

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, yang mencakup dampak dari *employer branding* dan *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja, dengan *company reputation* sebagai variabel mediasi pada karyawan di wilayah Jakarta Selatan, dapat disimpulkan bahwa responden utamanya adalah perempuan, usia muda/milenial, memiliki tingkat pendidikan sarjana, dan memiliki pengalaman kerja yang relatif baru. Penelitian ini menggunakan data responden yang dianalisis menggunakan aplikasi *SmartPLS* 4.0. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel *employer branding* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat melamar kerja, sehingga hipotesis nol diterima dan hipotesis alternatif ditolak. Namun, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penerapan *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja karyawan, sehingga hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Lebih lanjut, penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial, *employer branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja melalui mediasi *company reputation*. Hal ini juga berlaku untuk variabel *e-recruitment*, di mana terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja melalui *company reputation* sebagai mediator. Selanjutnya, pada variabel *company reputation* terhadap minat melamar kerja, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial. *Company reputation* tidak hanya berpengaruh secara signifikan, tetapi juga menunjukkan hubungan positif dengan minat melamar kerja. Sehingga, hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Setelah melakukan penelitian, adapun beberapa keterbatasan yang ditemukan dalam studi ini. diharapkan keterbatasan-keterbatasan ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan menjadi dasar untuk pengembangan penelitian kedepannya dengan tujuan meningkatkan kualitas penelitian di masa depan. Berikut adalah beberapa keterbatasan dari penelitian ini:

- a. Waktu dalam melaksanakan penelitian terbilang cukup terbatas dan singkat mengingat mengikuti waktu yang telah dijadwalkan dalam satu semester sehingga adanya kemungkinan penelitian ini perlu dikembangkan.
- b. Metode penelitian ini menggunakan survei dengan menggunakan kuesioner Google Form, banyak peserta yang mungkin tidak begitu antusias dengan permohonan dalam berpartisipasi untuk mengisinya sehingga harus diingatkan kembali dan perbedaan pemahaman yang memengaruhi adanya sedikit perbedaan hasil angket.
- c. Penggunaan *SmartPLS* 4.0 sangat membantu dalam mengolah dan menganalisis data, akan tetapi adanya keterbatasan yang dimana seperti beberapa fitur yang tidak terdapat di *SmartPLS* 4.0 sehingga harus menghitung manual.
- d. Penelitian ini hanya mempertimbangkan tiga variabel independen, yaitu *employer branding*, *e-recruitment*, dan *company reputation* sebagai faktor yang mempengaruhi minat melamar kerja. Sementara itu, adanya kemungkinan bahwa ada faktor-faktor lain yang juga memiliki pengaruh terhadap minat melamar kerja yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.

## 5.3 Saran

Berikut adalah saran-saran yang dapat disimpulkan dari penelitian dan simpulan yang telah dihasilkan:

- b. Saran Aspek Teoritis

Bagi pembaca, terutama mahasiswa jurusan Manajemen Sumber Daya Manusia yang memiliki keinginan atau rencana melakukan penelitian lebih lanjut tentang variabel terkait, disarankan untuk mempertimbangkan variabel independen tambahan, seperti budaya perusahaan, pemberian gaji, lingkungan kerja, faktor geografis dan faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi seseorang melamar kerja pada suatu perusahaan.

### c. Saran Aspek Praktis

Dengan adanya penelitian ini, memungkinkan perusahaan dapat memerhatikan faktor yang dinilai bagi calon karyawan ataupun para karyawan dalam ketertarikan pada suatu perusahaan sebagai tempat kerja yang baik. Serta mempertimbangkan faktor lainnya diluar variabel yang diteliti, seperti lingkungan perusahaan, budaya Perusahaan, gaji, letak geografis, dan lain lain. Selanjutnya, beberapa saran praktis yang dapat dilakukan meliputi:

Tema employer branding, e-recruitment, dan company reputation adalah faktor kunci dalam memengaruhi minat seseorang untuk melamar pekerjaan di suatu perusahaan. Berikut adalah beberapa saran praktis bagi perusahaan untuk memaksimalkan pengaruh faktor-faktor ini:

1. Memperbarui proses *e-recruitment* dengan meningkatkan pengalaman pelamar dengan platform yang intuitif dan mudah digunakan. Selanjutnya, memanfaatkan teknologi untuk mengotomatisasi proses seleksi dan memberikan umpan balik yang cepat kepada pelamar. Serta memastikan situs web perusahaan dan platform responsif dan dapat diakses dengan baik dari perangkat seluler.
2. Memastikan sistem pendaftaran *online* efisien dengan antarmuka pengguna yang ramah dan formulir yang sederhana. Dan dapat memberikan panduan yang jelas untuk membantu pelamar mengisi formulir dan melalui proses pendaftaran. Serta mengupayakan untuk menjaga waktu tanggapan yang cepat terhadap aplikasi dengan memberikan notifikasi status secara teratur.

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](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

3. Membangun dan mempertahankan reputasi dengan fokus pada transparansi dan etika bisnis yang kuat dalam operasi perusahaan. Serta terlibat dalam kegiatan sosial dan berkelanjutan yang dapat memperbaiki reputasi Perusahaan. Dan juga terlibat dengan masyarakat dan komunitas lokal untuk menciptakan hubungan yang positif dan meningkatkan citra perusahaan.
4. Mendorong partisipasi karyawan dengan melibatkan karyawan dalam pengembangan aktivitas yang terkait dengan reputasi perusahaan. membuat program referensi yang memberikan insentif kepada karyawan untuk merekomendasikan calon karyawan potensial. Serta memberikan pelatihan dan dukungan kepada karyawan untuk berbagi pengalaman positif mereka di media sosial dan platform *online*.
5. Dapat menawarkan program kesejahteraan karyawan, seperti fleksibilitas waktu, asuransi kesehatan, dan dukungan psikologis. Lalu membangun lingkungan kerja yang positif dengan mempromosikan kolaborasi, apresiasi, dan saling dukung antar karyawan. Dan melakukan survei kepuasan karyawan secara rutin untuk mengidentifikasi area perbaikan dan melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan.
6. Menggunakan ulasan karyawan dengan bijak dengan menggunakan ulasan karyawan sebagai alat untuk memahami dan meningkatkan kondisi kerja. Menanggapi dengan bijak ulasan yang diterima, baik positif maupun negatif, untuk menunjukkan perhatian terhadap umpan balik karyawan. Dapat juga dengan memanfaatkan ulasan positif untuk memperkuat *branding* dan reputasi perusahaan.
7. Mengedukasi karyawan dan kepemimpinan dengan mengedukasi karyawan dan manajemen tentang pentingnya mengembangkan dan meningkatkan prestasi kinerja untuk tujuan perusahaan. Serta memastikan bahwa seluruh organisasi memahami dampak positif yang dapat dihasilkan melalui usaha-usaha ini. Dan juga memberikan pelatihan kepada manajemen dalam pengelolaan Perusahaan yang baik.

8. Dapat menjalin komunikasi yang terbuka dengan karyawan, baik mengenai kebijakan perusahaan, perkembangan proyek, maupun peluang pengembangan. Dan juga melibatkan karyawan dalam proses pengambilan keputusan dan berikan platform untuk menyampaikan masukan atau ide. Serta membangun budaya transparansi yang dapat meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan karyawan.