

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

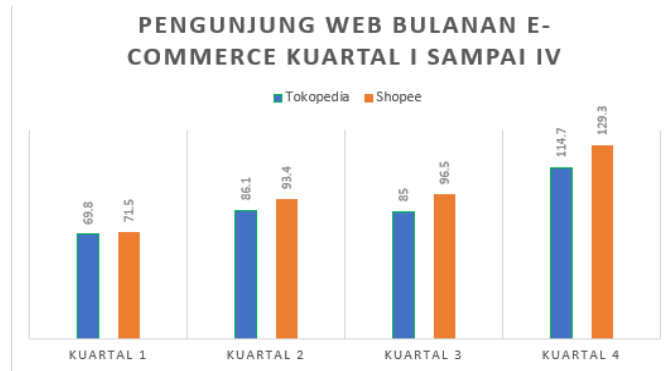
Di Indonesia *E-Commerce* sendiri dikenal pada tahun 1996 dengan berdirinya *Dyviacom Intrabumi* atau *D-Net* yang merupakan perintis transaksi online di Indonesia. Seiring berjalannya waktu *E-Commerce* di Indonesia mulai bermunculan pada tahun 1999 Andrew Darwis mendirikan sebuah forum yang bernama Kaskus menjadi forum jual beli dan disusul dengan *Bhinneka.com* yang menjadi tempat berjual beli online. Menyadari semakin bertumbuh dan berkembangnya transaksi online dengan sangat pesat, pemerintah Indonesia memutuskan untuk membuat draft UU *E-Commerce* (paper.id, 2019). Transaksi online ini sangat berkembang pesat dari tahun ke tahun.

Tokopedia berdiri pada tahun 2009 dan sekarang Tokopedia bertransformasi menjadi sebuah unicorn yang berpengaruh di Asia Tenggara. Tokopedia ikut mendukung para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan usaha perorangan untuk mengembangkan usaha mereka dengan memasarkan produk secara online. Shopee merupakan *E-Commerce* asal Singapura yang berdiri pada bulan Desember tahun 2015. Pada tahun kelima total unduhan aplikasi dari platform ini di *playstore* mencapai lebih dari 50 juta dan hal ini menjadi sebuah penanda bahwa jumlah pengguna di *E-Commerce* terus bertambah setiap harinya

(teknologi.id,2020).

Tokopedia membuka *job posting* di *website E-commerce* nya dan diluar *website* nya. Tokopedia membuka *job posting* sebanyak 71 dengan rentan gaji satu juta sampai tiga puluh lima juta rupiah. Banyak para *jobseekers* yang memberikan nilai pada *job posting* tersebut dan dapat disimpulkan bahwa Tokopedia adalah perusahaan yang memiliki *salary* yang memuaskan. tetapi untuk rentan usia dan *jobseekers* yang *apply* tidak ditampilkan dalam *job posting* (*job-like, 2021*).

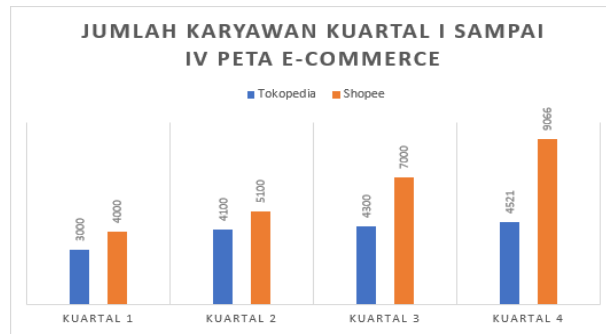
Sebagai perusahaan *E-Commerce* Tokopedia dan Shopee merupakan dua terbesar diIndonesia. Jika dilihat dari tahun kelahiran Shopee dan Tokopedia yang memiliki selisih jarak 6 tahun, seharusnya Tokopedia jauh lebih berkembang dan bertumbuh dibandingkan dengan Shopee yang baru muncul di tahun 2015, tetapi justru sebaliknya shopee berhasil menggeser Tokopedia dan menjadi *E-Commerce* tertinggi. Hal tersebut dapat dibuktikan dari grafik pengunjung bulanan *E-Commerce* pada tahun 2020 Kuartal I sampai IV.



Sumber: databoks.katadata.co.id, 2020

Gambar 1.1 Pengunjung Web Bulanan E-Commerce Kuartal I sampai IV

Pada kuartal I di tahun 2020 Shopee unggul pada urutan pertama dengan jumlah pengunjung web bulanan sebanyak 71,5 juta, sedangkan Tokopedia memiliki jumlah pengunjung sejumlah 69,8 juta. Pada kuartal ke II pada tahun 2020 pengunjung Shopee dan Tokopedia mulai bertambah dimana Shopee memiliki 93,4 juta pengunjung dan Tokopedia 86,1 juta pengunjung dan selain itu Shopee juga menjadi peringkat pertama di PlayStore dan AppStore. Pada kuartal ke III tahun 2020 Shopee masih memimpin sebagai *E-Commerce* yang memiliki pengunjung terbesar bulanan yaitu mencapai 96,5 juta dan posisi kedua ditempatkan oleh Tokopedia dengan jumlah pengunjung 85 juta. Pada kuartal terakhir yaitu kuartal IV Shopee tetap menduduki peringkat pertama dimana dengan pengunjung bulanan yang meningkat hingga 129,3 juta dan pada posisi kedua Tokopedia dengan jumlah pengunjung bulanan 114,7 juta. Dari kuartal I sampai IV 2020 Shopee berhasil bertahan pada urutan pertama.



