mesin pencari berbasis web, daripada metode konvensional. Preferensi ini lebih banyak terjadi di kalangan orang dewasa yang lebih muda. Memanfaatkan rekrutmen *online* tidak hanya ekonomis dan cepat, tetapi juga memberikan banyak kemudahan bagi mereka yang sedang mencari pekerjaan (Zahrudini & Wulida Afrianty, 2020).

Organisasi menggunakan *e-rekrutment* untuk alasan-alasan pengurangan biaya, kenyamanan kandidat, kesederhanaan organisasi, percepatan proses rekrutmen, dan keberhasilan akuisisi kandidat. *E-rekrutment* menawarkan beberapa keuntungan bagi para pencari kerja yaitu efisiensi waktu dan keuangan; aksesibilitas terhadap informasi mengenai berbagai macam lowongan pekerjaan; dan (kemampuan untuk melakukan proses seleksi, termasuk psikotes dan wawancara, secara online. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, e-rekrutment dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keinginan calon pelamar kerja untuk mengikuti proses rekrutmen di sebuah perusahaan (Rumangkit & Muhammad, 2018).

E-rekrutment telah diidentifikasi sebagai salah satu variabel yang diduga dapat mengatasi hambatan atau rintangan dalam proses rekrutmen karyawan, menurut penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *E-rekrutment* berdampak pada efisiensi perekrutan karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi oleh perusahaan, yaitu *E-rekrutmen*, menarik perhatian para pencari kerja dan menarik minat mereka untuk memanfaatkan platform tersebut. Oleh karena itu, organisasi memiliki kemampuan untuk mendapatkan kandidat dari kumpulan pekerja yang luas dan akibatnya memiliki kemungkinan untuk mendapatkan karyawan yang paling terampil dan cakap (Rumangkit & Muhammad, 2018). Sedangkan temuan studi (Ekhsan & Ernasari, 2022) menyimpulkan bahwa *E- Recruitment* tidak berpengaruh terhadap minat melamar kerja

Salah satu taktik yang digunakan oleh pelaku bisnis untuk menarik calon karyawan dan menarik minat mereka untuk bekerja adalah *employer branding*. *Employer branding* merupakan sarana yang dapat dikombinasikan untuk menciptakan nama perusahaan yang akan membedakan bisnis suatu perusahaan dari para pesaingnya. Beberapa peneliti telah menemukan bahwa bisnis dengan branding perusahaan yang kuat menarik lebih banyak kandidat untuk bekerja dan mampu mempertahankan pekerja yang mereka miliki saat ini (Lestari & Manggiasih, 2023). Sehubungan dengan hal ini, studi oleh Angga (2018) tentang temuan generasi Y menunjukkan bahwa semakin besar daya tarik perusahaan dalam hal ini ditentukan oleh penerapan merek perusahaan, semakin besar pula motivasi untuk mengajukan lamaran kerja. Temuan penelitian lainnya menunjukkan bahwa *employer branding* memiliki pengaruh yang menguntungkan bagi reputasi perusahaan sebuah organisasi, yang pada gilirannya meningkatkan niat seseorang untuk melamar pekerjaan di organisasi tersebut (Junça Silva & Dias, 2022).

Salah satu faktor yang akan mempengaruhi keinginan pencari kerja untuk mendapatkan pekerjaan adalah reputasi perusahaan (*company's reputation*). Menurut penelitian Erlinda & Safitri (2020), reputasi perusahaan memiliki pengaruh yang baik dan cukup besar terhadap minat pelamar terhadap lowongan pekerjaan. Reputasi perusahaan menjadi tolak ukur dalam merekrut calon karyawan dan merupakan evaluasi dan opini dari individu-individu yang ada di dalam perusahaan maupun perusahaan maupun di luar organisasi yang berdampak pada keberhasilannya (Handi & Safitri, 2023). Sedangkan menurut Febrianti &

Hendratmoko (2022) bahwa reputasi perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi minat melamar pekerjaan adalah *work-life balance*. Khateeb (2020) menyatakan bahwa praktik-praktik dasar dari *work-life balance* sebagai waktu fleksibel, *flexi-place*, pekerjaan bersama, dan cuti. Waktu fleksibel memberikan otonomi kepada karyawan untuk mengatur jam kerja yang fleksibel atau jadwal yang menguntungkan karyawan. Hasil studi yang dilakukan oleh Sharma (2018) memberikan kesimpulan bahwa terdapatnya pengaruh signifikan *work-life balance* terhadap minat untuk bergabung pada suatu organisasi..

