

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bekerja merupakan suatu keharusan bagi setiap individu guna memenuhi kebutuhan sehari - hari. Seorang individu memutuskan untuk bekerja semata - mata bukan hanya untuk mendapatkan uang dan meraih prestasi yang menjadi target perusahaan namun yang tak kalah penting adalah untuk memperoleh keterampilan yang dapat meningkatkan kemampuan atau skill serta mendukung kemajuan individu melalui perkembangan skill yang berguna. Anoraga (2014) mengemukakan bahwa di dalam diri individu terdapat kebutuhan – kebutuhan yang kemudian akan memenuhi tujuan tertentu sehingga individu tersebut tergerak untuk melakukan kegiatan atau aktivitas yang disebut dengan bekerja Anoraga (2014).

Indonesia memiliki tingkat minat kerja pada *E-commerce* yang tinggi. *E-commerce* saat ini berkembang dengan sangat cepat karena adanya dukungan dengan munculnya webside dan banyaknya toko vitrtual bahkan mall digital ang menjual beragam kebutuhan masyarakat. Jika dibandingkan dengan transaksi ritel tradisional, konsumen biasanya memiliki lebih banyak informasidan harga yang lebih murah serta memastikan proses jual beli higga pengiriman yang cepat. *E-commerce* ini biasanya digunakan oleh atau produsen yang serius menjalankan bisnis dan mengalokasikan sumber daya untuk mengelola situs. Di Indonesia *e-commerce* yang paling diminati adalah Shopee dan Tokopedia.

Produk yang ditransaksikan dalam e-commerce kini semakin beragam. Era industri 4.0 akan banyak melahirkan produk-produk baru diberbagai bidang, kemudian pada *era society* 5.0 kehidupan masyarakat sudah berbasis pada teknologi digital dan transaksi online, sehingga *e-commerce* otomatis akan mentransaksikan produk yang beragam dalam memenuhi kebutuhan masyarakat secara online. Pertumbuhan perusahaan start-up akan meningkat secara signifikan. Karena era industri 4.0 dan *society* 5.0 akan melahirkan produk yang beragam dan transaksi bisnis yang semakin tinggi, kemudian kebutuhan akan produk juga semakin tinggi,

otomatis akan bermunculan perusahaan – perusahaan untuk memenuhi realita tersebut, sehingga akan memberi dampak pada terciptanya lapangan pekerjaan Hendarsyah (2019).

Salah satu perusahaan *e-commerce* di Indonesia yang memiliki jumlah karyawan yang cukup banyak adalah Shopee. Hingga kuartal ketiga tahun 2019, total karyawan Shopee sebanyak 3.225 orang dan terus bertambah. Selain itu, Shopee memiliki jumlah unduhan di *playstore* dan *appstore* terbanyak dibandingkan *e-commerce* lainnya Jayani (2019). Shopee Indonesia memiliki nilai-nilai yang mereka terapkan dalam menjalankan bisnisnya, yaitu *serve, adapt, run, commit, dan stay humble*. Berdasarkan 5 nilai tersebut, Shopee bertujuan melayani dan memenuhi kebutuhan para pelanggan, selalu menjadi terdepan dengan terus mengikuti perkembangan, dan memenuhi komitmen pada semua stakeholder termasuk karyawan. Hal tersebut menjadi hal yang menarik sehingga banyak anak muda zaman sekarang yang tertarik bekerja di *e-commerce*.

Di dunia kerja saat ini banyak pemberlakuan revitalisasi perusahaan dalam mengatur kinerja pekerjaanya, termasuk kebijakan jaminan tenaga kerja dan pemanfaatan teknologi untuk efektifitas dan efisiensi pekerjaan. Perusahaan kini bergerak dan berdaya guna dalam lingkungan yang sangat menuntut. Persaingan global yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk dapat memasang strategi kompetitif yang benar dan tepat dalam bersaing di lingkungan usahanya Kristiyanti (2012). Beberapa hal menjadi sangat krusial terkait keberhasilan maupun kegagalan suatu perusahaan, termasuk di dalamnya berkaitan dengan sumber daya terutama sumber daya manusia. Strategi yang perlu dilakukan adalah dengan mengelola dan mengorganisasikan seluruh sumber daya, termasuk sumber daya manusia. Semakin baik kualitas sumber daya manusia, maka perusahaan akan siap menghadapi gelombang kemajuan yang semakin pesat. Sumber Daya Manusia menjadi peran penting dalam proses pencapaian tujuannya, maka suatu perusahaan harus didukung dengan sumber daya manusia yang baik Minadaniati (2012).

Sumber Daya Manusia adalah aset perusahaan karena dapat menciptakan daya saing dan mewujudkan tujuan Cania (2016). Sebuah perusahaan tentu memiliki tujuan dengan fasilitas, sarana, dan prasarana yang berteknologi tinggi, namun tanpa dukungan tenaga kerja yang berkualitas saat ini maka

terdapat kemungkinan perusahaan akan sulit mencapai tujuan yang diinginkan. Jumlah angkatan kerja di Indonesia pada Februari 2022 mencapai 144,01 juta orang dibanding Februari 2021 sebanyak 139,81 juta orang. Jumlah penduduk yang bekerja pada Februari 2022 sebanyak 135,61 juta orang dan bertambah 4,55 juta orang jika dibandingkan dengan Februari 2021 (Direktorat Statistik Kependudukan dan Ketenagakerjaan, 2022). Tingkat usia produktif tenaga kerja berpengaruh terhadap pola pikir, daya kreatifitas dengan dukungan wawasan dan pengetahuan yang lebih tinggi terhadap pekerjaan. Mahasiswa merupakan individu yang termasuk ke dalam usia produktif tenaga kerja. Berdasarkan data tersebut dapat dipahami bahwa jumlah penduduk produktif kerja mengalami peningkatan setiap tahunnya. Realita tersebut menjadi suatu dorongan bagi para mahasiswa untuk dapat bersaing di tengah persaingan pasar tenaga kerja untuk mendapatkan perusahaan atau tempat kerja yang sesuai. Menurut Wulandari (2021) saat ini Indonesia memiliki laju pertumbuhan ekonomi digital yang pesat, ditambah dengan perkembangan jumlah penduduk yang meningkat, sehingga banyak bermunculan perusahaan start up. Data situs registrasi perusahaan rintisan menunjukkan bahwa Indonesia memiliki 2.074 perusahaan rintisan dan berhasil menempati posisi terbanyak kelima di dunia.

Kenyataan tersebut memperkuat bahwa saat ini diperlukan banyak tenaga kerja, di tengah persaingan global ini Pendidikan dan keahlian individu menjadi tolak ukur penting untuk memperoleh pekerjaan. Keberhasilan seseorang dalam suatu pekerjaan sangat ditentukan dengan bekal pendidikan dan keahlian apa yang dimiliki Wulandari (2021). Menurut laporan BPS tahun 2022, tenaga kerja dengan latar belakang atau lulusan pendidikan universitas hanya sebanyak 9,92% pada Februari 2022. Angka itu turun dibanding setahun sebelumnya, di mana tenaga kerja lulusan universitas masih 10,18% pada Februari 2021. Tenaga kerja lulusan SD, SMP, SMA, SMK, dan diploma juga menyusut pada periode yang sama. Di samping itu, tenaga kerja yang tidak pernah sekolah dan belum menamatkan sekolah dasar tercatat naik pada Februari 2022 dibanding setahun sebelumnya (Badan Pusat Statistik, 2022). Hal ini mengindikasikan kondisi industri dalam negeri yang lebih banyak mempergunakan tenaga kerja yang tidak terampil dan bukan lulusan S1. Hal tersebut juga dapat mempengaruhi kemajuan perusahaan.

Di pasar tenaga kerja kini terjadi krisis sumber daya manusia yang potensial, perusahaan perlu menciptakan gambaran yang menarik untuk menarik orang dengan keterampilan yang tepat. Para pekerja saat ini didominasi oleh milenial. Strategi yang digunakan oleh perusahaan akan gagal jika tidak mampu menganalisis dimensi yang dianggap penting untuk melamar ke suatu perusahaan. Persaingan di kampus juga sangat jelas. Kampus adalah sumber karyawan potensial, mahasiswa adalah sebagian besar tenaga kerja yang dipekerjakan oleh perusahaan. Perekrutan besar juga dilakukan di kampus-kampus maka sangat penting untuk menganalisis dimensi daya tarik perusahaan. Sharma (2019). Langkah awal yang menjadi keberhasilan sebuah perusahaan adalah proses rekrutmen Breugh (2012). Proses perekrutan kini sangat marak menggunakan sosial media. Perusahaan dapat menggunakan sosial media untuk menarik para pekerja potensial. Sosial media dapat digunakan sebagai alat komunikasi untuk mempromosikan perusahaan seperti *LinkedIn, Facebook, dan Youtube*.

Penggunaan sosial media yang benar dan tepat untuk mengkomunikasikan informasi perusahaan kemungkinan akan banyak menjangkau para pelamar Priyadarshini (2017). Pelamar terkhusus para mahasiswa memiliki minat dan kriteria tertentu terkait perusahaan yang ingin dilamar. Stigma masyarakat Indonesia menganggap bahwa mahasiswa dengan lulusan perguruan tinggi akan memiliki banyak tempat untuk dihargai, dan peluang kerja serta karir yang baik dibandingkan orang yang tidak berkuliah. Stigma seperti itu menjadikan dorongan bagi mahasiswa untuk dapat mendapatkan pekerjaan yang baik. Persaingan ketat dunia kerja saat ini menuntut mahasiswa sebagai calon pekerja potensial untuk memiliki planning yang matang dalam melamar pekerjaan, sesuai bakat kemampuan yang dimiliki, tentu didukung dengan gaji yang sesuai dan lingkungan kerja yang menarik. Mahasiswa apabila akan terjun ke dunia kerja harus mempertimbangkan pekerjaan yang menjadi minat. Minat merupakan suatu ketertarikan yang berasal dari dalam individu terhadap sesuatu hal yang diinginkan sesuai dengan kriteria individu tersebut. Menurut Netra (2015), minat melamar pekerjaan adalah sebuah ketertarikan individu untuk memperoleh pekerjaan dengan berbagai macam bentuk usaha mulai dari mencari lowongan, menentukan pilihan

hingga proses pengambilan keputusan untuk melamar di perusahaan yang diminati Netra (2015).

Pada dasarnya seorang mahasiswa memiliki tugas utama yaitu menjalani kegiatan akademik dan non akademik selama masa studinya di perguruan tinggi. Namun, di era sekarang ini mahasiswa tidak hanya berfokus pada perkuliahan saja, jika demikian mahasiswa akan kurang mendapatkan pengalaman. Beberapa mahasiswa di lingkungan akademis saat ini sebagian dari mahasiswa sudah ada yang bekerja, bahkan sedang mencari pekerjaan. Kini, dunia kerja tidak hanya menuntut individu untuk pintar, namun juga professional, inovatif, dan kreatif. Ditambah fenomena yang terlihat di lingkungan akademis saat ini, tampak para mahasiswa memiliki antusias yang tinggi akan melamar suatu pekerjaan. Bidang studi dalam bisnis dan ekonomika yang kemudian akan menghasilkan lulusan yang cocok dengan permasalahan yang ada sudah barang tentu memahami latar belakang dalam penelitian ini sehingga penelitian ini layak dilakukan di lingkungan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya. Pada penelitian Ha dan Luan (2018) persepsi mahasiswa dalam minat melamar pekerjaan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu *employer attractiveness* dan *social media use*, sehingga susunan model konseptual pada penelitian ini berfokus pada *employer attractiveness* dan *social media use* terhadap minat untuk mengajukan lamaran pekerjaan Ha dan Luan (2018). Hal ini membutuhkan penelitian lebih lanjut apakah *employer attractiveness* dan *social media use* memberikan pengaruh terhadap minat melamar pekerjaan terkhusus pada mahasiswa FBE UAJY. Berdasarkan fenomena yang sudah dijelaskan pada latar belakang, maka judul dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Daya Tarik Perusahaan dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang sebelumnya, sebuah perusahaan harus memiliki daya tarik untuk mendapatkan pekerja yang berkualitas guna menghadapi para kompetitor di tengah persaingan global. Para calon pekerja

memiliki kriteria dan tolak ukur tersendiri dalam memilih perusahaan yang dituju untuk bekerja yang memberikan banyak manfaat dan hal positif. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah *interesting value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan?
- 2) Apakah *social value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan?
- 3) Apakah *economic value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan?
- 4) Apakah *development value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan?
- 5) Apakah *application value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan?
- 6) Apakah penggunaan social media berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tarik perusahaan (*interesting value, social value, economic value, development value, application value*), penggunaan sosial media terhadap minat melamar pekerjaan
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis minat melamar pekerjaan mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Yogyakarta

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah diperlukan dalam penelitian ini agar penelitian lebih terarah dan memudahkan dalam pembedahan masalah sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Batasan masalah ini adalah variabel dalam penelitian ini terdiri dari

variabel independen daya tarik perusahaan (*interest value, social value, development value, economic value, applicant value*), penggunaan sosial media serta variabel dependen yaitu minat melamar pekerjaan Penelitian ini dibantu oleh penelitian terdahulu yang kemudian menjadi acuan utama, yaitu penelitian Ha dan Luan (2018) dengan judul *The effect of employer's attraction and social media on job application attention of senior students at pharmaceutical universities in Vietnam*. Penelitian tersebut mengupas tentang pengaruh lima dimensi daya tarik perusahaan dan penggunaan sosial media terhadap minat melamar pekerjaan. Penelitian ini memiliki kriteria pengambilan sampel yaitu mahasiswa atau mahasiswi telah menempuh minimal semester lima, mahasiswa atau mahasiswi yang telah memiliki pengalaman kerja dan mahasiswa atau mahasiswi yang berminat melamar pekerjaan baik sebelum maupun setelah lulus kuliah.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat – manfaat di bawah ini:

Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan menjadi sumber rujukan atau referensi penelitian dengan topik yang serupa
- 2) Dapat memberikan tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan bagi pembaca di dalam lingkup fakultas dan universitas

Manfaat Praktis

- 1) Dapat memberikan gambaran untuk perusahaan untuk menyusun strategi penerapan terkait daya tarik perusahaan dan penggunaan sosial media dalam menarik minat pelamar kerja
- 2) Penelitian ini diharapkan menjadi ruang bagi peneliti untuk mengembangkan kemampuan menulis karya ilmiah
- 3) Hasil dari penelitian ini dapat para mahasiswa yang memiliki minat melamar pekerjaan pada suatu perusahaan dalam menentukan tempat bekerja yang sesuai melalui pemahaman daya tarik perusahaan yang dibahas.

1.6.Sistematika Penulisan

Hasil penelitian ini dalam bentuk karya ilmiah dan ditulis menjadi lima bagian. Di bawah ini masing - masing bab dalam penelitian:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan dijelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini, dijelaskan mengenai teori yang memiliki relevansi dengan penelitian, menguraikan penelitian yang sudah ada sebelumnya dan menjadi acuan, menguraikan hipotesis, dan kerangka penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian menjelaskan tentang jenis penelitian, lingkup penelitian, sumber data, populasi, dan sampel yang dipakai dalam penelitian, teknik pengumpulan data, metode pengukuran data dan variabel.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini memaparkan hasil analisis serta pembahasan setelah proses pengumpulan dan analisis data.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisikan kesimpulan penelitian, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan saran – saran