Sumber: iprice.co.id, 2021

Gambar 1.2 Jumlah Karyawan Kuartal I sampai IV Peta *E-Commerce*

Tokopedia pada tahun 2016 memiliki karyawan sebanyak 700 orang dimana memiliki rata-rata usia antara 21 hingga 31 tahun (techinasia.com, 2016). Dari gambar di atas Tokopedia juga berhasil dikalahkan oleh Shopee dari jumlah karyawan pada Kuartal I sampai IV. Karyawan yang dimiliki oleh Shopee pada Kuartal I tahun 2020 yaitu 4.000 karyawan dan Tokopedia 3.000 karyawan, pada Kuartal II karyawan Shopee sebanyak 5.100 sedangkan Tokopedia 4.100. Kuartal ke III karyawan Shopee bertambah sangat cepat yaitu sebanyak 7.000 dan Tokopedia 4.300. Pada Kuartal ke IV karyawan Shopee tetap paling banyak yaitu 9.066 dan Tokopedia 4.521 karyawan.

Berdasarkan dari data diatas dari jumlah pengunjung, Shopee jauh unggul berdasarkan *brand attractiveness* dari pada Tokopedia dan hal ini sangat jauh berbeda dengan hasil dari *indepth interview* yang dilakukan oleh penulis bahwa 8 dari 10 jobseekers lebih memilih Tokopedia dibandingkan Shopee. Tokopedia memiliki website *E-Commerce* yang langsung terhubung dengan *job career*

sehingga memudahkan para *jobseekers* mendapatkan informasi mengenai lowongan pekerjaan dengan lengkap sedangkan Shopee memiliki *job career* tersendiri yang tidak terhubung dengan website *E-Commerce* sehingga para *jobseekers* harus membuka website yang berbeda.

Data diatas Shopee dan Tokopedia merupakan *E-Commerce* yang secara langsung dikunjungi langsung oleh para *jobseekers* di situsnya dan penulis menyimpulkan bahwa Shopee jauh lebih diunggulkan dibandingkan Tokopedia karena jumlah karyawan . *indepth interview* kepada 10 *jobseekers*, 8 dari mereka menyatakan bahwa mereka lebih memilih Tokopedia dibandingkan Shopee, hal ini membuat data yang dimiliki oleh Shopee dan *indepth interview* yang di tunjukan oleh penulis menunjukkan banyatakan bahwa adanya ketidaklarasan. Hasil dari *indepth interview* yang dilakukan kepada para *jobseekers* maka ada beberapa alasan mengapa mereka lebih memilih Tokopedia dibandingkan Shopee seperti lingkungan kerja yang lebih menantang serta Tokopedia memiliki nama khusus untuk para karyawan nya yaitu Nakama yang berarti teman dan mereka merasa bahwa gaji di Tokopedia diatas rata- rata sehingga mereka tertarik dengan Tokopedia.

Karyawan merupakan salah satu asset terpenting untuk perusahaan. Dengan adanya kepuasan yang dirasakan oleh karyawan maka karyawan juga akan memberikan yang terbaik bagi perusahaan. Perusahaan juga memerlukan karyawan baru untuk mendapatkan inovasi, kreativitas dan ide-ide yang baru

yang akan membuat perusahaan terus berkembang. Karyawan juga harus dikembangkan agar dapat mencapai tujuan perusahaan (jurnal.id, 2017).



Sumber: jobstreet.com, 2019

Gambar 1.3 Survei Gaji

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *jobstreet.com* ada lima hal yang harus diperhatikan oleh *jobseekers* saat melihat lowongan pekerjaan yaitu nama perusahaan, keuntungan, gaji, uraian kerja dan lokasi kerja. Berdasarkan survei tersebut 33.14% para *jobseekers* menyatakan bahwa gaji merupakan hal yang paling utama yang mereka lihat ketika mencari pekerjaan. Penulis juga telah melakukan indepth interview kepada para *jobseekers* dan 7 dari 10 menyebutkan bahwa gaji merupakan salah satu faktor pendorong ketika mencari pekerjaan.

Tokopedia membuka lamaran kerja yang dimulai dari *fresh graduate* sampai umur 31 tahun dan dapat dikategorikan sebagai generasi milenial. Rata-rata gaji yang diberikan oleh Tokopedia berkisar dari satu juta hingga tiga puluh lima juta perbulan. Generasi milenial merujuk kepada orang-orang yang lahir

diawal tahun 1980 hingga pertengahan tahun 1990 dan awal tahun 2000. Pada tahun 2019 Nielsen Media Research mendefinisikan bahwa milenial sebagai orang dewasa yang memiliki usia antara 22 sampai 38 tahun. Generasi milenial terkadang juga disebut *Encho Boomers* karena keturunan dari generasi *Baby Boomer* karena adanya kenaikan angka kelahiran yang sangat signifikan diawal tahun 1980 hingga tahun 1990 (suara.com, 2020).

