

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang teori-teori berupa *employer attractiveness*, *employer prestige*, minat melamar pekerjaan, pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian. Teori ini akan menjadi acuan untuk melakukan penelitian.

#### **2.1 Employer Attractiveness**

*Employer Attractiveness* atau daya tarik perusahaan merupakan salah satu hal penting yang diperhatikan oleh pelamar. Menurut Berthon *et al.* (2005) manfaat yang ingin diperoleh calon karyawan dengan bekerja di suatu perusahaan merupakan daya tarik dari pemberi kerja. Daya tarik Perusahaan tercermin dalam pemikiran yang afektif dan sikap dari individu terhadap perusahaan tertentu sebagai tempat yang potensial untuk mendapatkan suatu pekerjaan (Highhouse *et al.*, 2005). Perusahaan yang memiliki daya tarik dan dapat mempengaruhi keinginan untuk melamar adalah nilai inovasi, psikologis, dan aplikasi (Sivertzen *et al.*, 2013). Semakin tinggi daya tarik perusahaan, semakin tinggi keinginan untuk melamar di perusahaan tersebut (Sivertzen *et al.*, 2013). Berdasarkan pemaparan diatas maka dapat diasumsikan bahwa daya tarik perusahaan yang memiliki manfaat dan nilai-nilai tinggi akan mempengaruhi dan meningkatkan tingkat keinginan calon pelamar untuk melamar di suatu perusahaan. Menurut Berthon *et al.* (2005) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *employer attractiveness* memiliki lima faktor, yaitu:

##### **1. Interest Value**

*Interest value* menilai sejauh mana seorang individu tertarik pada pemberi kerja yang menyediakan lingkungan kerja menarik, praktik kerja baru, serta dapat memanfaatkan kreativitas karyawannya untuk menghasilkan produk dan jasa berkualitas tinggi.

##### **2. Social Value**

*Social value* menilai sejauh mana seorang individu tertarik pada pemberi kerja yang dapat menyediakan lingkungan kerja menyenangkan, bahagia, serta memiliki hubungan kolega dan suasana tim yang baik.

##### **3. Economic Value**

*Economic value* menilai sejauh mana seorang individu tertarik pada pemberi kerja yang menawarkan gaji di atas rata-rata, paket kompensasi, keamanan kerja, dan peluang untuk promosi.

##### **4. Development Value**

*Development value* menilai sejauh mana seorang individu tertarik pada pemberi kerja yang memberikan pengakuan, harga dan kepercayaan diri, serta pengalaman untuk meningkatkan karir dan menjadi batu loncatan untuk pekerjaan di masa depan.

##### **5. Application Value**

*Application value* menilai sejauh mana seorang individu tertarik pada pemberi kerja yang memberikan karyawannya kesempatan untuk menerapkan yang telah dipelajari dan mengajari orang lain

dalam lingkungan yang berorientasi pada pelanggan dan kemanusiaan.

## 2.2 *Employer Prestige*

Prestise perusahaan sangat menjadi perhatian bagi pelamar, semakin baik prestise perusahaan, semakin banyak pelamar yang akan tertarik untuk melamar. Menurut Highhouse *et al.* (2003) prestise perusahaan didefinisikan sebagai sejauh mana suatu perusahaan itu dihormati. Uggerslev *et al.* (2012) mengidentifikasi prestise perusahaan sebagai prediktor kuat yang dapat mempengaruhi daya tarik pelamar untuk melamar di perusahaan tertentu. Prestise perusahaan diadaptasi dari Highhouse *et al.* (1998) yang dirancang untuk berfokus pada aspek-aspek perusahaan yang tunduk pada pengaruh sosial, seperti:

### (1) Reputasi

Menurut Sivertzen *et al.* (2013) reputasi perusahaan adalah kesatuan karakteristik secara sosial yang ditentukan oleh tindakan yang telah dilakukan perusahaan dan kemungkinan masa depan perusahaan. Keinginan melamar seseorang bergantung terhadap perspektif calon pelamar terhadap reputasi perusahaan (Alniacik *et al.*, 2012). Cara untuk mengukur reputasi perusahaan telah dikembangkan oleh Fombrun (1999) yang disebut *Reputation Quotient*. Adapun enam dimensi dari reputasi perusahaan menurut Fombrun *et al.* (2007), yaitu:

#### 1. Daya Tarik Emosional (*Emotional Appeal*)

Bagaimana perusahaan memiliki kepercayaan di masyarakat, seberapa banyak perusahaan disukai, dikagumi, dan dihormati.

