

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia sebagai entitas kehidupan memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini dapat dilakukan melalui usaha yang tidak mudah dan mendorong mereka untuk mencari atau menciptakan pekerjaan. Dalam proses ini, beragam bentuk pekerjaan dan keterampilan menghasilkan peluang bagi individu di berbagai bidang dan sektor pada suatu organisasi. Manusia sebagai individu dalam suatu organisasi yang dianggap aset bernilai dapat disebut sebagai sumber daya manusia (SDM) (Safarida et al., 2020). SDM memiliki peran utama dalam sebuah organisasi. Sebuah organisasi dibentuk atas dasar beragam visi yang bermanfaat bagi manusia dan menjalankan misi yang dikelola manusia. Sehingga manusia adalah faktor penting dalam kegiatan semua organisasi. Organisasi yang ingin dikembangkan sementara masih kompetitif harus memastikan bahwa personelnya memenuhi syarat dan ditempatkan dalam peran yang sesuai. Mereka yang berpotensi untuk memberikan kontribusi signifikan terhadap tujuan organisasi.

Pengelolaan sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting dalam suatu organisasi. Adanya manajemen sumber daya manusia (MSDM) dalam organisasi untuk memastikan pemeliharaan tenaga kerja yang terampil, berkomitmen, dan juga memiliki motivasi tinggi yang dibutuhkan organisasi. Oleh karena itu, organisasi melibatkan langkah-langkah untuk meningkatkan dan mengembangkan kapasitas karyawan (Huzain, 2021). Menjalankannya fungsi MSDM secara baik juga merupakan salah satu langkah untuk pengelolaan sumber daya manusia. Salah satu fungsi MSDM yaitu *Staffing* yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan organisasi. Proses pengisian formasi yang melibatkan dua kegiatan yaitu rekrutmen dan seleksi calon, yang dinilai paling sesuai dengan syarat yang ditetapkan. Dari proses ini, terlihat adanya

keterikatan antara manusia sebagai SDM dan organisasi. Manusia membutuhkan organisasi untuk bekerja dengan tujuan memenuhi kebutuhan, suatu organisasi juga membutuhkan sumber daya manusia untuk mampu berkontribusi demi mencapai tujuan.

Setiap organisasi pastinya menghadapi tantangan dalam menemukan dan mempertahankan karyawan dengan kualitas unggul di era globalisasi ini. Persaingan yang semakin sengit dalam merebutkan sumber daya manusia yang berbakat dan mampu berkontribusi secara positif dalam perkembangan dan kemajuan organisasi pastinya menjadi faktor utama. Untuk menghadapi tantangan ini, setiap perusahaan dituntut dalam merancang strategi rekrutmen yang efektif agar dengan mudah menarik banyak individu yang berkualifikasi unggul. Dalam mengelola sumber daya manusia di sebuah organisasi, terdapat beberapa tahapan dan salah satunya adalah proses rekrutmen dengan tujuan memenuhi kualifikasi (Fitrianna et al., 2022). Dengan adanya rekrutmen, hal ini sangat dimanfaatkan banyak individu untuk berlomba-lomba dalam mendapatkan pekerjaan. Sebelum mereka membuat keputusan mengenai karir, setiap individu perlu memiliki perencanaan karir, pemahaman tentang diri sendiri, dan pekerjaan apa yang diinginkan (Nurjanah, 2018).

Selain itu, ditengah kemajuan teknologi ini membuat pertumbuhan jumlah organisasi baru dan pengembangan organisasi sebelumnya. Dilihat hal ini menopang perekonomian Indonesia. Pertumbuhan ekonomi Indonesia tetap tinggi dengan data pada Badan Pusat Statistik (BPS) telah menunjukkan pertumbuhan ekonomi Indonesia triwulan II 2023 tercatat sebesar 5,17% (yoy) (Bank Indonesia, 2023). Dengan sudah banyaknya perusahaan di Indonesia, selain masyarakat yang mengalami persaingan ketat dalam mendapatkan pekerjaan, perusahaan-perusahaan juga menaruh penuh persaingan dalam memilih karyawan. Perkembangan organisasi dapat memicu kebutuhan perusahaan untuk menambah jumlah karyawan baru guna mengisi posisi yang tidak dapat dilakukan oleh karyawan yang sudah ada. Manajer SDM di dalam organisasi perlu memiliki kemampuan untuk memilih calon yang dianggap

