

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumber Daya Manusia memiliki arti keahlian terpadu yang meliputi daya pikir serta daya fisik pada setiap individu. Lebih jelasnya SDM merupakan suatu kemampuan pada setiap manusia yang ditentukan oleh daya pikir serta daya fisiknya. SDM atau manusia menjadi unsur yang sangat penting dalam berbagai kegiatan yang dilakukan. Meskipun peralatan yang ada cukup canggih, tanpa adanya SDM berkualitas hal tersebut tidak akan berarti apa-apa. Hal itu disebabkan karena Daya Pikir merupakan modal dasar yang dibawa sejak lahir, sedangkan keahlian dapat diperoleh dari usaha seperti belajar dan pelatihan menurut Hasibuan, 2003 (dalam LinovHR 2022).

Selain persaingan dalam mendapatkan keuntungan, sebuah perusahaan juga menghadapi persaingan untuk mendapatkan karyawan yang kompeten dibidangnya. Sumber daya manusia memiliki peranan penting untuk mencapai keunggulan kompetitif perusahaan. Dengan demikian berinvestasi kedalam sumber daya manusia melalui pengetahuan dan seleksi calon karyawan yang berkompoten sangat diperlukan oleh perusahaan. Jika sebuah perusahaan mampu menemukan dan mempertahankan karyawan kompeten lebih baik dari perusahaan yang lain, maka mereka memiliki keunggulan tersendiri (Silvertzen et al, 2013). Agar perusahaan mampu mendapatkan karyawan dengan

kompetensi yang diharapkan, maka perusahaan juga harus mengetahui hal-hal apa saja yang berpengaruh terhadap munculnya minat melamar pekerjaan.

Kompetisi untuk mendapatkan karyawan yang memiliki keterampilan terjadi karena minimnya ketersediaan seseorang yang memiliki keterampilan dan hal inilah yang memicu “*war of talents*” (Mosley, 2015). Kompetisi dalam mendapatkan karyawan berbakat sama sengitnya dengan kompetisi dalam mendapatkan pelanggan (Berthon, et al, 2005). Ketersediaan tenaga kerja dengan keterampilan yang tinggi akan terus mengalami penurunan hingga pada tahun 2020 (Dobbs, et al, 2012).

Saat ini, perusahaan berfokus pada pembangunan citra organisasi sebagai perusahaan potensial untuk tempat bekerja. Perhatian terhadap penciptaan merek perusahaan mulai digunakan sebagai dasar kegiatan proses rekrutmen karyawan dengan istilah merek perusahaan sebagai *employer brand* atau daya tarik perusahaan. *Employer brand* atau daya tarik perusahaan adalah serangkaian manfaat fungsional, ekonomis, dan psikologis yang disediakan oleh perusahaan tertentu (Siswanto, 2010). Derajat tingginya merek sebuah perusahaan bisa diukur melalui daya tarik perusahaan yang dimiliki (Silverzen et al, 2013). Pada penelitian oleh Berthon et al (2005), ada lima dimensi yang menjadi alasan seseorang tertarik pada suatu perusahaan. Kelima dimensi tersebut diidentifikasi ke dalam nilai inovasi, nilai sosial, nilai pengembangan, nilai ekonomi dan nilai aplikasi. Perusahaan ingin dipandang sebagai tempat yang menarik bagi calon karyawan (Lievens dan Highhouse, 2003). Ketika sebuah perusahaan dinilai menarik oleh calon pelamar maka akan

timbul keinginan untuk melamar ke perusahaan tersebut (Gomes dan Neves, 2010; Foster, 2010; Jiang dan Iles, 2011).

Dengan menjadi karyawan yang bekerja di perusahaan yang memiliki daya tarik perusahaan, karyawan merasa akan diberikan kesempatan untuk meningkatkan jenjang karir di masa yang akan datang. Sebagai contoh mantan karyawan yang bekerja di perusahaan yang sudah memiliki daya tarik perusahaan yang tinggi akan lebih mudah diterima di perusahaan lain dibandingkan mantan karyawan yang pernah bekerja di perusahaan yang belum memiliki daya tarik perusahaan. Namun, terdapat perbedaan hasil penelitian terhadap daya tarik perusahaan di berbagai negara. Di negara India, nilai sosial dan pengembangan merupakan dimensi paling mempengaruhi minat melamar pekerjaan (Saini et al, 2014). Sementara di Norwegia, daya tarik perusahaan yang memiliki pengaruh keinginan melamar adalah nilai inovasi, nilai psikologis dan nilai aplikasi (Silvertzen et al, 2013).

Selain dari *employer brand* atau daya tarik perusahaan, para calon pelamar sering mempertimbangkan beberapa perusahaan lewat reputasinya ketika akan melamar suatu pekerjaan. Keinginan melamar seseorang bergantung pada perspektif calon pelamar terhadap reputasi perusahaan (Alniacik et al, 2012). Seseorang yang menilai suatu perusahaan memiliki reputasi yang baik, maka niat melamar pada perusahaan tersebut semakin tinggi. Suatu perusahaan akan menjadi perusahaan idaman atau memiliki reputasi baik apabila memenuhi enam kriteria utama, yaitu *Emotional appeal* (Daya Tarik Emosional), *Product and Services* (Produk dan Layanan), *Vision*

and Leadership (Visi dan Kepemimpinan), *Workplace Environment, Social and Environmental Responsibility, Financial Performance* (Parreira dan Honours, 2007).