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan e-recruitment telah meningkat pesat sebagai metode utama untuk perekrutan tenaga kerja pada perusahaan XYZ yang berlokasi di Jakarta Bersama dengan itu, employer branding, reputasi perusahaan, dan keseimbangan kerja-hidup (*work-life balance*) menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan calon karyawan untuk melamar pekerjaan pada Perusahaan XYZ yang berlokasi di Jakarta . Dari Fenomena diatas tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. **E-recruitment:** Proses perekrutan online yang melibatkan penggunaan internet untuk menarik, menyeleksi, dan mempekerjakan calon karyawan. Ini termasuk portal pekerjaan, media sosial, dan situs web perusahaan.
2. **Employer Brand:** Persepsi dan reputasi perusahaan sebagai tempat kerja yang menarik. Ini melibatkan bagaimana perusahaan memposisikan diri untuk menarik calon karyawan berkualitas.

3. **Company's Reputation:** Penilaian umum dan persepsi masyarakat tentang perusahaan berdasarkan pengalaman, informasi, dan citra publik perusahaan.
4. **Work-Life Balance:** Keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi yang dapat mempengaruhi kepuasan dan produktivitas karyawan. Ini mencakup kebijakan perusahaan tentang fleksibilitas kerja, cuti, dan kesejahteraan karyawan.

Dengan melihat begitu maka di era digital saai ini maka menjadi sangat penting sehingga penggunaan e-rekrutment telah meningkat pesat untuk mempengaruhi keputusan calon karyawan untuk melamar pekerjaan sebagai metode utama untuk perekrutan tenaga kerja juga employer branding, reputasi perusahaan, dan keseimbangan kerja-hidup (work-life balance) menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan calon karyawan untuk melamar pekerjaan di Perusahaan, maka penulis memandang perlu untuk melakukan penelitian pada Perusahaan XYZ yang bergerak dalam industri komersial yang berlokasi di Jakarta mengenai Pengaruh e-recruitment , employee brand , company's reputation, company dan work life balance terhadap applying for Jobs.Topik ini sesuai dengan jurusan yang sedang diambil oleh penulis yaitu Magister Manajemen dengan konsentrasi Meanajemen Sumber

Daya Manusia yang mempunyai kaitan erat dengan faktor-faktor keputusan calon karyawan untuk melamar pekerjaan.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan pada latar belakang sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *e-recruitment* berpengaruh positif terhadap *applying for jobs*?
2. Apakah *employer branding* berpengaruh positif terhadap *applying for jobs*?
3. Apakah *company's reputation* berpengaruh positif terhadap *applying for jobs*?
4. Apakah *work-life balance* berpengaruh positif terhadap *applying for jobs*?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-recruitment*, *employer brand*, *company's reputation* dan *work-life balance* berpengaruh signifikan terhadap *applying for jobs*. Ini adalah tahap kunci untuk mendapatkan pemahaman penuh mengenai elemen-elemen yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk melamar pekerjaan.

1.3.2 Tujuan Khusus

Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Diketahui dampak rekrutmen elektronik, termasuk situs web perusahaan dan *platform* media sosial, terhadap tingkat ketertarikan yang ditunjukkan oleh calon pelamar dalam melamar pekerjaan. Penelitian dapat mencakup berbagai elemen yang berkontribusi terhadap efektivitas rekrutmen elektronik, seperti

antarmuka yang mudah digunakan, ketersediaan informasi yang relevan, dan prosedur lamaran yang efisien.

2. Didapatkan pemahaman tentang bagaimana *employer branding*, mempengaruhi tingkat ketertarikan calon pelamar. Penelitian ini dapat memeriksa proses di mana perusahaan membangun dan mempertahankan reputasi yang baik, serta dampak dari reputasi ini terhadap opini calon pencari kerja terhadap organisasi sebagai pemberi kerja yang potensial.
3. Didapatkan analisis tentang dampak dari reputasi perusahaan di bidang-bidang seperti etika, kinerja keuangan, atau tanggung jawab sosial terhadap tingkat ketertarikan yang ditunjukkan oleh para pelamar. Penelitian ini dapat mencakup pemeriksaan dampak berita positif atau negatif tentang perusahaan terhadap pengambilan keputusan calon pelamar.
4. Memberikan pandangan untuk menentukan apakah organisasi yang memberikan keseimbangan antara kehidupan kerja dan kehidupan pribadi dan lingkungan kerja yang fleksibel lebih menarik bagi calon kandidat. Hal ini dapat dilakukan dengan mengevaluasi kebijakan, inisiatif, dan praktik yang memfasilitasi keseimbangan kehidupan kerja di perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Kegunaan hasil penelitian ini dapat dilihat dari beberapa segi/aspek sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat teoritis

1. Penelitian ini memberikan wawasan baru tentang faktor-faktor penentu yang memengaruhi keputusan lamaran kerja individu, sehingga memajukan

pemahaman ilmiah di bidang ini. Penelitian ini juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang proses rekrutmen dan seleksi.

