

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Persaingan antar perusahaan pada era globalisasi seperti saat ini, mengharuskan perusahaan untuk bersaing secara global dalam mencapai pangsa pasarnya, oleh sebab itu sumber daya manusia memiliki peranan penting dalam mewujudkan kesuksesan perusahaan. Guna mencapai tujuan dan sasaran maka perusahaan perlu memiliki strategi yang tepat salah satunya dalam hal mencari dan merekrut karyawan berbakat yang menjadi faktor penting dalam keberhasilan suatu perusahaan.

Saat ini dunia kerja terdiri dari berbagai generasi yang menciptakan keberagaman pola pikir dan karakteristik. Generasi ini dikategorikan berdasarkan periode kelahiran tertentu, dimana setiap generasi memiliki karakteristik berbeda-beda akibat peristiwa sejarah, kemajuan teknologi dan perubahan sosial budaya. Berdasarkan hasil sensus penduduk tahun 2020, Badan Pusat Statistik mencatat bahwa mayoritas penduduk Indonesia saat ini didominasi oleh generasi Z yang merupakan generasi yang lahir pada kurun waktu 1997-2012. Proporsi generasi Z mencapai 74,93 juta jiwa dari total 270,2 juta populasi penduduk negara Indonesia. Menurut Afandi (2017), generasi Z masuk dalam kategori usia produktif yang dapat menjadi peluang untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi. Saat ini, rata-rata rentang usia generasi Z berkisar pada umur 12 hingga 27 tahun. Banyak anggota generasi ini yang telah memasuki usia produktif dan memasuki angkatan kerja.

Menurut Agustina (2018) terdapat beberapa kelebihan dan kekurangan dari generasi Z. Keunggulan generasi ini yaitu terbuka terhadap perubahan, memiliki motivasi tinggi terhadap suatu hal, memiliki kemampuan untuk mendapatkan informasi yang lebih banyak, dan dapat melakukan banyak hal dalam satu waktu. Selain itu, generasi Z memiliki keunggulan dibanding generasi sebelumnya dalam hal kecakapan dan informasi. Kecakapan ini membentuk kualitas, perspektif, dan ambisi generasi ini, khususnya dalam menentukan arah karir. Sedangkan kekurangan dari generasi ini yaitu generasi ini condong lebih individualistis, suka sesuatu yang instan, kurang menghargai proses dan memiliki emosi yang labil. Karakteristik generasi Z menimbulkan tantangan baru bagi praktik manajemen sumber daya manusia.

Hasil Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) dari Badan Pusat Statistik periode Agustus 2023 menunjukkan bahwa jumlah angkatan kerja Indonesia mencapai 147,71 juta jiwa. Generasi Z mendominasi angkatan kerja ini dengan jumlah 44,7 juta atau sebesar 30 persen. Dari data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik tersebut dalam waktu dekat angkatan kerja akan didominasi oleh generasi Z. Akan tetapi, berdasarkan data Badan Pusat Statistik per Agustus 2023, terdapat 9,9 juta penduduk usia 15-24 tahun di Indonesia yang menganggur. Rentang usia tersebut menunjukkan jumlah penduduk tersebut adalah generasi Z.

Bali merupakan provinsi di Indonesia yang juga memiliki permasalahan pengangguran. Permasalahan tersebut tentunya masih menjadi pokok persoalan yang harus mendapatkan perhatian khusus. Pengangguran dapat menjadi salah satu faktor yang menghambat lajunya pertumbuhan ekonomi. Menurut data Badan Pusat Statistik pada tahun 2023 pengangguran di Bali berjumlah 72.421 orang yang

terbagi ke dalam 9 kabupaten/kota. Tingginya jumlah pengangguran merupakan fenomena yang dapat menimbulkan berbagai permasalahan sosial seperti kemiskinan, kriminalitas, dan kesenjangan sosial. Tabel 1.1 menyajikan jumlah pengangguran provinsi bali menurut kabupaten/kota.

Tabel 1.1  
Jumlah Pengangguran Provinsi Bali Menurut Kabupaten/Kota

Kabupaten/Kota	Jumlah Pengangguran Tahun 2023
Kabupaten Buleleng	17.051
Kota Denpasar	12.379
Kabupaten Gianyar	9.687
Kabupaten Badung	9.080
Kabupaten Karangasem	8.602
Kabupaten Tabanan	7.520
Kabupaten Jembrana	5.106
Kabupaten Klungkung	1.698
Kabupaten Bangli	1.298

Sumber : Badan Pusat Statistik Bali periode Agustus 2023

Berdasarkan Tabel 1.1, diketahui bahwa Kabupaten Buleleng merupakan kabupaten yang memiliki jumlah pengangguran tertinggi. Kabupaten Buleleng merupakan kabupaten yang terletak di bagian utara pulau Bali dan memanjang dari barat ke timur pulau Bali. Berdasarkan data yang diperoleh, masalah pengangguran masih harus mendapat perhatian serius dari pemerintah Kabupaten Buleleng. Tingginya jumlah pengangguran dapat menyebabkan meningkatnya angka kemiskinan dan hal tersebut dapat berdampak pada turunnya tingkat kesejahteraan masyarakat. Tabel 1.2 menyajikan data pengangguran Kabupaten Buleleng yang dikelompokan berdasarkan usia.

Tabel 1.2  
Jumlah Pengangguran Kabupaten Buleleng Berdasarkan Usia

Rentang Usia	Jumlah Pengangguran
15–19 tahun	2.746
20–24 tahun	4.891
25–29 tahun	2.875

Rentang Usia	Jumlah Pengangguran
30–34 tahun	2.404
35–39 tahun	654
40–44 tahun	177
45–49 tahun	242
50–54 tahun	389
55–60 tahun	0
60+ tahun	2.673

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2024)

Berdasarkan pada Tabel 1.2, dapat diketahui bahwa sebagian besar pengangguran berada pada kelompok usia muda dan produktif, dimana pada usia tersebut mayoritas orang sangat membutuhkan pekerjaan yang bisa menghasilkan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidup untuk dirinya sendiri maupun keluarga. Hal tersebut sejalan dengan hasil pra survei yang dilakukan penulis terhadap 45 responden. Hasil pra survei menunjukkan bahwa generasi Z yang sudah memiliki pekerjaan yaitu sebesar 11,1% dan sebanyak 88,9% belum memiliki pekerjaan. Angka pengangguran yang cukup tinggi salah satunya disebabkan oleh kurangnya minat calon karyawan dalam melamar pekerjaan pada suatu perusahaan. Ada beberapa faktor yang menyebabkan generasi Z belum memiliki pekerjaan yaitu belum menemukan perusahaan atau tempat kerja yang dirasa cocok dengan minat dan *passion*, ketatnya persaingan untuk mendapatkan pekerjaan, memiliki keinginan untuk berwirausaha, dan fokus untuk mengembangkan diri dengan melanjutkan pendidikan kembali.

Proses pencarian kerja di kalangan generasi Z dapat dipahami melalui teori *planned behavior*. Teori ini menggaris bawahi bahwa niat untuk melakukan suatu tindakan, termasuk melamar pekerjaan, dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Persepsi mengenai keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan, serta nilai-nilai perusahaan

yang selaras dengan keyakinan, dapat memengaruhi sikap terhadap suatu lowongan pekerjaan. Selain itu, norma subjektif yang terbentuk dari lingkungan sosial, seperti teman sebaya atau keluarga, juga berperan penting dalam membentuk ekspektasi dan aspirasi karirnya. *Perceived behavioral control* mengacu pada sejauh mana individu percaya bahwa dalam dirinya memiliki kemampuan dan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu.

Teori *planned behavior* didasarkan atas pendekatan terhadap keyakinan (*beliefs*) yang dapat mendorong individu untuk melakukan perilaku tertentu. Pendekatan terhadap keyakinan (*beliefs*) dilakukan dengan mengasosiasikan berbagai karakteristik, kualitas, dan atribut berdasarkan informasi yang telah dimiliki, kemudian secara otomatis akan terbentuk intensi untuk berperilaku. Dalam *teori planned behavior* menjelaskan tentang alur bagaimana seseorang tersebut dalam menciptakan keyakinan akan niat mencari pekerjaan. Dimulai dari bagaimana sikap dalam melihat suatu lowongan, dilanjutkan dengan bagaimana pandangan orang sekitar terhadap suatu hal tersebut dan bagaimana kontrol persepsi tersebut dipengaruhi oleh keyakinan seseorang terhadap suatu hal tersebut. Ketiga hal ini akan membentuk sebuah niat seseorang untuk mencari lowongan pekerjaan. Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa teori *planned behavior* menunjukkan reputasi perusahaan dan *e-recruitment* dapat memengaruhi ketiga komponen ini. Reputasi perusahaan yang baik dapat membentuk sikap positif calon pelamar, sementara proses rekrutmen yang efisien dan transparan dapat meningkatkan *perceived behavioral control* calon pelamar pekerjaan.

Sebuah perusahaan membutuhkan strategi yang unggul guna menarik minat para calon karyawan yang berkualitas agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan

perusahaan. Aspek-aspek manajemen sumber daya manusia penting untuk diperhatikan oleh suatu perusahaan untuk dapat menarik minat calon pelamar pekerjaan. Menurut Barber (1998), minat melamar pekerjaan merupakan suatu aktivitas ketertarikan mempunyai pekerjaan dimulai dengan mencari informasi mengenai deskripsi pekerjaan yang sedang dibuka oleh perusahaan didasari oleh informasi-informasi yang didapat tersebut, pelamar kerja kemudian memutuskan pilihan kemudian menentukan suatu keputusan untuk memilih perusahaan. Menurut Cannaby (2018), minat melamar pekerjaan merupakan suatu keinginan dalam diri individu terhadap suatu pekerjaan dengan menunjukkan suatu upaya mencari informasi lowongan pekerjaan dari beberapa perusahaan untuk pengambilan keputusan agar mendapatkan pekerjaan yang diinginkan.

Terdapat berbagai faktor yang memengaruhi minat melamar kerja. Menurut Dewi Kholifah et al., (2023), minat melamar kerja dipengaruhi oleh faktor reputasi perusahaan, deskripsi pekerjaan dan *e-recruitment*. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Hayomi & Suharmono (2024) menyatakan bahwa faktor yang memengaruhi minat melamar kerja yaitu *e-recruitment*, reputasi perusahaan dan kompensasi. Penelitian yang dilakukan oleh Ananda dan Santosa (2024), faktor yang memengaruhi minat melamar kerja yaitu *e-recruitment*, media sosial dan *employer branding*. Dari berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa banyak faktor yang memengaruhi minat melamar kerja. Pada penelitian ini hanya akan menggunakan variabel reputasi perusahaan dan *e-recruitment* sebagai variabel bebas, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Handi dan Safitri (2023) yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan dan *e-recruitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja.

Salah satu faktor yang akan memengaruhi keinginan pencari kerja dalam memperoleh pekerjaan adalah reputasi perusahaan. Menurut Fombrun (1996), reputasi perusahaan adalah persepsi dari masing-masing stakeholder secara keseluruhan mengenai proses yang dilakukan perusahaan. Williamson (2010) mendefinisikan reputasi perusahaan adalah penilaian dari stakeholder terhadap perusahaan dilihat dari kinerja perusahaan. Para calon pelamar sering mempertimbangkan beberapa perusahaan lewat reputasinya ketika akan melamar suatu pekerjaan. Menurut Alniacik et al., (2012) keinginan melamar seseorang bergantung pada perspektif calon pelamar terhadap perusahaan.

Reputasi perusahaan merupakan citra atau persepsi yang dimiliki oleh masyarakat terhadap suatu perusahaan berdasarkan pengalaman atau informasi yang diterima. Reputasi perusahaan dapat memengaruhi minat generasi Z dalam melamar kerja karena generasi ini cenderung mencari perusahaan yang dianggap memiliki reputasi bagus, etika kerja yang baik, dan nilai-nilai yang sejalan dengan kepribadiannya. Dengan demikian, reputasi perusahaan tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran untuk menarik pelanggan, tetapi juga sebagai alat untuk menarik talenta terbaik.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menguji pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi *et al.*, (2023) menyatakan bahwa reputasi perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Handi dan Safitri (2023) yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja. Hasil ini didukung oleh pra survei yang telah dilakukan peneliti yang menunjukkan sebanyak 13 orang generasi

Z “sangat setuju” pada pernyataan “perusahaan tempat saya ingin bekerja memiliki kinerja dan nilai perusahaan yang baik”. sebanyak 24 orang menyatakan “setuju” dan 8 orang menyatakan “netral”. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrianti dan Hendratmoko (2022), Alifa dan Sarasi (2023) yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Hasil yang sama juga didapat dari penelitian yang dilakukan oleh Gupta dan Saini (2020) yang menyatakan bahwa tidak semua elemen dalam reputasi perusahaan dapat berpengaruh terhadap tingginya minat melamar kerja.

Selain reputasi perusahaan sistem perekrutan berbasis *e-recruitment* juga menjadi salah satu faktor untuk menarik minat melamar pekerjaan. Di era saat ini, kemajuan teknologi membuka akses informasi yang luas bagi para pencari kerja. Berbagai *platform* daring menyediakan informasi lowongan pekerjaan yang dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja yang terhubung dengan internet. Kemudahan akses ini memberikan keuntungan bagi para pencari kerja dalam mencari dan melamar pekerjaan di perusahaan yang diinginkan. Selain itu, kemudahan akses untuk mencari pekerjaan di berbagai media, dapat menumbuhkan rasa ketertarikan bagi para pencari kerja untuk melamar pekerjaan. Calon karyawan cenderung menyukai hal yang praktis dalam perekrutan, mudah dan tidak rumit.

Rumangkit dan Aditya (2018) menyatakan bahwa salah satu sarana yang dapat digunakan perusahaan untuk menarik minat pelamar kerja adalah melalui proses *e-recruitment*. Rahmawati dan Ratnasari (2021) mendefinisikan *e-recruitment* merupakan iklan lowongan kerja berbasis daring yang digunakan untuk menarik para pelamar kerja. *E-recruitment* adalah proses perekrutan karyawan yang

memanfaatkan teknologi elektronik, khususnya internet. Puri dan Wisnu (2020) menjelaskan bahwa *e-recruitment* dapat dilakukan melalui berbagai *platform* seperti website perusahaan, media sosial, dan aplikasi. Semakin mudah penggunaan situs *e-recruitment* maka akan meningkatkan keinginan melamar pekerjaan pada calon karyawan.

Beberapa penelitian sebelumnya, menguji hubungan *e-recruitment* dan minat melamar kerja yang mana hasilnya menunjukkan bahwa *e-recruitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja. Penelitian yang dilakukan oleh Cahyo dan Waskito (2022) menyatakan bahwa *e-recruitment* berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja. Calon karyawan cenderung menyukai hal yang praktis dalam perekrutan, mudah dan tidak rumit. Hal tersebut sangat cocok dengan karakteristik generasi Z yang suka dengan hal instan. Hal ini didukung oleh hasil pra survei yang menunjukkan sebanyak 12 orang generasi z “sangat setuju” dengan pernyataan “rekrutmen berbasis daring dapat meningkatkan minat melamar kerja saya”. Kemudian, sebanyak 24 orang menyatakan “setuju”, sebanyak 8 orang menyatakan netral, dan hanya satu orang menyatakan “tidak setuju”. Namun penelitian Rahmawati dan Ratnasari (2021) menemukan hal yang berbeda, yang mana penelitiannya menemukan hasil bahwa rekrutmen daring tidak berpengaruh signifikan terhadap niat melamar pekerjaan. Ekhsan (2022) juga menyatakan bahwa *e-recruitment* tidak berpengaruh secara langsung terhadap *interest in applying for a job*.

Berdasarkan atas fenomena dan kesenjangan penelitian terdahulu mengenai pengaruh reputasi perusahaan dan *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja yang memperlihatkan hasil yang tidak konsisten pada hubungan antar variabel.

Maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Reputasi Perusahaan dan *E-Recruitment* terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Z Kabupaten Buleleng”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis, maka dapat diidentifikasi permasalahannya, yaitu sebagai berikut.

1. Tingkat pengangguran Kabupaten Buleleng tertinggi di Provinsi Bali.
2. Generasi Z sudah mulai terjun ke dunia kerja dan banyak pengangguran termasuk kategori generasi Z.
3. Generasi Z memiliki karakteristik dan perspektif kerja yang berbeda dengan generasi sebelumnya.
4. Adanya gap/kesenjangan hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh reputasi perusahaan dan *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat membahas secara tuntas mengenai permasalahan yang terjadi dan mampu mencapai tujuan yang diharapkan, maka penulis melakukan pembatasan masalah dengan memfokuskan penelitian sebagai berikut.

1. Variabel penelitian hanya terdiri dari tiga variabel yaitu variabel reputasi perusahaan dan *e-recruitment* sebagai variabel bebas, dan minat melamar kerja sebagai variabel terikat.
2. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Buleleng dengan subjek penelitian yaitu

generasi Z yang sedang atau akan melamar pekerjaan.

#### 1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian, identifikasi masalah penelitian, dan pembatasan masalah, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah reputasi perusahaan berpengaruh terhadap minat melamar kerja Generasi Z Kabupaten Buleleng?
2. Apakah *e-recruitment* berpengaruh terhadap minat melamar kerja Generasi Z Kabupaten Buleleng?
3. Apakah reputasi perusahaan dan *e-recruitment* berpengaruh terhadap minat melamar kerja Generasi Z Kabupaten Buleleng?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menguji pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja generasi Z Kabupaten Buleleng.
2. Menguji pengaruh *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja generasi Z Kabupaten Buleleng.
3. Menguji pengaruh reputasi perusahaan dan *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja generasi Z Kabupaten Buleleng.

## 1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi pengembangan ilmu manajemen sumber daya manusia serta bisa dijadikan sebagai sumber referensi penelitian yang akan dilakukan di masa yang akan datang tentang pengaruh reputasi perusahaan dan *e- recruitment* terhadap minat melamar kerja generasi Z Kabupaten Buleleng.

### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perusahaan dalam menentukan strategi rekrutmen yang sesuai dengan calon karyawan generasi Z, sehingga perusahaan dapat meningkatkan peluang untuk mendapatkan pelamar yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan ketenagakerjaan yang lebih relevan dengan kebutuhan dan aspirasi generasi Z. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu generasi Z di Kabupaten Buleleng dalam memahami faktor- faktor yang perlu dipertimbangkan ketika mencari pekerjaan.