Fayza Aurelia F, 2023

PENGARUH EMPLOYER BRANDING DAN E-RECRUITMENT TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA DENGAN COMPANY REPUTATION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KARYAWAN PERUSAHAAN DI WILAYAH JAKARTA SELATAN

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

mampu menghasilkan sumber daya manusia berkelas. Oleh karena itu, manajer SDM harus merancang rencana seleksi karyawan yang efisien agar dapat memperoleh sumber daya manusia yang memiliki kualifikasi dan kualitas yang baik. Perusahaan akan berupaya membangun daya tarik khusus di mata publik sehingga para pelamar lebih tertarik untuk melamar pekerjaan di perusahaan tersebut daripada di perusahaan pesaing. Semakin banyak yang melamar, semakin besar juga peluang mendapatkan kandidat yang berkualifikasi.

Tidak sedikit perusahaan terutama bagian tim *Human Resource* (HR) yang kesulitan mencari karyawan. Walaupun di Indonesia sendiri angka pengangguran dapat dikatakan besar, dalam *website* CNBC Indonesia yang menyediakan data pada Badan Pusat Statistik (BPS) tercatat sampai Februari 2023 jumlah pengangguran sebanyak 7,99 juta orang (Rachman, 2023). Nyatanya betul adanya perusahaan yang masih kesulitan mencari pegawai yang diinginkan. Dilansir dari laman *Liputan6* Deputy Bidang Sumber Daya Manusia (SDM), Kementerian BUMN Alex Denni menyampaikan pesan,

"Dilemma yang kita miliki, yakni *talent* mulai *shortage*. Perusahaan kesulitan dalam cari orang. Jadi lucu, orangnya banyak, dan masih ada yang nganggur tapi nyari orang mulai susah. Kenapa?! Karena tetangganya ternyata lebih kuat,"

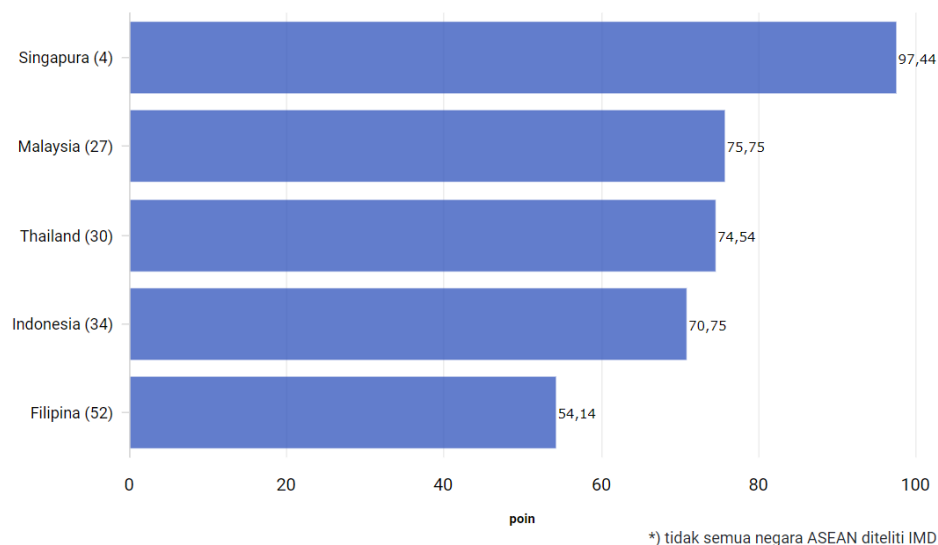
Hal ini disampaikannya dapat disimpulkan perusahaan mengalami dilema karena kesulitan mencari tenaga kerja karena saingannya memiliki yang lebih kuat. Beliau juga menambahkan bahwa *Global Competitiveness Index*(GCI) Indonesia terlihat tertinggal lumayan jauh jika dibandingkan dengan negara tetangga. Sebagai tambahan informasi, indeks ini menentukan kualitas daya saing sumber daya manusia (SDM) di Indonesia. Dengan potensi yang besar dengan daya saing yang terbatas, kita mungkin akan menghadapi situasi dengan kekayaan yang tidak akan dinikmati negara kita sepenuhnya, kecuali dengan tindakan dan langkah besar diambil. Oleh karena itu, merupakan hal penting bagi kita untuk memberikan dukungan pada prioritas pemerintah dalam meningkatkan pengembangan sumber daya manusia.

