

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

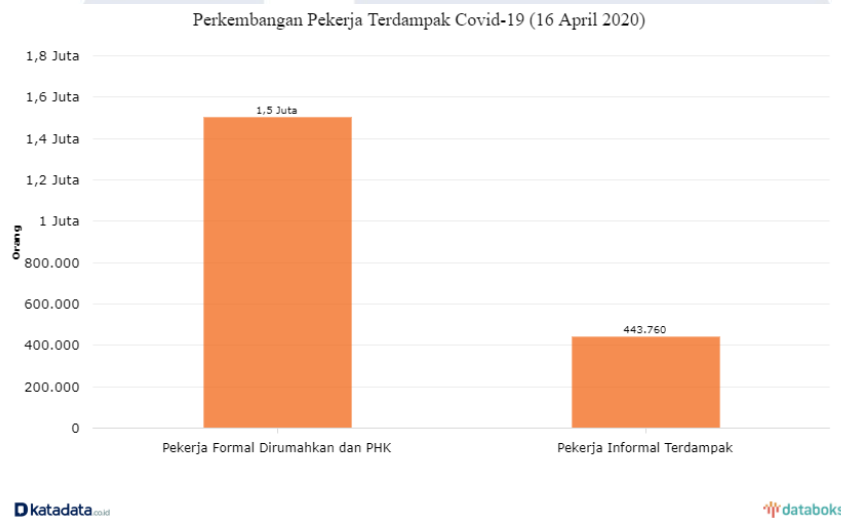
COVID-19 menciptakan kekacauan dan gangguan yang mengejutkan seluruh dunia dengan memengaruhi banyak negara dan jutaan nyawa di seluruh dunia. Organisasi menyaksikan salah satu krisis terburuk dalam sejarah dan bergulat untuk bertahan hidup. Tidak seperti banyak krisis lain yang telah disaksikan organisasi sejauh ini, COVID-19 telah membawa serangkaian tantangan dan dilema.

Di satu sisi, organisasi bergulat secara finansial karena penurunan besar-besaran dalam permintaan produk, kinerja perusahaan, dan penurunan tajam dalam investasi. Di mana pasti mengarah pada penurunan permintaan tenaga kerja dan penciptaan surplus tenaga kerja (Gunnigle et al., 2013).

Dengan kebutuhan yang bersamaan untuk pengurangan biaya untuk bertahan dari kesulitan keuangan, perusahaan dipaksa untuk membuat keputusan yang sulit seperti pengurangan dan pemutusan hubungan kerja. Di sisi lain, perusahaan penuh dengan memastikan kesehatan dan keselamatan karyawan mereka dan membatasi penyebaran virus, yang menyebabkan perubahan drastis dalam pengaturan kerja.

Pada tahun 2020, banyak perusahaan yang melakukan pengurangan dan pemutusan hubungan kerja (PHK). Pemutusan hubungan kerja adalah pemberhentian karyawan dari masa pekerjaan pada suatu organisasi (Jordan &

Zitek, 2012). Terdapat jutaan pekerja yang dirumahkan dari berbagai industri, sektor formal maupun sektor informal. Berikut perkembangan pekerja yang terdampak Covid-19.



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/04/21/hampir-2-juta-pekerja-kena-phk-dan-dirumahkan>

### Gambar 1. 1 Pekerja Terdampak Covid 2020

Dari grafik diatas, Direktorat Jenderal Pembinaan Hubungan Industrial dan Jaminan Sosial Tenaga Kerja Kementerian Ketenagakerjaan mencatat 1,94 juta pekerja dari 114.340 perusahaan yang terkena PHK dan dirumahkan. Lebih rinci, sebanyak 1.500.156 pekerja dari sektor formal yang berasal dari 83.546 perusahaan. Selain sektor formal, sektor informal juga terkena dampak. Pekerja yang terdampak sebanyak 443.760 orang yang berasal dari 30.794 perusahaan.

Dengan begitu, pandemi Covid-19 yang dimulai dari China dan menyebar dengan cepat ke seluruh dunia dalam waktu singkat, dapat dianggap sebagai

perjuangan dinamis yang memaksa semua individu dan organisasi untuk bertindak dengan strategi baru. Kebiasaan baru yang harus dilakukan setiap orang untuk menghindari penyebaran virus ini adalah *social distancing*. *Social distancing* mungkin diperlukan hingga tahun 2022 (Emmett Grames, 2020). Maka, perusahaan wajib melakukan perubahan kebijakan lingkungan kerja untuk menjaga jarak sosial bagi setiap individu.

Perkembangan kondisi pandemi Covid-19 di Indonesia sudah jauh membaik sehingga pemerintah memutuskan untuk melakukan pelonggaran sejumlah aktivitas masyarakat dan bersiap untuk masa transisi dari pandemi ke endemi. Maka, dampak Covid-19 membawa perubahan cara organisasi dalam merekrut calon karyawan. Organisasi harus melakukan perubahan manajemen pada masa transisi dari pandemi ke endemi.

Ketika keadaan mulai pulih dan organisasi mulai berjalan sesuai tujuan. Diperlukan peran *human capital* untuk memilih karyawan yang berpotensi dan berkualitas dengan melakukan proses rekrutmen. *Human capital* dapat menjadi sumber daya yang berharga secara kompetitif jika perusahaan dapat menggunakannya dengan baik (Moliterno & Nyberg, 2019).

Rekrutmen dan seleksi memiliki perbedaan tersendiri. Rekrutmen adalah proses pencarian calon kandidat potensial untuk posisi kerja (Brandão et al., 2019). Seperti menarik, menyaring dan memilih karyawan yang paling tepat dalam hal keterampilan, pengalaman dan kompetensi. Sedangkan, seleksi adalah proses

memilih dari sekelompok pelamar orang dengan kualifikasi terbaik setelah penilaian (Adjei-Bamfo et al., 2019). Sebelum melakukan rekrutmen, *human capital* melakukan *job posting* di berbagai platform media sosial. Dari media sosial profesional (LinkedIn, Jobstreet) dan non-profesional (Instagram, Facebook) dan sebagainya. Setelah mengunggah *job vacation* tersebut baru pihak *human capital* melakukan proses rekrutmen.

Saat ini sebagian besar kegiatan rekrutmen dilakukan melalui platform online. Tren ini telah menjadi “perbatasan rekrutmen baru” di era sekarang (Priyadarshini et al., 2017). Perekrutan berbasis web adalah sumber penting rekrutmen dalam lingkungan yang selalu berubah (ROSOIU & POPESCU, 2016) di mana inovasi yang muncul berkembang pesat (Petre et al., 2016).

*E-recruitment* atau internet rekrutmen memungkinkan perusahaan menggunakan berbagai solusi berbasis internet. Rekrutmen online telah berkembang pesat sejak kemunculan pertamanya pada awal internet (tahun 1994 dengan Monster.com). *E-recruitment* telah menjadi alat yang ampuh untuk menjangkau sebagian besar pelamar kerja di seluruh dunia. Penggunaan internet yang produktif untuk perekrutan telah mempermudah untuk mencari kandidat dan melakukan wawancara serta memproses dokumen terkait yang diperlukan untuk merekrut dan melatih kandidat.

Jumlah pencari kerja yang menggunakan metode perekrutan ini terus meningkat, dan portal rekrutmen elektronik (atau situs web karier) dan situs web

jejaring sosial sedang dilihat pertumbuhan yang signifikan (El Ouiridi et al., 2016). Meskipun perkembangan terakhir menganjurkan bahwa platform rekrutmen berbasis web menjadi semakin penting dalam menghasilkan kumpulan pelamar yang diperlukan, sedikit yang dipahami tentang bagaimana portal online memengaruhi pencari kerja niat untuk mencari dan melamar pekerjaan (Brandão et al., 2019).

Menurut (Courtney, 1989) menyatakan bahwa dengan adanya perekrutan online (*e-recruitment*) di internet melalui mesin pencari yang kuat, tenaga kerja telah menjadi target pasar yang sebenarnya, di mana tidak dikendalikan oleh masing-masing perusahaan, dan tidak dibatasi secara geografis dengan ribuan *resume* yang diposting setiap hari oleh pencari kerja ke situs perekrutan online.

Organisasi kecil sering menggunakan proses rekrutmen informal tanpa departemen *human capital*, sementara organisasi besar menggunakan prosedur rekrutmen formal yang sangat mahal dan memakan waktu (Phillips & Gully, 2013). Maka baru-baru ini diperkenalkan alat rekrutmen berbasis internet seperti papan pekerjaan online, online situs rekrutmen dan *social networking websites* (SNW) (Williams, 2013). *Social networking websites* adalah suatu media sosial seperti LinkedIn, Facebook, Instagram, Pinterest, YouTube (Thompson et al., 2008). Tren ini dikenal sebagai e-recruitment dan mengacu pada proses perekrutan talenta di Internet (Allden & Harris, 2013).

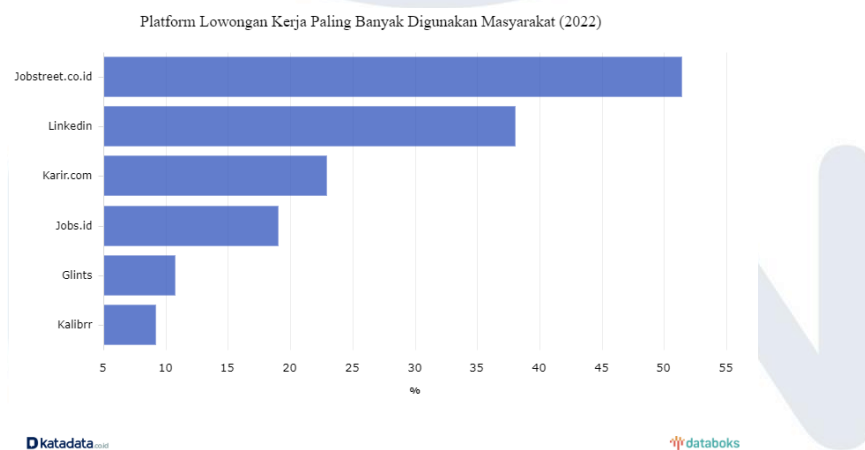
Setiap hari, semakin banyak individu dan perusahaan masuk dunia digital (misalnya Facebook, Instagram) atau untuk alasan profesional lainnya (misalnya LinkedIn). Tujuan dari media sosial (misalnya Facebook, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Instagram) harus menjangkau sebanyak mungkin individu dan membuat perusahaan dikenal. Tujuan ini sangat penting untuk tujuan perekrutan dan *branding* pemberi kerja (Melanthiou et al., 2015).

LinkedIn, Jobstreet, Glints, dan Indeed suatu *job portal* dimana para *job seeker* mencari peluang untuk melamar kerja. *Job seeker* diberikan banyak sekali pilihan perusahaan dan posisi jabatan yang ingin dilamar. Niat pencari kerja untuk secara aktif mengejar pekerjaan dan menghadiri wawancara kerja dalam sebuah organisasi adalah *job pursuit intention* (Jaidi et al., 2011). Maka peran *human capital* sangat penting bagi suatu perusahaan, khususnya meningkatkan pencari kerja untuk niat dan melamar pekerjaan di perusahaan (Tsai et al., 2014).

*Job Portal* merupakan hal yang menjajikan untuk mengidentifikasi dan merekrut kandidat potensial (Gearhart & Zhang, 2015). Setiap *job portal* memiliki perbedaan fitur, namun fungsi dan tujuannya sama untuk memudahkan pengguna. Perbedaan yang akan terlihat dari setiap *job portal* adalah kecepatan akses, kegunaan fitur yang ada, dan ciri khas yang dimiliki masing-masing *job portal*. Salah satu fitur pada *job portal* yaitu filter. Filter tersebut dapat diatur oleh *job seeker* dari mulai *industry*, *work location*, *specialization*, *salary*, dan sebagainya.

Di Indonesia terdapat banyak situs pencari kerja yang tersebar di internet. Namun, pelamar harus lebih berhati-hati dan cermat dalam memilih lowongan pekerjaan jangan sampai terjebak dalam lowongan kerja palsu. Sudah banyak korban yang telah dirugikan oleh lowongan kerja palsu. Di mana seharusnya pelamar mencari kerja untuk bisa memiliki dan meningkatkan penghasilan, justru ini sebaliknya mendapatkan kerugian sampai ditipu dengan tidak etis.

Dengan demikian, terdapat 10 rekomendasi *job portal* atau situs lowongan kerja terpercaya selama tahun 2022. *Job portal* tersebut antara lain Tech in Asia, LinkedIn, Jobstreet, Kalibrr, Glassdoor, Karir.com, 9cv9, Glints, Karirhub, dan Indeed. Tidak hanya itu, berikut terdapat 6 platform lowongan kerja yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia tahun 2022.



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/07/6-platform-lowongan-kerja-paling-banyak-digunakan-di-indonesia>

**Gambar 1. 2 Platform Lowongan Kerja 2022**



Dari hasil survei JakPat, platform lowongan kerja yang terbanyak digunakan oleh pencari kerja yakni Jobstreet dengan presentase sebanyak 51,4%. Pada peringkat kedua ditempati oleh LinkedIn sebagai platform pencari kerja yang paling banyak kedua digunakan dengan persentase sebesar 38%. Berikutnya, sebanyak 22,9% responden menggunakan Karier.com untuk mencari pekerjaan. Lalu, sebanyak 19% responden menggunakan Jobs.id sebagai platform pencari kerja yang paling sering digunakan. Ada pula sebanyak 10,7% responden yang menggunakan Glints untuk mencari lowongan kerja. Sementara, di urutan terakhir ada Kalibr yang digunakan oleh 9,2% responden. Survei tersebut dilakukan secara online terhadap 3.473 responden.

Pada tahun 2020, Glints membuat infografis mengenai tren rekrutmen selama pandemi Covid-19 yang berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Jobvite. Infografis ini memberikan gambaran kondisi pasar tenaga kerja dan beberapa fakta terkait rekrutmen yang berguna bagi *human capital*.







Sumber : <https://employers.glints.com/id-id/blog/infografis-tren-rekrutmen-selama-pandemi-covid-19/>

**Gambar 1. 3 Infografis Glints 2022**

Pada infografis diatas, menjelaskan bahwa tenaga kerja saat ini memiliki rasa kekhawatiran kehilangan pekerjaan lebih tinggi daripada sebelum pandemi. Hal ini menjadi wajar dikarenakan aktivitas perusahaan tidak dapat berjalan secara optimal selama pandemi. Selain itu, untuk efisiensi biaya perusahaan, banyak diantaranya melakukan pemutusan tenaga kerja (PHK). Data di atas juga menunjukkan bahwa 48% dari tenaga kerja tidak akan menolak jika ditawarkan kesempatan baru. Walaupun

memiliki kekhawatiran yang tinggi, tenaga kerja masih berani mengambil tantangan baru yang belum pasti apakah akan lebih memuaskan jika bekerja di sana.

Selain itu, berdasarkan survey yang dilakukan oleh DailySocial.id yang berkerja sama dengan Jakpat Mobile Survey Platform terhadap sejumlah 997 responden yang disampel proporsional dari populasi pengguna smartphone se-Indonesia. Beberapa temuan riset antara lain:

**Tabel 1. 1 Jakpat Mobile Survey Platform**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
Responden menyatakan sedang mencari pekerjaan baru.	67%
Responden menyatakan belum pernah mendengar situs-situs pekerjaan informal seperti tukangers.com dan maidium.id.	60.66%
Responden pernah menggunakan JobStreet dan 44.06% pernah menggunakan Karir.com.	60.06%

Pernah menggunakan WhatsApp Groups untuk mencari informasi lowongan.	52.11%
--	--------

Sumber : <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survei-situs-layanan-pencarian-kerja-2017>

Dari semua penjelasan diatas banyak faktor yang mempengaruhi pencari kerja untuk melamar. Strategi apa yang harus dibuat perusahaan agar dapat memikat pelamar. *Job portal* di Indonesia harus berbenah untuk memberikan kemudahan, kegunaan (*usability*), ketertarikan (*attractiveness*), inovasi (*innovativeness*) dan citra perusahaan (*company image*) yang baik untuk para *job seeker*.

Pelamar yang melamar di perusahaan Indonesia tidak hanya berasal dari dalam negeri, namun banyak yang juga berasal dari luar negeri. Dengan begitu terlihat betapa luasnya jangkauan rekrutmen dan persaingan yang ada di Indonesia. Semakin berkembangnya zaman, perusahaan harus meningkatkan kualitas rekrutmen berbasis teknologi.

Namun, ternyata masih terdapat masalah ketika melakukan rekrutmen di *job portal*. Masalah yang ditemukan di yaitu sulitnya untuk mendapatkan kandidat yang sesuai dengan target. Pelamar yang melamar pada lowongan pekerjaan itu banyak. Namun, masih banyak yang tidak sesuai dengan target perusahaan. Ditambah lagi dengan masih ada juga beberapa posisi yang kurang minat pelamar. Sedangkan perusahaan membutuhkan kandidat secepatnya untuk mengisi posisi yang sedang dicari. Jadi divisi human capital masih memiliki masalah untuk mendapatkan

kandidat yang kompeten dengan waktu yang kurang lebih hanya diberikan selama sebulan.

Dapat diketahui juga bahwa proses rekrutmen itu cukup panjang karena ada beberapa tahap yang harus dilakukan. Dengan demikian penelitian ini berfokus kepada bagaimana sistem dan strategi rekrutmen online perusahaan menggunakan *job portal*. Dikarenakan pelamar melakukan semuanya sendiri, mulai dari memasukkan resume, sampai menunggu pengumuman proses seleksi yang diadakan perusahaan. Sehingga, apakah terdapat pengaruh dari *Usability*, *Attractiveness*, *Innovativeness*, dan *Company Image* terhadap *Job Pursuit Intention*.

Penelitian yang penulis lakukan ini bersumber dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Francesca Mochi, Rita Bissola, Barbara Imperatori, pada tahun 2017 di Australia. Penelitian ini dipublikasikan oleh *Electronic HRM in the Smart Era* dengan judul "*Professional and Non-Professional Social Media as Recruitment Tools: The Impact on Job Seekers' Attraction and Intention to Apply*".

Berdasarkan fakta dan penelitian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "**Pengaruh *Usability*, *Attractiveness*, *Innovativeness*, dan *Company Image* terhadap *Job Pursuit Intention* Pada Online Job Portal**".

## **1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, penulis dapat merumuskan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah *usability* dapat mempengaruhi daya tarik dan niat pencari kerja untuk melamar?
2. Apakah *attractiveness* dapat mempengaruhi daya tarik dan niat pencari kerja untuk melamar?
3. Apakah *innovativeness* dapat mempengaruhi daya tarik dan niat pencari kerja untuk melamar?
4. Apakah *company image* dapat mempengaruhi daya tarik dan niat pencari kerja untuk melamar?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Menguji dan menganalisis pengaruh positif *usability* terhadap daya tarik dan niat pencari kerja untuk melamar pekerjaan pada perusahaan.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh positif *attractiveness* terhadap daya tarik dan niat pencari kerja untuk melamar pekerjaan pada perusahaan.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh positif *innovativeness* terhadap daya tarik dan niat pencari kerja untuk melamar pekerjaan pada perusahaan.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh positif *company image* terhadap daya tarik dan niat pencari kerja untuk melamar pekerjaan pada perusahaan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Penelitian yang dilakukan ini, diharapkan dapat menjadi sebuah masukan sekaligus tambahan informasi bagi perusahaan untuk mengetahui ketertarikan pencari kerja untuk melamar dari *Job Portal*.

## 2. Bagi Akademik

Sebagai salah satu dasar dalam melakukan penelitian selanjutnya terhadap permasalahan serta perkembangan di bidang Sumber Daya Manusia dalam praktik perusahaan.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Untuk mendapatkan hasil yang terarah, maka diperlukan adanya pembatasan pada pembahasan penelitian ini. Batasan masalah atau ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Konsep Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan survey kepada 125 responden dan diperoleh menjadi 150 responden pencari kerja yang berdomisili di Tangerang Raya. Penulis mengajukan beberapa pertanyaan tertulis yang telah tersusun dalam kuisisioner.

#### 2. Wilayah Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang dan Tangerang Selatan.

#### 3. Responden

Responden dari penelitian ini adalah mahasiswa, mahasiswa yang baru lulus (*fresh graduate*) dan orang yang sedang mencari pekerjaan.

#### 4. Alat Analisis

Penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 27 untuk melakukan analisis pada tahap Pretest, Maintest, dan Uji Hipotesis.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini meliputi :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini, penulis menguraikan tentang latar belakang penulisan, dan alasan pemilihan judul, rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian ini. Penjelasan dilakukan secara umum mengenai ketertarikan dan motif pencari kerja untuk melamar pada situs web lowongan kerja (*job portal*).

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini, penulis menguraikan tentang teori-teori yang mampu mendukung penyusunan penelitian ini, yang mampu menjadi pedoman dalam melaksanakan penelitian ini secara detail dan terperinci. Teori- teori yang disertakan dalam bab ini adalah teori manajemen, sumber daya manusia, rekrutmen, human capital, *job portal*, seleksi, pencari kerja, *usability*, *attractiveness*, *innovativeness*, *company image* dan *job pursuit intention*.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini, penulis memaparkan gambaran secara umum objek dalam penelitian ini. Gambaran umum perusahaan, sejarah, dan perkembangan



perusahaan, serta struktur perusahaan. Dalam bab ini juga diuraikan mengenai variabel penelitian beserta definisi operasionalnya, Teknik pengumpulan data, Teknik pengambilan sampel, serta Teknik analisis data yang digunakan.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini penulis menguraikan semua hasil penelitian dari hasil kuisisioner yang digunakan dari tahap analisis input data maupun output data. Berdasarkan indikator-indikator dalam kuisisioner, penulis menguraikan analisis mengenai pelatihan yang terdiri dari materi pelatihan, pelatih, lokasi dan penyelenggaraan terhadap produktivitas karyawan. Uraian tersebut lalu dihubungkan dengan teori-teori yang terkait serta hasil penelitian sebelumnya.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah serta tujuan penelitian yang dikemukakan pada bab pendahuluan. Penulis juga memaparkan keterbatasan penelitian serta saran yang berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian ini.