2. Penelitian ini berkontribusi pada kemajuan teori-teori yang berkaitan dengan *e-recruitment*, *employer brand*, *company's reputation*, dan *work-life balance*. Penelitian ini dapat meningkatkan kerangka kerja konseptual yang ada saat ini.
3. Penelitian ini dapat membantu dalam menentukan faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kecenderungan seseorang untuk mencari pekerjaan. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan alokasi sumber daya mereka.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Temuan penelitian dapat membantu perusahaan dalam merumuskan strategi rekrutmen yang lebih efisien. Perusahaan dapat memprioritaskan karakteristik yang telah terbukti secara empiris berdampak positif terhadap minat melamar.
2. Hasil penelitian dapat menjadikan masukan bagi perusahaan untuk melakukan upaya meningkatkan keseimbangan kehidupan kerja karyawan sebagai komponen dari strategi perekrutan dan retensi.
3. Temuan penelitian dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang preferensi dan keinginan calon karyawan. Hal ini dapat membantu dalam menyesuaikan strategi perekrutan dan merek perusahaan.

1.5 Sistematika penulisan

Sistematika penulisan untuk penelitian ini terdiri dari:

- 1.5.1 Bab 1: Pendahuluan, berisi uraian latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan batasan penelitian serta sistematika penelitian.
- 1.5.2 Bab 2: Tinjauan Literatur, berisi uraian tinjauan literatur yang mendasari latar belakang penelitian ini, meliputi tinjauan literatur mengenai variabel penelitian.
- 1.5.3 Bab 3: Metodologi Penelitian, berisi model konseptual penelitian terdahulu, model penelitian ini, hipotesis penelitian serta metodologi penelitian yang terdiri dari metode penelitian, tahapan penelitian, unit analisis, sumber data, sampel dan populasi penelitian serta metode analisis data.
- 1.5.4 Bab 4: Analisis Data dan Pembahasan, menyajikan data hasil penelitian berupa kuesioner yang diolah secara variabel untuk menunjukkan korelasi antar variabel yang diteliti dan pengujian hipotesis yang diajukan.
- 1.5.5 Bab 5: Kesimpulan dan Saran, berisi kesimpulan hasil penelitian, saran dan penelitian selanjutnya.

1.6 Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan faktor penting dalam persiapan penelitian. Kerangka teori membantu peneliti untuk memahami kerangka konseptual dan teoritis dari masalah penelitian. Adapun kerangka teori yang merupakan langkah – langkah dalam menyusun penelitian adalah sebagai berikut:

- 1.6.1 Tahap awal adalah mengidentifikasi masalah penelitian yang ingin dianalisis. Jelaskan latar belakang masalah dan mengapa topik ini penting untuk diteliti.
- 1.6.2 Melakukan pencarian literatur untuk mengevaluasi penelitian yang sudah ada yang telah dilakukan dengan topik yang sama atau serupa. Hal ini akan membantu memahami konsep, hipotesis, dan fakta-fakta yang relevan.
- 1.6.3 Menentukan tema utama yang akan menjadi fokus investigasi Anda. Identifikasi variabel-variabel yang akan diukur atau diamati dalam penelitian.
- 1.6.4 Menjelaskan hubungan antara konsep dan variabel yang dipilih. Bagaimana konsep-konsep tersebut terkait dan bagaimana mereka dapat berinteraksi satu sama lain.
- 1.6.5 Berdasarkan kerangka teori, selanjutnya dibuat hipotesis atau asumsi awal tentang apa yang diharapkan untuk ditemukan dalam penelitian. Hipotesis ini dapat berupa pernyataan mengenai hubungan antara variabel-variabel yang diajukan.
- 1.6.6 Selanjutnya melakukan analisis berdasarkan temuan data dan fakta di lapangan serta membuat kesimpulan dari temuan penelitian.