Pada penelitian terdahulu, ada perbedaan hasil mengenai reputasi perusahaan. Penelitian pertama menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh langsung terhadap keinginan untuk melamar (Alniacik et al, 2012; Saini et al, 2014). sementara penelitian kedua reputasi perusahaan merupakan variabel mediator antara daya tarik perusahaan dengan keinginan melamar (Silvertzen et al, 2013).

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur merupakan salah satu Perguruan Tinggi Negeri yang ada di Indonesia, lebih tepatnya berdiri di Kota Surabaya. Menurut *website* resmi dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Perguruan Tinggi Negeri ini memiliki 7 Fakultas dan 24 Program Studi untuk program Sarjana. Salah satu Program Studi yang terdapat di Perguruan Tinggi ini ialah Manajemen.

Manajemen merupakan salah satu jurusan yang berhasil menghasilkan lulusan Sarjana dengan rata-rata kurang lebih 250 orang setiap tahunnya. Dengan bekal gelar Sarjana dan ilmu yang telah didapatkan selama menyelesaikan program S1, tentu para lulusan ini dapat memiliki kesempatan untuk memilih beragam jalan karir yang tersedia seperti bekerja di perusahaan negeri atau swasta, berwirausaha, ataupun yang lainnya.

Tabel 1.1
Data Tracer Study Mahasiswa Manajemen UPN "Veteran" Jatim Angkatan
2012-2016

DATA TRACER STUDY MAHASISWA MANAJEMEN UPN "VETERAN" JATIM ANGKATAN 2012-2016									
NO.	BEKERJA	BELUM BEKERJA/SEDANG MENCARI PEKERJAAN	SUDAH RESIGN	BERWIRAUUSAHA	PENDIDIKAN (S2)	LAINNYA (FREELANCER)	TIDAK BEKERJA	TIDAK DIISI	TOTAL
1.	213	34	3	41	2	5	5	2	304

Sumber: Program Studi S1 Manajemen UPN "Veteran" Jawa Timur

Berdasarkan pada Data *Tracer Study* tersebut, lulusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Angkatan 2012-2016 lebih banyak yang memilih untuk bekerja di perusahaan/instansi ketimbang pilihan lain seperti berwirausaha, melanjutkan studi S2, ataupun pilhan-pilihan lainnya.

Disisi lain bukan hanya yang sudah bekerja di perusahaan saja, sebagai lulusan yang memilih untuk bekerja di perusahaan, masih ada sekitar 34 dari 304 data mahasiswa yang masih belum mendapat pekerjaan atau sedang menunggu panggilan kerja. Hal tersebut merupakan dampak dari persaingan kerja yang semakin lama semakin ketat karena jumlah pelamar yang jauh lebih banyak dibandingkan dengan jumlah lowongan pekerjaan yang tersedia pada perusahaan. Adapun Lulusan Manajemen UPN "Veteran" Jawa Timur yang memilih untuk tetap bersaing dengan jumlah pelamar yang banyak di setiap lowongan pekerjaan sebagai karyawan daripada beralih profesi atau memilih opsi karir lain pasca jenjang perkuliahan, merupakan hasil dari perusahaan yang memiliki daya tarik yang baik. Selain itu, reputasi perusahaan yang dianggap

baik oleh Lulusan Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur tentu memiliki persaingan yang ketat, dengan beragamnya sesi seleksi dan terbatasnya kuota yang diberikan pada setiap posisi yang dibuka saat *Open Recruitment* apabila dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memiliki reputasi baik.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat melamar pekerjaan pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Angkatan 2017 dan 2018, dan ingin melanjutkan penelitian terdahulu dengan mengadaptasi penelitian dari Rizqi Ariyanto , Kustini, 2021 dengan judul *Employer branding and employee value proposition: The key success of startup companies in attracting potential employee candidates*. Adapun dengan adanya beberapa dasaran tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti lebih mendalam tentang **“Pengaruh Daya Tarik Perusahaan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Angkatan 2017 & 2018”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini ialah:

1. Apakah daya tarik perusahaan berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Angkatan 2017 & 2018?

2. Apakah reputasi perusahaan berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Angkatan 2017 & 2018?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh signifikan daya tarik perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh signifikan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat untuk memberikan saran, masukan, dan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai sarana guna merencanakan atau mempersiapkan diri sebelum atau saat melamar suatu pekerjaan di sebuah perusahaan.

B. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran bagi kemajuan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen serta menjadi

referensi dan bahan penelitian untuk menambah literatur bagi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

C. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti yang lainnya sebagai bahan masukan maupun pertimbangan dan dapat dijadikan referensi yang akan mengadakan penelitian yang berhubungan dengan permasalahan sejenis.