Fayza Aurelia F, 2023

PENGARUH EMPLOYER BRANDING DAN E-RECRUITMENT TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA DENGAN COMPANY REPUTATION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KARYAWAN PERUSAHAAN DI WILAYAH JAKARTA SELATAN

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]



Gambar 1. *Global Competitiveness Index*

Sumber: *Databoks.katadata 2023*

Informasi data pada laman Databoks menyatakan Institut Pengembangan Manajemen (IMD) telah kembali menilai tingkat daya saing berbagai negara di seluruh dunia. Dalam konteks ASEAN, Singapura memperoleh skor tertinggi dengan 97,44 poin. Ini mengamankan peringkat keempat secara global, menempatkan Singapura jauh di atas negara-negara di ASEAN lainnya. Dan peringkat Indonesia berada di posisi 34 dunia. Hal ini ditambah dengan banyak organisasi baru dan kecil di Indonesia yang juga mengalami kesulitan dalam mendapatkan SDM yang sesuai kualifikasi. Dilansir juga pada laman *Kumparan* menyatakan CNBC Indonesia telah melakukan survei dan mencatat 90 persen pemilik usaha tidak bisa menemukan kandidat SDM unggul yang sesuai dengan kualifikasi lowongan. Oleh karena itu, perusahaan akan melakukan segala cara yang mungkin dilakukan untuk mendapatkan sumber daya manusia yang dapat bersaing. Dan penting bagi perusahaan dalam pengembangan organisasi untuk menumbuhkan minat dalam melamar kerja.

Fayza Aurelia F, 2023

PENGARUH EMPLOYER BRANDING DAN E-RECRUITMENT TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA DENGAN COMPANY REPUTATION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KARYAWAN PERUSAHAAN DI WILAYAH JAKARTA SELATAN

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Dengan para masyarakat yang mengalami perubahan ditandai oleh pertumbuhan teknologi dan kesuksesan organisasi atau Perusahaan bergantung langsung pada sumber daya manusia. Tidak terkecuali pada karyawan di perusahaan wilayah Jakarta Selatan. Mereka yang membutuhkan pekerjaan dalam memenuhi kebutuhan. Begitu pula pada organisasi yang selalu mencari SDM yang unggul. Oleh karena itu, organisasi untuk bertahan di pasar kerja saat ini menghadapi beberapa tantangan dalam tumbuh dalam menjaga kelangsungan organisasinya. *Intention to apply work* atau minat melamar dapat diartikan sebagai sejauh apa keinginan calon pelamar untuk mengajukan lamaran pekerjaan dalam proses rekrutmen organisasi tersebut. Minat dalam pekerjaan ini akan tumbuh pada seseorang yang membutuhkan pekerjaan. Akan tetapi dalam melamar pekerjaan, setiap individu pastinya mempunyai kriteria tersendiri untuk mengajukan lamaran pada perusahaan tertentu. Beberapa alasan yang mungkin menjadi pertimbangan untuk seseorang dalam memilih perusahaan.

Niat atau *intention* dalam melamar suatu tawaran pekerjaan berkaitan dengan minat pribadi. Beberapa penulis Cable dan Judge (1994) juga mengidentifikasi tiga jenis niat tersebut, yaitu niat untuk mengajukan lamaran pekerjaan merupakan dorongan pribadi dan keinginan untuk mengambil langkah dalam mengikuti tawaran pekerjaan. Ini mencakup keinginan untuk secara aktif dalam mengejar pekerjaan dan mempertahankan posisi dalam daftar kandidat untuk suatu tawaran. Selain itu, niat atau minat untuk menerima pekerjaan mencerminkan kemungkinan bahwa seorang pelamar akan menerima tawaran pekerjaan jika diberikan. Setiap calon pelamar dalam suatu organisasi atau perusahaan pastinya menginginkan kesejahteraan dan kenyamanan setelah mereka ditetapkan sebagai karyawan. Sehingga Perusahaan diharuskan untuk melakukan pengembangan dalam *Employer Branding*. Mičík & Mičudová (2018) mengungkapkan banyak organisasi bersaing untuk menarik karyawan potensial lebih banyak dibandingkan organisasi lain. Organisasi harus mengembangkan, menerapkan, dan menghadirkan merek

