

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada bulan Mei 2022, Badan Pusat Statistik (BPS) mengeluarkan hasil survei tentang Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Tahun 2022. Adapun hasil surveinya sebagai berikut:

Tabel 1.1. Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Tahun 2022

No.	Status Ketenagakerjaan	Usia	Jumlah	Persentase
1.	Penduduk usia kerja	15 tahun ke atas	209.420.383	76,07
2.	Angkatan kerja	15 tahun ke atas	143.722.644	68,63
	- Bekerja		135.296.713	94,14
	- Pengangguran		8.425.931	5,86
3.	Pengangguran	15 tahun ke atas		
	- Lulusan diploma		79.132	4,59
	- Lulusan universitas		430.209	4,80

Sumber: BPS (2022).

Data tersebut dikeluarkan BPS pada bulan Agustus tahun 2022 yang menunjukkan bahwa penduduk usia kerja berjumlah 209.420.383 jiwa dari jumlah penduduk Indonesia yaitu 275.286.496 jiwa. Sedangkan tingkat pengangguran terbuka lulusan diploma sebesar 4,59 persen atau setara dengan 79,132 orang dan lulusan universitas sebanyak 4,80 persen atau setara dengan 430.209 orang.

Di satu sisi, para lulusan perguruan tinggi memiliki preferensi dalam melamar perusahaan. Nehemia (2022) selaku *Head of Human Capital* di PT. Praweda Ciptakarsa Informatika menyatakan bahwa tidak jarang seorang lulusan perguruan tinggi memiliki ekspektasi untuk mendapatkan pekerjaan dengan gaji

tinggi, tetapi belum tentu memiliki kompetensi. Padahal perusahaan tidak hanya memandang almamater perguruan tinggi, tetapi juga kompetensinya. Di sisi lain, lapangan kerja terbatas akibat pandemi Covid-19 mengharuskan perusahaan memutus hubungan kerja dengan karyawan secara besar-besaran.

Sementara lulusan baru yang menunggu mendapatkan pekerjaan selalu bertambah setiap tahunnya. Survei Deka *Insight* bersama Job2Go mengenai Tren Minat dan Perilaku Pencari Kerja Indonesia di *Era New Normal* pada 17 Juli sampai 3 Agustus 2020 di wilayah Jabodetabek, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Medan, Denpasar, dan Makassar kepada 522 responden diikuti para pencari kerja dari lulusan SMA sederajat sebanyak 53%, lulusan sarjana sebanyak 34%, lulusan diploma sebanyak 11%, dan lulusan magister sebanyak 2%. Hasilnya 14% responden merupakan lulusan baru (*fresh graduate*) dan 12% mahasiswa tingkat akhir. Akibatnya para lulusan baru memenuhi pameran lowongan kerja. Dalam *27th Career Days UGM 2020* di *Jogja Expo Center* pada 29 Februari sampai 1 Maret 2020, para pencari kerja berminat pada perusahaan PT. Pertamina, Badan Pemeriksa Keuangan, Tokopedia, dan perusahaan multinasional seperti Google, Unilever, dan Shopee (Alika, 2020).

Sementara hasil survei BPS (2022) menunjukkan bahwa lapangan pekerjaan utama yang menyerap paling banyak tenaga kerja adalah (a) pertanian, kehutanan, dan perikanan; (b) perdagangan besar dan eceran; dan (c) industri pengolahan. Tentu ini menjadi perhatian serius bagi penyelenggara pendidikan tinggi dalam mendampingi para mahasiswa. Hasil survei *Deka Insight* bersama Job2Go (2020) memuat kecenderungan responden pada bidang pekerjaan sebagai berikut:

Tabel 1.2. Bidang Pekerjaan yang Diminati

No.	Bidang Pekerjaan	Persentase
1.	Keuangan	10
2.	<i>Food and beverages</i>	9
3.	<i>Market place &amp; e-commerce</i>	9
4.	Retail dan perdagangan	8
5.	Sumber daya manusia	6
6.	Pendidikan	5
7.	Media, periklanan dan penyiaran	5
8.	Teknologi informasi	4
9.	FMCG ( <i>fast-moving consumer goods</i> )	4

Sumber: Deka *Insight* (2020).