Generasi milenial memiliki pikiran yang terbuka sehingga mereka sangat menyukai perubahan dan hal yang baru dalam dunia kerja, sehingga mereka diberikan label kutu loncat karena mereka sering kali berpindah tempat kerja dalam jangka waktu yang singkat dan hal tersebut membuat pengalaman lebih banyak diusia muda. Generasi milenial juga sangat mudah beradaptasi disuatu lingkungan kerja yang baru. Generasi milenial juga suka memanfaatkan teknologi dalam dunia kerja (glints.com, 2020).

Penulis memilih generasi milenial sebagai subjek karena mendukung budaya perusahaan startup *E-Commerce* karena generasi ini sangat senang melakukan perubahan sehingga bisa mendorong perusahaan untuk berkembang dan memberikan inovasi-inovasi baru. Maka dari itu judul penelitian ini adalah “ANALISIS PENGARUH VALUE OF INTEREST, SOSIAL VALUE dan ECONOMIC VALUE TERHADAP INTENTION TO SUBMIT A JOB APPLICATION THE ORGANIZATION PADA PERUSAHAAN E-COMMERCE TOKOPEDIA: TELAHAH PADA JOB SEEKERS di

JABODEKTABEK”

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang penelitian dan terdapat fenomena yang menjelaskan bahwa *E-Commerce* sangat diminati oleh *job seekers* khususnya pada generasi milenial yang dikarenakan beberapa faktor yang menjadi sebuah daya Tarik.

Hasil dari *indepth interview* menunjukkan bahwa minat, lingkungan kerja dan gaji menjadi sebuah alasan utama tersebut untuk melamar disebuah perusahaan. Sehingga perlu dianalisis apakah hal tersebut dapat mendorong *intentions to submit a job application to the organization*. Penulis merumuskan permasalahan yang diangkat menjadi pertanyaan penelitian, sebagai berikut:

1. Apakah *value of interest* memiliki pengaruh positif terhadap *intentions to apply E-Commerce tokopedia*?
2. Apakah *social value* memiliki pengaruh positif terhadap terhadap *intentions to apply E-Commerce tokopedia*?
3. Apakah *economic value* memiliki pengaruh positif terhadap terhadap *intentions to apply E-Commerce tokopedia*?

1.3 Batasan penelitian

Penulis memberikan batasan ruang lingkup penelitian untuk

mempermudah penulis dalam melakukan penelitian sebagai berikut:

1. Responden pada penelitian ini merupakan para pencari kerja yang sudah menyelesaikan Pendidikan sarjana (S1) maupun yang sedang atau telah menyelesaikan tugas akhir yang berada di wilayah Jabodetabek.
2. Variable yang akan diteliti adalah *Value of Interest*, *Social Value*, *Economic value* dan *Intention to apply*.
3. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner secara online.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *value of interest* terhadap *intentions to apply* pada *E-Commerce* Tokopedia.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *social value* terhadap *intentions to apply* pada *E-Commerce* Tokopedia.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *economic value* terhadap *intentions to apply* pada *E-Commerce* Tokopedia.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan sebuah manfaat untuk memperkaya ilmu terutama mengenai *Human Resource Management* dan memberikan pengetahuan serta informasi kepada pembaca terutama mengenai hubungan *value interest*, *social value* dan *economic value* terhadap *intentions to submit a job application to the organization*: telaah pada para pencari kerja di Jabodetabek

2. Manfaat Praktis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada perusahaan mengenai cara membangun *employer branding* yang baik agar *job seekers* berkualitas tertarik untuk melamar di perusahaan sehingga membuat reputasi perusahaan menjadi lebih baik lagi di mata masyarakat dan para pencari kerja.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi role model untuk perusahaan sejenis.

1. 6 Sistematika Penelitian

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini peneliti akan membahas mengenai latar belakang masalah dan fenomena yang sedang terjadi, rumusan masalah dan

pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Dalam bab ini berisikan landasan teori yang terkait dengan penelitian, tinjauan Pustaka, model penelitian, pengembangan hipotesa dan penelitian terdahulu.

BAB III Metodologi Penelitian

dalam bab ini berisikan gambaran umum dari objek penelitian yang terdiri atas sejarah perusahaan, visi, misi dan filosofi perusahaan, value perusahaan dan struktur organisasi. Selain itu terdapat juga sebuah Teknik dalam pengumpulan data mulai dari sumber dan cara pengumpulan data hingga metode pengumpulan data, periode penelitian, skala pengukuran, definisi operasional variable.

BAB IV Analisa dan Pembahasan

Dalam bab ini berisikan analisa dan pembahasan dari hasil penelitian serta deskripsi profil responden, berupa uji instrument pretest, uji instrument main test, uji hipotesis dan interpretasi hasil.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Dalam bab ini berisikan kesimpulan dari peneliti serta saran untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya.