

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi digital telah mengalami kemajuan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan kita, termasuk dalam dunia rekrutmen (Andina et al., 2023). Proses perekrutan yang dulunya dilakukan secara konvensional, seperti melalui iklan di koran atau job fair, kini telah beralih ke sistem perekrutan digital (Manao et al., 2024). Pendekatan ini memanfaatkan saluran digital untuk menarik calon karyawan dan merupakan salah satu contoh nyata dari perubahan tersebut.

Dengan hadirnya Generasi Z, yakni kelompok demografi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan dikenal karena keterampilan mereka dalam menggunakan teknologi digital, hal ini menjadi isu yang terus berkembang dalam evolusi manajemen sumber daya manusia adalah kesenjangan antar generasi di tempat kerja (Teoh et al., 2020). Karakteristik Generasi Z sangat berbeda dari generasi sebelumnya, dan salah satu faktor utama yang memengaruhi hal ini adalah kemudahan akses informasi, terutama melalui internet (Yuliana Aise Hayomi, 2024). Akses ini telah membentuk keyakinan, pendapat, dan aspirasi mereka dalam kehidupan. Fenomena ini dapat menjadi tantangan bagi prosedur manajemen organisasi, terutama yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Karyawan merupakan sumber daya utama yang menjadi fokus strategi perusahaan.

Keberhasilan perusahaan dalam mengembangkan dan melaksanakan strategi bergantung pada kinerja tenaga kerjanya (Sangapan et al., 2022).

Saat ini, dunia kerja didominasi oleh generasi produktif, yaitu Generasi X dan Y, serta sejumlah anggota Generasi Z yang baru memasuki arena profesional (Hardiansyah et al., 2023). Minat untuk melamar pekerjaan mencerminkan keinginan calon karyawan untuk bergabung dengan perusahaan, yang meliputi pencarian posisi yang tepat serta pertimbangan berbagai aspek organisasi (Ananda & Santosa, 2024). Reputasi perusahaan menjadi salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi keputusan anggota Generasi Z dalam memilih pekerjaan (Purborini & Basid, 2022). Citra, integritas, dan nilai-nilai organisasi tercermin dari reputasi yang dimiliki perusahaan. Dalam proses pengambilan keputusan untuk melamar, anggota Generasi Z, yang dikenal lebih selektif dalam memilih pekerjaan, sering kali menimbang keselarasan antara cita-cita pribadi mereka dengan budaya perusahaan (Keh & Xie, 2020). Berbeda dengan generasi sebelumnya yang lebih fokus pada gaji dan keamanan kerja, Generasi Z lebih cenderung mempertimbangkan aspek lain seperti lingkungan kerja yang inklusif, peluang pengembangan diri, serta komitmen organisasi terhadap isu sosial dan lingkungan (Ananda & Santosa, 2024).

Selain reputasi perusahaan, kemunculan sistem *e-recruitment* juga telah menjadi inovasi penting dalam proses perekrutan, yang mampu menarik minat calon kandidat (Khan, 2021). *e-recruitment* merupakan platform untuk mengiklankan lowongan kerja secara daring agar dapat terhubung dengan calon

pelamar (Hardiansyah et al., 2023). Metode ini memiliki berbagai keuntungan, seperti efisiensi waktu, biaya yang lebih rendah, dan jangkauan yang lebih luas. Khususnya bagi para pencari kerja, terutama Generasi Z yang sangat akrab dengan kemudahan akses informasi, *e-recruitment* menjadi salah satu daya tarik utama dalam mencari lowongan pekerjaan yang sesuai (Ade Nursiyono & Makutaning Dewi, 2022).

Beberapa perusahaan telah menggunakan teknologi seperti Applicant Tracking Systems (ATS), chatbots, dan AI-based screening untuk efisiensi dan jangkauan yang lebih luas. Berdasarkan penelitian (Syahputra, 2022) mengungkapkan bahwa 65% responden Generasi Z merasa bahwa proses lamaran berbasis AI terlalu impersonal, tidak transparan, dan cenderung mengabaikan soft skills yang mereka nilai penting. Hal ini menjadi pertentangan meskipun Generasi Z sangat terampil dalam teknologi, mereka justru mengkritik sistem rekrutmen yang terlalu otomatis dan kurang manusiawi. Salah satu masalah utama yang dihadapi Generasi Z dalam *e-recruitment* adalah kurangnya umpan balik (feedback) setelah mengirim lamaran, kandidat Generasi Z kecewa karena tidak menerima konfirmasi atau penjelasan ketika lamaran mereka ditolak. Pengalaman negatif ini mengurangi kepercayaan mereka terhadap sistem rekrutmen digital dan berpotensi menurunkan minat melamar di perusahaan yang sama di masa depan. Selain itu, kompleksitas teknis seperti formulir lamaran yang panjang, persyaratan unggahan file yang membingungkan, atau glitches sistem.

Di masa depan, diperkirakan bahwa Generasi Z akan menyumbang sekitar sepertiga dari total angkatan kerja yang aktif di pasar tenaga kerja. Saat ini, sekitar 27,94% dari total penduduk Indonesia terdiri dari Generasi Z, yang sebagian besar berusia antara 8 hingga 27 tahun (Biro Pusat Statistik, 2023). Generasi Z yang telah terbiasa dengan gaya hidup digital di era teknologi saat ini memiliki kemampuan untuk mengakses informasi dan sumber daya tanpa batas. Oleh karena itu, partisipasi mereka sangat krusial untuk masa depan dunia kerja (Keh & Xie, 2020). Hal ini menunjukkan betapa pentingnya kemampuan Generasi Z dalam memanfaatkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan tempat kerja yang semakin terhubung secara global dan terdigitalisasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaporkan oleh (Ananda & Santosa, 2024) ditemukan perbedaan yang mencolok menunjukkan bahwa *e-recruitment* tidak memiliki pengaruh langsung terhadap minat melamar kerja. Namun, mereka menemukan bahwa *e-recruitment* memiliki pengaruh terhadap reputasi perusahaan, dan bahwa reputasi perusahaan memengaruhi minat melamar pekerjaan. Selain itu, mereka juga menemukan reputasi perusahaan dapat berfungsi sebagai mediator antara *e-recruitment* dan minat melamar kerja. Disisi lain hasil penelitian oleh (Yuliana Aise Hayomi, 2024) menunjukkan bahwa reputasi perusahaan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Perbedaan temuan antara kedua penelitian ini menandakan pentingnya dilakukannya penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi pengaruh *e-recruitment* serta reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, terdapat ruang bagi penelitian lanjutan. Perusahaan startup yang

bermunculan membawa budaya kerja yang berbeda, ditandai dengan kreativitas, inovasi, dinamisme, dan fleksibilitas. Hal ini menciptakan alternatif baru bagi generasi Z yang tengah mencari peluang kerja.

Bedasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh *E-Recruitment* Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Generasi Z Di Kota Bekasi”**



1.2 Rumusan masalah

Bedasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan masalah-masalah sebagai berikut:

1. Apakah *e-recruitment* berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada generasi z dikota bekasi.?
2. Apakah reputasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada generasi z dikota bekasi.?

1.3 Tujuan penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *e-recruitment* terhadap minat melamar pekerjaan pada generasi z dikota bekasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan pada generasi z dikota bekasi.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat penelitian karya ilmiah ini adalah:

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam melakukan riset yang berkaitan dengan *e-recruitment* dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan pada generasi Z.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi berbagai perusahaan, dalam memahami dampak reputasi perusahaan dan *e-recruitment* terhadap minat mahasiswa Generasi Z untuk melamar pekerjaan. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor ini, perusahaan dapat mengembangkan strategi perekrutan yang lebih efektif dan menarik bagi generasi Z.

3. Bagi ilmu pengetahuan

Manfaat ilmu pengetahuan dari penelitian ini adalah berguna untuk memecahkan masalah secara fungsional atau menjadi salah satu alternatif dalam menemukan solusi suatu permasalahan.

1.5 Batasan Penelitian

Pada penelitian ini penulis membatasi pada masalah pengaruh *e-recruitment* dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan pada generasi z dikota bekasi. .

1.6 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan..

BAB II TELAAH PUSTAKA

Bab ini menjelaskan ide-ide dasar yang dipakai menjadi landasan, referensi. Kerangka pemikiran juga dijelaskan dalam bab ini. Ide dan hipotesis penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini penulis menjelaskan desain penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel dan skala pengukurannya, serta metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan gambaran umum generasi z, pengujian data, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran yang berkaitan dengan hasil penelitian pada bab IV.