Data tersebut memperlihatkan bahwa para pencari kerja dari lulusan SMA sampai magister memilih pekerjaan keuangan, makanan dan minuman, serta *market place & e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee dan sebagainya. Para responden Deka *Insight* bersama Job2Go mempertimbangkan perusahaan sebagai tempat kerja adalah (1) profesi yang akan berkembang di masa depan; (2) gaji dan tunjangan yang memuaskan; dan (3) perusahaan tidak berdampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Dari pilihan para pencari kerja tampak bahwa perusahaan yang menarik adalah perusahaan yang beradaptasi dengan perkembangan teknologi (Igamo et al., 2020), sehingga membentuk citra sebagai tempat bekerja yang baik bagi pencari kerja. Citra yang baik dan diiringi dengan reputasi perusahaan telah menarik minat untuk bergabung. Sharma & Prasad (2018) menulis bahwa reputasi perusahaan memainkan peran penting bagi karyawan maupun calon karyawan sehingga mereka tertarik untuk melamar.

Selain itu, para calon karyawan tertarik pada perusahaan yang memberikan peluang berupa pengembangan profesional, tunjangan gaji, keamanan kerja,

keseimbangan hidup dan kerja (Obedat, 2019). Perusahaan seperti ini menjadi incaran calon karyawan, termasuk para mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Namun belum banyak literatur yang membahas reputasi dan daya tarik perusahaan menarik minat calon pekerja.

Sharma & Prasad (2018) membahas bagaimana *branding* perusahaan mempengaruhi minat mahasiswa untuk melamar, tetapi mereka berfokus pada mahasiswa di India. Sementara Obeidat (2019) membahas hubungan antara praktik manajemen sumber daya manusia, keinginan untuk berpindah, dan peran daya tarik organisasi. Sedangkan Santiago (2019) membahas tentang daya tarik *brand* dan niat untuk melamar pekerjaan dengan pertimbangan yang sangat positif pada kemajuan karir. Belum ada yang meneliti tentang pengaruh reputasi dan daya tarik perusahaan terhadap niat mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta melamar ke perusahaan.

Adapun perusahaan yang dipilih sebagai rujukan dalam penelitian ini adalah perusahaan *e-commerce* seperti pasar elektronik dan transaksi elektronik (Susanti, 2022), sebagaimana hasil survei Deka *Insight* tahun 2020. Dari tiga pilihan teratas para pencari kerja lulusan universitas, peneliti memilih dua perusahaan *e-commerce* yaitu Tokopedia dan Pertamina (Deka *Insight*, 2020). Tokopedia merupakan perusahaan swasta yang bergerak pada perdagangan elektronik (*e-commerce*) sejak tahun 2009. Sementara Pertamina merupakan perusahaan milik negara yang bergerak di bidang minyak dan gas. Pertamina mengembangkan usaha untuk beradaptasi dengan teknologi dan perdagangan elektronik (*e-*

*commerce*) melalui MyPertamina dan *e-money card* tahun 2016 (Latief, Syarief dan Hasbullah, 2019).

Di Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta, konsentrasinya mempelajari Manajemen Pemasaran, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi, Manajemen Operasi dan Sistem Informasi, Manajemen Keuangan, Manajemen Teknologi Informasi, dan Manajemen Umum yang berkaitan dengan pemasaran produk, pengelolaan organisasi, operasi dan informasi, keuangan, penguasaan teknologi, dan bidang manajemen secara umum. Peneliti melihat bahwa perusahaan Tokopedia dan Pertamina mengembangkan kebijakan strategis perusahaan yang mengikuti dan memanfaatkan perkembangan teknologi demi kemajuan perusahaan (Cheh, 2021; Rizkinaswara, 2019). Pengembangan kebijakan strategis perusahaan merupakan bagian dari strategi manajemen untuk mengembangkan perusahaan, merancang bisnis dan pemasaran (Armstrong, 2006).

Hal tersebut di atas, sejalan dengan apa yang diberikan kepada mahasiswa di Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta melalui berbagai mata kuliah yang mempelajari aspek manajemen, antara lain pemasaran, pengelolaan organisasi, operasional, perencanaan bisnis, sumber daya manusia dan lain sebagainya. Kesesuaian itulah, penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta tentang “Pengaruh Reputasi dan Daya Tarik Perusahaan terhadap Niat Untuk Melamar” dengan fokus pada dua perusahaan, yaitu Tokopedia dan Pertamina.

## 1.2. Rumusan Masalah

Ada beberapa rumusan masalah yang digunakan untuk melakukan kajian dan penelusuran lebih mendalam, yaitu:

1. Apakah reputasi perusahaan berpengaruh terhadap niat melamar perusahaan pada mahasiswa Program Studi Manajemen Atma Jaya Yogyakarta?
2. Apakah daya tarik perusahaan berpengaruh terhadap niat melamar perusahaan pada mahasiswa Program Studi Manajemen Atma Jaya Yogyakarta?

## 1.3. Batasan Masalah

Supaya penelitian ini lebih terfokus, maka peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa yang menjadi subjek penelitian adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta semester 6, 8 dan > 8, karena mereka hampir menyelesaikan pendidikannya dan mempersiapkan diri untuk masuk ke dalam dunia kerja.
2. Perusahaan yang dirujuk adalah *e-commerce* seperti Tokopedia dan Pertamina melalui MyPertamina dan *e-money card* (Deka Insight, 2020), karena menjadi tiga teratas pilihan para pencari kerja lulusan universitas.
3. Ada tiga variabel yang digunakan sebagai alat ukur penelitian (Sharma & Prasad, 2018), yaitu:
  - a. Awang & Jusoff (2009) dalam Sharma & Prasad (2018) mengemukakan bahwa reputasi perusahaan adalah perbuatan dan sebagainya yang

disebabkan oleh daya tarik emosional terhadap layanan, daya tarik emosional terhadap perusahaan, dan tanggung jawab sosial perusahaan.

- b. Highhouse et al., (2003) dalam Sharma & Prasad (2018) menjelaskan bahwa daya tarik perusahaan adalah daya pikat perusahaan karena manfaat fungsional, ekonomi dan psikologi dalam perusahaan tertentu.
- c. Chhabra & Sharma (2014) menyatakan bahwa niat melamar sebagai keinginan untuk bergabung dalam perusahaan yang disebabkan oleh faktor daya tarik perusahaan, prestasi perusahaan, dan perilaku kandidat mengejar majikan.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian dalam karya tulis ini sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh reputasi perusahaan terhadap niat melamar perusahaan pada mahasiswa Program Studi Manajemen Atma Jaya Yogyakarta.
2. Mengetahui pengaruh daya tarik perusahaan terhadap niat melamar perusahaan pada mahasiswa Program Studi Manajemen Atma Jaya Yogyakarta.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Program Studi Manajemen

Hasil penelitian ini harapannya bisa menjadi data dan informasi bagi Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta tentang

pengaruh reputasi dan daya tarik perusahaan terhadap niat untuk melamar. Data dan informasi ini juga bisa dijadikan sebagai pertimbangan ketika hendak membuat kebijakan atau program dalam membantu mahasiswa terhubung dengan perusahaan yang sesuai dengan minat dan ketertarikannya, serta mempersiapkan mahasiswa untuk bergabung ke perusahaan yang diminati.

## 2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi atau gambaran kepada perusahaan-perusahaan yang hendak merekrut atau memiliki sasaran pegawai atau karyawan dari lulusan sarjana, sehingga perusahaan bisa mempertimbangkan faktor-faktor yang membuat mahasiswa berminat untuk melamar ke perusahaan tersebut.

## 3. Bagi Penelitian Berikutnya

Penelitian ini hanya fokus pada pengaruh reputasi dan daya tarik perusahaan terhadap niat untuk melamar perusahaan dengan responden yang terbatas. Harapannya, penelitian ini bisa menjadi referensi untuk penelitian lain yang serupa tetapi dengan memperluas cakupan subjek penelitiannya.

### **1.6. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disusun ke dalam lima bab dengan rincian sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan. Di dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang penelitian, rumusan dan batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

2. Bab II Tinjauan Pustaka. Di dalam bab ini berisi tentang landasan teori yang berkaitan dengan teori yang digunakan sebagai basis analisis, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian.
3. Bab III Metode Penelitian. Di dalam bab ini diuraikan tentang lokasi penelitian, populasi dan sampel, metode pengambilan sampel, data dan sumber data, instrumen penelitian, metode pengujian instrumen, validitas dan reliabilitas, dan metode analisis data.
3. Bab IV Hasil dan Pembahasan. Bab ini berisi beberapa uraian, yaitu karakteristik responden, pengujian instrumen, statistik deskriptif, pengaruh reputasi dan daya tarik perusahaan terhadap niat untuk melamar. Semua aspek tersebut akan dibahas dan dianalisis secara komprehensif.
4. Bab V Penutup. Bab ini berisi kesimpulan, implikasi manajerial, dan saran untuk penelitian selanjutnya.