perusahaan yang autentik dan menarik agar proses rekrutmen menjadi efektif dan efisien (Islamiaty et al., 2022). Akuisisi bakat merupakan aktivitas yang sangat penting dalam perjalanan karyawan. Penerapan *employer branding* dapat memastikan kesesuaian antara individu dan organisasi dalam rekrutmen. Dan upaya dalam meningkatkan motivasi, kesejahteraan, dan loyalitas karyawan menuntut Alves *et al.*, (2020). Sebagai contoh salah satu perusahaan besar di Indonesia yang memiliki *employer branding* terbaik hingga menempatkan posisi pertama dalam *Top 20 Companies/organizations to work for*.



Gambar 2. *Top 20 Companies/organizations to work for*

Sumber: *Swa.co.id*

Telkom telah menjadi perusahaan BUMN pertama yang telah mendapatkan sertifikasi Great Place to Work (GPTW) dari *Great Place to Work Institute* (Telkom, 2015). Telkom menerapkan lingkungan kerja yang nyaman dan jam kerja yang fleksibel, seperti perusahaan startup digital yang memiliki ritme kerja dinamis, modern, dan ramah teknologi. Hal ini merupakan

Fayza Aurelia F, 2023

PENGARUH EMPLOYER BRANDING DAN E-RECRUITMENT TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA DENGAN COMPANY REPUTATION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KARYAWAN PERUSAHAAN DI WILAYAH JAKARTA SELATAN

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

bagian dari strategi Telkom untuk memperbaiki persepsi perusahaan di kalangan pencari kerja. Herdy R. Harman, *Chief of Human Capital Officer* menyampaikan,

“*Employee value proposition (EVP)* dalam Telkom itu perusahaan yang kreatif , dinamis , dan *fun environment*. Saya jadikan itu sebagai tagline Telkom. Bekerja di perusahaan ini haruslah menyenangkan,”

Beliau juga menambahkan bahwa citra Telkom sebagai reputasi dan gengsinya menyedot minat pelamar kerja terbanyak diantara yang lainnya. Setiap tahun Telkom kebanjiran surat lamaran kerja sebanyak 52 ribu orang. Untuk contoh pada Perusahaan lainnya, penulis telah melakukan wawancara dengan seseorang yang bekerja pada bagian sumber daya manusia sebagai *Talent Acquisition for recruitment* pada bisnis unit dari PT XYZ yang berada di wilayah Jakarta Selatan. Perusahaan yang bergerak pada bidang Pendidikan dan teknologi yang baru merintis pada tahun 2019. Wawancara ini berkaitan dengan variabel-variabel yang ada pada penelitian ini. Pertanyaan pertama yang diajukan tentang bagaimana perusahaan menempatkan karyawan dengan baik dan berusaha dalam meningkatkan kesejahteraan pegawai nya. Dan apakah hal tersebut dapat membuat para calon pelamar sangat menginginkan menjadi karyawan pada perusahaan ini. Jawaban dari seorang bagian HR tersebut yaitu:

“Pastinya setiap perusahaan ingin menyediakan tempat kerja yang positif untuk para pegawai. Walaupun umur perusahaan ini termasuk dibilang masih muda, tapi kami selalu tetap mementingkan kesejahteraan pegawai dan terus melakukan peningkatan. Makanya hal ini bukan menjadi suatu masalah bagi seseorang untuk melamar pada perusahaan ini. Karena setiap kami membuka posisi untuk rekrutmen, yang mendaftar tidak sedikit. Sehingga saya bisa katakan pasti berpengaruh untuk pelamar yang menginginkan tempat kerja yang membuat mereka betah”

Selain *Employer Branding* yang menjadi pertimbangan pencari kerja, salah satu yang menjadi penilaian adalah sistem rekrutmen. Dalam era digital ini, populasi global sedang mengalami transformasi digital di mana semua sektor harus menyesuaikan diri dengan teknologi. Oleh karena itu, perusahaan sangat memerlukan pemahaman tentang teknologi di dalam era digital. Sebagai dukungan, hasil riset oleh *MarkPlus Insight* (Darwin, 2011) menghasilkan pertumbuhan penggunaan internet Indonesia terus meningkat. Faktor yang mendorong perusahaan atau organisasi untuk mengadopsi *e-recruitment* yaitu termasuk meningkatkan citra dan profil perusahaan.

Para pelamar umumnya menginginkan proses rekrutmen yang praktis, sederhana, dan tidak rumit. Banyak perusahaan saat ini telah mengadopsi rekrutmen secara *online* karena dapat membantu dalam menemukan karyawan dengan lebih efisien. Hal ini juga diperlengkap oleh Shalahuddin (2022) bahwa dengan penggunaan *E-Recruitment*, informasi dapat disampaikan dengan lebih cepat dan dapat mencakup berbagai lapisan masyarakat serta termasuk daerah-daerah terpencil yang berada jauh dari lokasi perusahaan. Dengan konsep ini, perusahaan menggunakan internet untuk memperoleh karyawan baru sambil menarik individu yang memiliki potensi keterampilan dan kompetensi yang diinginkan oleh perusahaan. Calon karyawan akan lebih cenderung menunggu pilihan lain dari perusahaan yang memiliki proses perekrutan yang lebih mudah dan menarik. Masih dengan orang sama dari HR PT XYZ, penulis mengajukan pertanyaan terkait bagaimana proses rekrutmen secara *online* memengaruhi jumlah pelamar. Dan jika perusahaan ini pernah melakukan rekrutmen secara *offline*, bagaimana perbedaan yang dirasakan dengan *online* rekrutmen. Dan jawaban HR tersebut seperti dibawah ini:

“Pada perusahaan ini, kami juga melakukan rekrutmen secara *offline* biasanya melau *job fair* gitu tapi kan tidak terlalu sering kami mengadakan. Untuk lainnya, kita fokus pada rekrutmen *online* apalagi kita punya *job portal* dan *website* sendiri yang setiap saat kami terus mengembangkannya. Dan pastinya dikatakan lebih banyak

pelamar yang masuk pada rekrutmen *online* karena bisa dibidang lebih mudah juga bagi kami dan juga bagi pelamar, apalagi kadang orang juga sedikit malas yaa untuk datang ke tempat langsung apalagi yang jaraknya jauh.”

Company Reputation juga dianggap penting sebagai pertimbangan para pencari kerja. Hal ini menjadi penilaian terhadap suatu perusahaan sebelum mereka mengajukan lamaran kerja. Menurut Potgieter dan Doubell (2020) perusahaan dengan reputasi positif cenderung akan lebih menarik bagi calon kandidat dan dapat memengaruhi keputusan calon pelamar untuk mengajukan lamaran pekerjaan karena persepsi positif yang dimiliki terhadap perusahaan tersebut. Reputasi suatu perusahaan sebagai kemampuan organisasi untuk merespons harapan dari berbagai pihak yang berkepentingan melalui kriteria penilaian yang diuraikan dan ditegaskan secara sosial. Reputasi perusahaan juga terbentuk dari evaluasi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang berkepentingan ketika mereka mengevaluasi serangkaian atribut perusahaan yang berkembang dari waktu ke waktu.

Reputasi sebuah perusahaan dapat dianggap sebagai representasi keseluruhan organisasi. Dan informasi yang diterima oleh individu melalui iklan atau platform lain dapat memberikan gambaran tentang perusahaan. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu menjaga dan memelihara reputasi serta citranya, karena jejak digital dapat tetap terpatri dalam persepsi seseorang terhadap perusahaan tersebut. Menurut laporan resmi dari InsightTalanta.com, 50% calon kandidat cenderung memilih perusahaan yang memiliki reputasi baik, meskipun gaji yang ditawarkan mungkin tidak sebanding dengan perusahaan yang menawarkan gaji tinggi tetapi memiliki reputasi kurang baik. Reputasi positif perusahaan tercermin dari tekad perusahaan dalam memberikan perhatian dan pengelolaan yang baik terhadap karyawan (Ayuna, 2019). Pertanyaan berikutnya yang ditanyakan penulis pada HR PT XYZ terkait bagaimana mereka menjaga nama baik perusahaan dan *company reputation*. Dan bagaimana pengaruh perusahaan yang memiliki pandangan baik bagi

masyarakat bagi seseorang dalam melamar posisi yang ada pada perusahaan tersebut. Dan jawaban dari seorang HR sebagai berikut:

“Lagi-lagi karena perusahaan ini masih dibidang muda, akan tetapi kami terus selalu menjaga nama baik perusahaan dan terus meningkatkan prestasi perusahaan. Makanya, tidak sedikit orang yang ingin menjadi bagian pada perusahaan ini. Karena perusahaan kita yang selalu positif, tidak ada masalah, dan selalu menjadi perusahaan yang fokus pada tujuan terutama dalam dunia Pendidikan”

Adapun penelitian sebelumnya oleh Ekhsan & Fitri (2021) menyatakan bahwa terdapat dampak positif dari *employer branding* terhadap minat untuk mengajukan lamaran pekerjaan pada suatu organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa apabila *employer branding* meningkat maka akan mengalami peningkatan niat melamar kerja. Penelitian ini diperkuat dengan penelitian lainnya oleh Erlinda & Safitri (2020) yakni disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari *employer branding* terhadap niat untuk melamar di Perusahaan tersebut. Artinya, jika *employer branding* dikelola dengan baik, maka niat pelamar kerja untuk melamar ke perusahaan akan meningkat. Adapun perbedaan hasil penelitian atau *research gap* oleh Salamah et al., (2023) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara *employer branding* terhadap niat melamar kerja. Hal ini dibuktikan dengan H1 ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *employer branding* yang tinggi tidak memengaruhi niat untuk melamar kerja.

Penelitian sebelumnya terkait *E-recruitment* oleh Shalahuddin et al., (2022) menyatakan bahwa pemanfaatan *e-recruitment* telah terbukti memberikan dampak positif terhadap minat para pelamar untuk mengajukan diri di tempat penelitian tersebut. Artinya, penggunaan sistem perekrutan secara online dapat meningkatkan kemudahan bagi calon karyawan dalam mencari dan mengakses pekerjaan yang sesuai dengan preferensi mereka. Di sisi lain, penelitian yang telah dilaksanakan oleh Handi & Safitri (2023) membuktikan

bahwa *e-recruitment* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat melamar kerja. Adapun perbedaan hasil penelitian atau *research gap* oleh Munawaroh (2019) menyatakan bahwa variabel *e-recruitment* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat melamar kerja.

Bedasarkan penelitian sebelumnya oleh Wirohikmawan & Kustini (2023) menyatakan *Company reputation* adalah hal yang penting dalam mempengaruhi minat seseorang dalam melamar pekerjaan, maka dengan hal tersebut minat melamar pekerjaan dari objek penelitian akan tinggi sesuai dengan *company reputation* nya. Selanjutnya, penelitian oleh Fatimah et al., (2021) menyatakan dalam meningkatkan minat melamar kerja maka *company reputation* perlu menjadi perhatian karena sudah terbukti mempengaruhi minat melamar kerja. Adapun perbedaan hasil penelitian yang menyebabkan *research gap* yaitu penelitian dari Febrianti & Hendratmoko (2022) menyatakan bahwa *company reputation* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk melamar pekerjaan. Oleh karena itu, reputasi tidak menjadi faktor yang dipertimbangkan oleh para pencari kerja pada tempat penelitian. Citra perusahaan tidak menjadi alasan utama dalam keputusan pencari kerja di daerah tersebut untuk melamar pekerjaan.

Bedasarkan penjelasan sebelumnya, permasalahan yang ada, dan kesenjangan pada penelitian sebelumnya yang sudah disajikan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian terkait topik *employer branding*, *E-recruitment*, *company reputation*, dan minat melamar kerja dengan judul **“Pengaruh *Employer Branding* dan *E-Recruitment* terhadap minat melamar kerja dengan *Company Reputation* sebagai Variabel Mediasi”**

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkarkan latar belakang yang telah dipaparkan, permasalahan yang dianalisis dalam studi berdasarkan penjelasan latar belakang di atas mencakup hal-hal sebagai berikut:

Fayza Aurelia F, 2023

PENGARUH EMPLOYER BRANDING DAN E-RECRUITMENT TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA DENGAN COMPANY REPUTATION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KARYAWAN PERUSAHAAN DI WILAYAH JAKARTA SELATAN

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

1. Apakah terdapat pengaruh *Employer Branding* terhadap minat melamar kerja pada Karyawan Perusahaan di Wilayah Jakarta Selatan?
2. Apakah terdapat pengaruh *E-Recruitment* terhadap minat melamar kerja pada Karyawan Perusahaan di Wilayah Jakarta Selatan?
3. Apakah *Company Reputation* memediasi pengaruh antara *Employer Branding* terhadap minat melamar kerja Karyawan Perusahaan di Wilayah Jakarta Selatan?
4. Apakah *Company Reputation* memediasi pengaruh antara *E-Recruitment* terhadap minat melamar kerja Karyawan Perusahaan di Wilayah Jakarta Selatan?
5. Apakah terdapat pengaruh *Company Reputation* terhadap minat melamar kerja pada Karyawan Perusahaan di Wilayah Jakarta Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Merujuk pada perumusan permasalahan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh *Employer Branding* terhadap minat melamar kerja pada Karyawan Perusahaan di Wilayah Jakarta Selatan.
2. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh *E-Recruitment* terhadap minat melamar kerja pada Karyawan Perusahaan di Wilayah Jakarta Selatan.
3. Untuk mengetahui dan membuktikan *Company Reputation* memediasi pengaruh antara *Employer Branding* terhadap minat melamar kerja Karyawan Perusahaan di Wilayah Jakarta Selatan.
4. Untuk mengetahui dan membuktikan *Company Reputation* memediasi pengaruh antara *E-Recruitment* terhadap minat melamar kerja Karyawan Perusahaan di Wilayah Jakarta Selatan.

5. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh *Company Reputation* terhadap minat melamar kerja pada Karyawan Perusahaan di Wilayah Jakarta Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah diuraikan, penelitian ini diharapkan bisa memberikan hasil berupa manfaat yakni:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan dan memiliki dampak yang positif dalam bidang akademik, menjadi wadah untuk mahasiswa dapat aktif dengan saling berbagi informasi dan referensi, serta berfungsi sebagai panduan atau acuan untuk mereka yang berstatus mahasiswa dan sedang menempuh pendidikan Program Studi Manajemen yang berfokus pada Sumber Daya Manusia.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Objek Penelitian

Setiap individu dapat memiliki wawasan dan pemahaman yang lebih mendalam terkait praktik manajemen sumber daya manusia yang relevan. Serta dapat memberikan pemahaman terkait strategi dalam pengembangan potensi diri, mengelola karir, dan meningkatkan kesejahteraan dalam bekerja. Selanjutnya, penelitian ini akan memberikan panduan dalam mengelola dan memahami dinamika sumber daya manusia dengan baik. Penelitian ini juga akan membantu individu dalam mengambil keputusan dalam pengembangan karir, kesejahteraan, dan mendapatkan lingkungan kerja yang diinginkan. Serta untuk Perusahaan, mereka dapat mengetahui tolak ukur calon kandidat dalam melamar kerja.

- b. Bagi Penulis

Fayza Aurelia F, 2023

PENGARUH EMPLOYER BRANDING DAN E-RECRUITMENT TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA DENGAN COMPANY REPUTATION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KARYAWAN PERUSAHAAN DI WILAYAH JAKARTA SELATAN

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Diharapkan penulis dapat memperoleh pemahaman, wawasan, dan pengalaman yang berharga, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk menghadapi tantangan dunia kerja yang sesungguhnya. Semua ini diharapkan menjadi pembelajaran berharga dalam menerapkan teori ke dalam situasi nyata dalam karir. Selanjutnya, penulis berharap dapat mengembangkan dan menerapkan pengetahuan sumber daya manusia yang diperoleh selama kuliah di Program Sarjana Studi Manajemen. Wawasan tersebut akan menjadi landasan dalam mengelola sumber daya manusia di masa depan..

Fayza Aurelia F,2023

***PENGARUH EMPLOYER BRANDING DAN E-RECRUITMENT TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA
DENGAN COMPANY REPUTATION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KARYAWAN PERUSAHAAN DI
WILAYAH JAKARTA SELATAN***

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]