#### 2. Produk dan Layanan (*Product and Services*)

Persepsi terhadap kualitas, inovasi, nilai, dan keandalan produk dan layanan perusahaan.

#### 3. Kinerja Keuangan (*Financial Performance*)

Memiliki catatan tentang profitabilitas, prospek, dan resiko perusahaan yang baik.

#### 4. Visi dan Kepemimpinan (*Vision and Leadership*)

Perusahaan memiliki pengelolaan yang baik dalam menunjukkan visi yang jelas dan kepemimpinan yang kuat.

#### 5. Lingkungan Tempat Kerja atau (*Workplace Environment*)

Seberapa baik perusahaan dikelola, cara kerjanya, dan kualitas karyawan sehingga memiliki manfaat (*good benefits*).

#### 6. Tanggung Jawab Sosial (*Social Responsibility*)

Persepsi perusahaan sebagai warga negara yang memiliki hubungan baik dengan masyarakat, karyawan, dan lingkungan.

### (2) Popularitas

Popularitas berasal dari kata populer, yang artinya dikenal dan disukai oleh banyak orang (Poerwadarminta, 2006).

### (3) Status

Status dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti keadaan atau kedudukan dalam hubungan masyarakat di sekelilingnya.

### 2.3 Minat Melamar Pekerjaan

Menurut Cannaby (2018) minat melamar pekerjaan merupakan suatu keinginan individu karena adanya ketertarikan terhadap suatu pekerjaan dengan mencari informasi lowongan pekerjaan dari beberapa perusahaan sebagai upaya untuk pengambilan keputusan agar mendapatkan pekerjaan yang diinginkan. Para pelamar kerja mempertimbangkan setiap perusahaan untuk dipilih berdasarkan daya tarik perusahaan tersebut. Semakin tinggi daya tarik perusahaan, semakin tinggi keinginan para pencari kerja untuk melamar. Perusahaan yang menarik akan memungkinkan dapat menarik minat sumber daya manusia yang berbakat dan sesuai dengan nilai-nilai yang diinginkan. Pencari kerja biasanya termotivasi untuk mengevaluasi perusahaan menggunakan semua informasi yang tersedia (Cable *et al.*, 2001). Menurut Barber (1998) minat melamar pekerjaan adalah suatu proses ketertarikan para pencari kerja untuk memiliki pekerjaan yang diawali dengan segala upaya pencarian informasi tentang lowongan pekerjaan, menentukan pilihan dan mengambil keputusan untuk menentukan perusahaan yang diinginkan. Beberapa indikator minat melamar pekerjaan menurut Barber (1998) dalam Permadi dan Netra (2015), yaitu:

1. **Kebutuhan Akan Pekerjaan**  
Pelamar kerja tertarik melamar pekerjaan ke perusahaan dikarenakan adanya suatu kebutuhan untuk menghasilkan pendapatan melalui pekerjaan.
2. **Pencarian Informasi Pekerjaan**  
Pelamar kerja mencari banyak informasi tentang lowongan pekerjaan yang disediakan oleh perusahaan.
3. **Penentuan Pilihan Pekerjaan**  
Pelamar kerja mempertimbangkan dan menentukan pilihan yang diinginkan melalui informasi lowongan pekerjaan yang didapatkan.
4. **Pembuatan Keputusan**  
Pelamar kerja membuat keputusan untuk melamar ke perusahaan berdasarkan minat dan bakat yang dimilikinya.

### 2.4 Hipotesis Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan Ayuningtyas (2016) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara daya tarik perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. Menurut Soeling *et al.* (2022) juga menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara daya tarik perusahaan dengan minat melamar pekerjaan. Sivertzen *et al.* (2013) menunjukkan hasil penelitian daya tarik perusahaan yang berpengaruh positif terhadap keinginan calon karyawan untuk melamar pekerjaan di perusahaan yang terkait. Perusahaan yang memiliki daya

tarik dan dapat mempengaruhi keinginan untuk melamar adalah nilai inovasi, psikologis, dan aplikasi. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, demikian hipotesis yang dapat diambil sebagai berikut:

**H1: *Employer attractiveness* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FBE UAJY untuk melamar pekerjaan.**

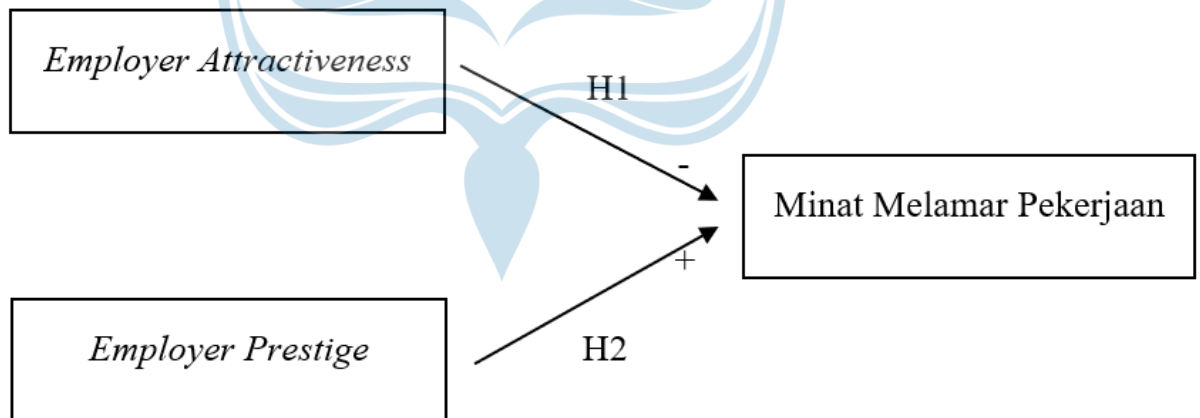
Hasil penelitian yang dilakukan Sivertzen *et al.* (2013) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara prestise perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. Hasil penelitian dari Susilo *et al.* (2022) menyatakan prestise perusahaan sangat mempengaruhi keinginan untuk melamar di perusahaan tersebut, dan akan merasa bangga ketika memiliki status bekerja di perusahaan yang prestisius. Selain itu, hasil penelitian Edwards (2010) dalam bidang psikologi menemukan bahwa ketika perusahaan memiliki prestise yang baik, maka karyawan potensial yang mengajukan lamaran kerja meningkat. Dengan demikian hipotesis yang dapat diambil sebagai berikut:

**H2: *Employer prestige* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FBE UAJY untuk melamar pekerjaan.**

## 2.5 Model Penelitian

Gambar Model Penelitian

**Gambar 2.1 Model Penelitian**



Sumber: *Journal of "Job Seekers' Perception of Green HRM"*

Berdasarkan model penelitian diatas, menunjukkan adanya hubungan antara *employer attractiveness* dan *employer prestige* sebagai variabel bebas terhadap minat melamar pekerjaan sebagai variabel terikat. Model penelitian ini diadaptasi dari jurnal yang berjudul "*Job Seekers' Perception of Green HRM*".

## PENELITIAN TERDAHULU

**Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu**

Employer Attractiveness	<p>Sivertzen <i>et al.</i> (2013) dalam penelitiannya yang menunjukkan dimensi daya tarik perusahaan (nilai inovasi, nilai psikologi, nilai aplikasi, dan nilai sosial) berpengaruh positif terhadap keinginan calon karyawan untuk melamar pekerjaan di perusahaan terkait.</p> <p>Ayuningstiyas (2016) dalam penelitian yang dilakukannya, membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara daya tarik terhadap minat melamar kerja.</p> <p>Soeling <i>et al.</i> (2022) juga menyatakan dalam penelitiannya ada pengaruh yang signifikan antara daya tarik perusahaan dengan minat melamar pekerjaan.</p>
Employer Prestige	<p>Highhouse <i>et al.</i> (2003) dalam penelitiannya membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara prestise perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan.</p> <p>Sivertzen <i>et al.</i> (2013) dalam penelitiannya membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara prestise perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan.</p> <p>Susilo <i>et al.</i> (2022) dalam penelitiannya mengatakan prestise suatu perusahaan sangat mempengaruhi keinginan untuk melamar di perusahaan tersebut, dan calon pelamar akan merasa bangga ketika memiliki status bekerja di perusahaan yang prestisius.</p>