

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada masa kini, perusahaan *startup* berkembang secara cepat dalam lapangan pekerjaan pada industri Indonesia. Perusahaan *startup* merupakan sebuah bisnis yang berada dalam suatu rintisan baru yang berada pada tahap mengembangkan perusahaannya. Baik dari segi pengembangan produk, pelayanan, model bisnis, target bisnis, dan lain-lainnya untuk dapat berhasil bersaing dengan para kompetitor bisnis di industri. Saat ini, perkembangan perusahaan *startup* dikenal sebagai perusahaan yang sedang membangun usaha bisnisnya untuk bergerak dalam berbagai bidang inovasi teknologi digital di dalam industri. Perkembangan *startup* masuk ke dalam industri di Indonesia diawali dari perkembangan internet teknologi informasi yang berkembang pesat dan populer pada tahun 1998 hingga tahun 2000 ataupun dikenal sebagai arus gelombang *dot-com* pada masa tersebut. Perkembangan internet mempengaruhi aktivitas perusahaan dan masyarakat sekitar yang sangat bergantung dengan penggunaan segala sesuatu secara *online*. Hal tersebut dinilai agar dapat bekerja secara lebih efisien dan efektif dalam menyelesaikan keperluan dan kegiatan sehari-harinya selama bekerja pada perusahaan.

Setiap pendiri perusahaan *startup* dalam membangun bisnisnya akan memperhatikan kebutuhan pelayanan jasa ataupun produk yang sedang di perlukan oleh para masyarakat sekitar. Sebab dalam menjalankan bisnis tersebut, setiap perusahaan harus memastikan bahwa bisnis yang dijalankan oleh perusahaan akan bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Sehingga tidak dapat terhindarkan bahwa teknologi digital pada masa sekarang akan berpengaruh secara kuat terhadap industri perusahaan untuk berinovasi terhadap produk dan jasa yang diberikan. Hal ini dilakukan agar dapat bersaing dan berkompetisi dengan perusahaan digital lainnya. Menurut Lopez, dalam Steiber dan Alänge (2020), beranggapan bahwa perkembangan teknologi digital pada masa sekarang akan berpengaruh terhadap

setiap industri perusahaan untuk berinovasi dan berkompetisi dengan para perusahaan rintisan baru lainnya.

Unsur penting bagi setiap pendiri perusahaan dalam membangun bisnis pada perusahaan *startup* yaitu harus memiliki data. Seperti yang diketahui pada era teknologi digital pada zaman sekarang sangat terikat erat teknologi digital. Dilansir dari *aptika.kominfo.go.id*, dalam bisnis perusahaan harus memiliki kemampuan teknis dalam penggunaan sistem kecerdasan buatan yaitu *Artificial Intelligence* (AI), dan *Big Data*. Kedua unsur tersebut berperan penting pada strategi bisnis yang dibentuk oleh perusahaan dalam menganalisis, menjalankan, dan mengembangkan bisnis. Pentingnya data dalam pengembangan perusahaan *startup* yaitu sebagai sistem menganalisa dan menyelesaikan segala masalah yang mungkin akan terjadi pada perusahaan secara *realtime*. Dengan begitu, akan mempermudah perusahaan dalam mengatasi masalah-masalah yang terjadi tersebut. Dengan adanya peran Big Data yang disimpan perusahaan akan membantu perusahaan dalam melakukan merencanakan, pengawasan, mengelola, dan menjalankan bisnisnya agar dapat sukses bersaing dalam industri.



Sumber: Katadata, 2019

Gambar 1. 1 Indonesia Posisi Ke-5 Berhasil Mencetak *Startup* Di Dunia

Perkembangan teknologi digital yang terus berkembang di industri menjadikan negara Indonesia menjadi salah satu dari negara lainnya yang mengalami perintisan perusahaan *startup* terbanyak di dunia. Dilansir dari *Katadata.co.id*, negara Indonesia menduduki urutan *ranking* dengan posisi ke-5 yang berhasil mencetak perusahaan *startup* di dunia. Berdasarkan gambar 1.1, negara Indonesia berhasil melahirkan dan mengembangkan perusahaan *startup* dalam industri lapangan pekerjaan. Terlampir dari *Katadata.co.id* data terambil per bulan Maret tahun 2019, memperoleh jumlah bahwa terdapat sebanyak 2.074 perusahaan *startup* berdiri di Indonesia. Berdasarkan *startup ranking* pada tahun 2022 yang tercatat pada GoodStats per bulan April 2022. Negara Indonesia telah berhasil memperoleh sebanyak 2.344 perusahaan *startup*. Hal tersebut, menjadikan Indonesia menduduki posisi pertama dengan jumlah perusahaan *startup* terbanyak di kawasan Asia Tenggara pada tahun 2022.



Sumber: GoodStats, 2022

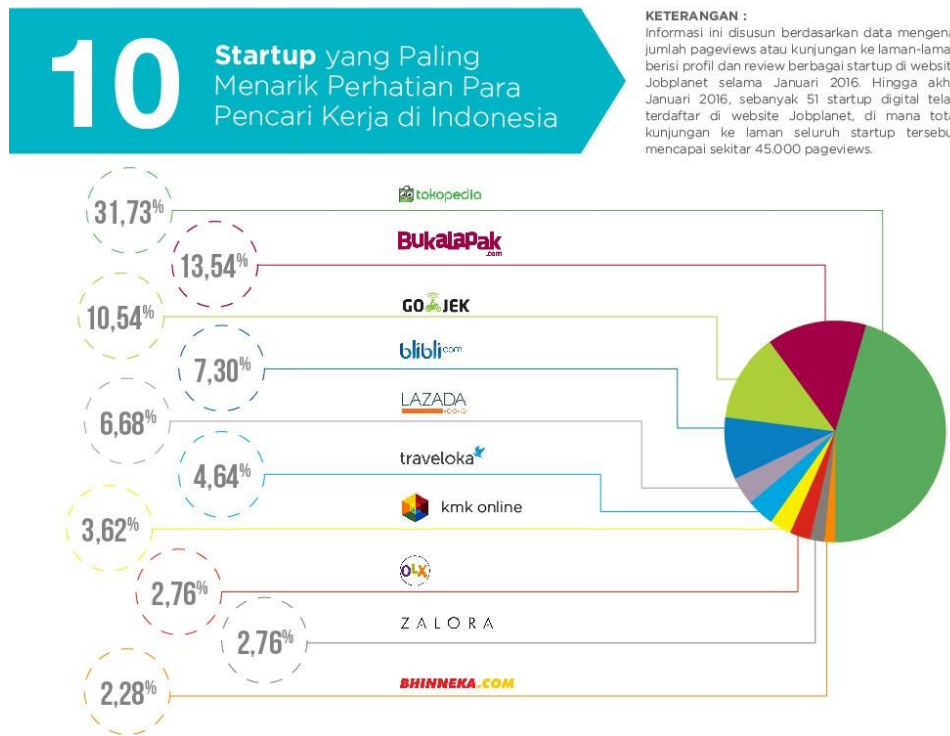
Gambar 1. 2 Perkembangan Jumlah Perusahaan *Startup* Tahun 2022

Masa kini, timbul sebuah tren baru dalam industri lapangan pekerjaan. Tren tersebut muncul saat Indonesia mengalami oleh pandemi Corona Virus atau Covid-19. Yang menjadikan banyak perusahaan menerapkan sistem untuk bekerja secara *Work Form Home* dan menimbulkan berupa tren “*Gig Economy*”. Tren tersebut muncul dalam industri dikarenakan faktor dari perkembangan internet selama pandemi Covid-19. Berdasarkan survei yang dilakkukan oleh Deloitte (2018) terhadap para kaum milenial pada 36 negara memperoleh hasil bahwa dimasa kini sebesar 62% kaum milenial berencana untuk mempertimbangkan *Gig Economy* sebagai salah satu pekerjaan penuh waktu alternatif.

Berdasarkan Landx.id (2022), *Gig Economy* merupakan suatu tren baru dalam industri kerja yang dimana merupakan sistem kerja yang dimana mengrekrut pekerja independen yang bekerja secara sistem kontrak jangka pendek terhadap suatu perusahaan dengan lingkup kerja yang konvensional dan tidak bekerja secara permanen terhadap suatu perusahaan. Contoh pekerjaan tersebut adalah *freelancer*, *part-time job*, *influencer* dan *content creator*. Cenderung para tenaga kerja *independent* tersebut banyak direkrut oleh perusahaan *startup* dalam strategi bisnis untuk memperkenalkan bisnisnya secara lebih luas. Dengan hal ini, perusahaan dapat meminimalisir biaya lebih untuk akomodasi para karyawan. Selain itu, tidak menutup kemungkinan bahwa *Gig Economy* ini juga diterapkan oleh perusahaan dalam suatu hubungan kerja antar kemitraan kerja antara buruh dan pengusaha seperti para driver *online*. (Berg *et al.*, 2018).

Perusahaan *startup* menjadi salah satu incaran dan ketertarikan bagi para kaum generasi Z dan kaum milenial untuk mencari peluang agar dapat bekerja pada perusahaan tersebut. Baik untuk dapat bekerja secara pekerja lepas ataupun *full-time* pada perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi hal tersebut yakni harapan dari para *jobseekers* untuk memperoleh *work environment* yang baik, sistem kerja fleksibel, budaya perusahaan yang transparan, dapat mengembangkan potensi diri, membangun kreativitas, serta relasi hubungan antar rekan kerja yang saling suportif satu sama lain. Dilansir dari beritasatu.com dan Ekrut.com, mengungkapkan bahwa generasi milenial dan generasi Z memiliki potensi dan

kekuatan lebih dalam mempelajari perkembangan teknologi yang semakin pesat, senang menambah *soft skill* dan *hardskill*, antusiasme dan cepat mempelajari hal baru untuk dapat mengembangkan potensi skill dirinya.



Sumber: DailySocial, 2016

Gambar 1.3 Perusahaan Startup Paling Menarik Perhatian Para Jobseekers di Indonesia

Berdasarkan gambar 1.3 diatas, perusahaan *startup* menjadi daya tarik pada *jobseekers* untuk melamar pekerjaan. Sehingga banyak *jobseekers* yang saling berkompetisi untuk dapat masuk dalam proses tahap pengrekrutan perusahaan *startup* impiannya. Maka dari itu, perusahaan harus dapat memperoleh *talent* atau kandidat yang tepat dalam menuhi kriteria perusahaan. Menurut Andriani (2018), beranggapan bahwa pihak perusahaan harus dalam proses rekrutmen berlangsung. Hal ini dikarenakan agar dapat konsisten dalam memperoleh kandidat terbaik dan tidak mengabaikan kandidat-kandidat lainnya yang melamar pada lowongan pekerjaan tersebut. Berdasarkan gambar diatas dapat terlihat bahwa terdapat 10 perusahaan *startup* yang menarik *intention to apply for job* dari para *jobseekers* di Indonesia yakni perusahaan Tokopedia dengan persentase sebesar 31,73%, BukaLapak sebesar 13,54%, Gojek sebesar 10,54%, Blibli.com sebesar 7,30%,

Lazada sebesar 6,68%, Traveloka sebesar 4,64%, kmk online sebesar 3,62%, OLX sebesar 2,76%, Zalora sebesar 2,76%, dan Bhinneka.com sebesar 2.28%.



Sumber: Ekrut.com, 2020

Gambar 1. 4 Kantor Dan Pekerjaan Yang Ideal Bagi Generasi Z Dan Milenial

Jobseekers merupakan orang-orang yang belum bekerja, namun secara aktif sedang mencari kesempatan pekerjaan pada suatu perusahaan. Serta para karyawan yang sedang berpindah-pindah dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya. Namun, *jobseekers* yang dimaksudkan tersebut diluar dari para mitra kerja, dan mitra *merchant*. Sehingga dapat disimpulkan definisi dari *jobseekers* adalah orang-orang yang sedang bekerja, belum bekerja, *fresh-graduates*, mahasiswa, dan orang-orang yang ingin beralih kesempatan memperoleh pekerjaan di kantor perusahaan lain.

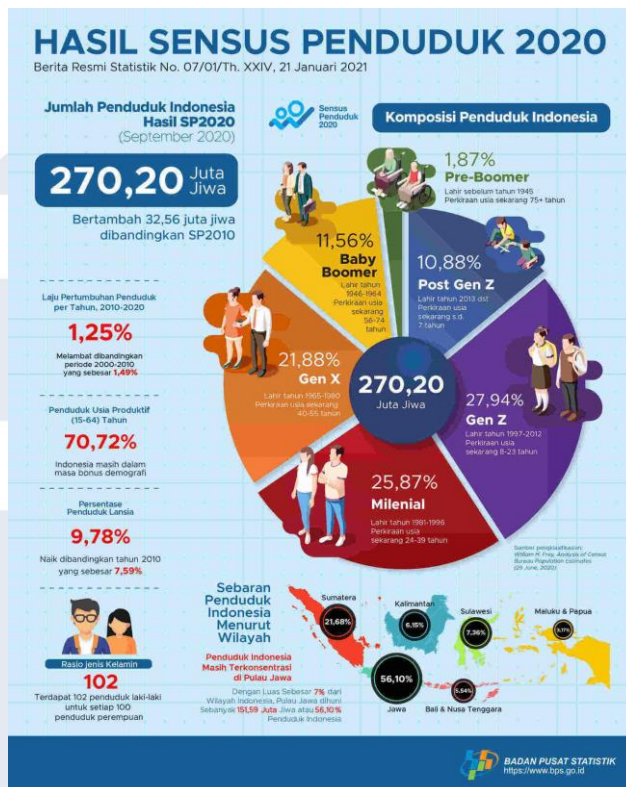
Melihat pada gambar 1.4 diatas dapat terlihat bahwa terdapat beberapa perusahaan *startup* impian. Salah satunya pada gambar tersebut menunjukkan bahwa perusahaan Gojek menduduki posisi *ranking* satu yang menjadi perusahaan *startup* impian yang diinginkan oleh para generasi Z dan menjadi perusahaan yang paling diincar untuk dapat bekerja diperusahaan tersebut. Berhubungan semakin

banyaknya para *fresh-graduates* yang lulus dari universitas setiap tahunnya akan menimbulkan tingkat angka peningkatan pada pertumbuhan *jobseekers* dalam mencari pekerjaan pada perusahaan. Maka diperlukannya peran dari *recruiter* dalam proses rekrutmen karyawan perusahaan bagi para *jobseekers* yang melamar pekerjaan pada perusahaan. Para *recruiter* harus memastikan bahwa *job descriptions* dan kriteria yang dicari sesuai. Sehingga dapat memperoleh kandidat yang tepat untuk keberlangsungan perusahaan. Oleh karena itu, proses rekrutmen harus berjalan dengan baik agar memperoleh kandidat terbaik dari ribuan kandidat sumber daya manusia lainnya yang melamar pada perusahaan tersebut. Pemahaman terkait tingkatan generasi sangatlah banyak, menurut Solomon (2018), terdapat 7 (tujuh) tingkatan pembagian generasi yaitu:

Tabel 1. 1 Tingkatan Generasi

Generasi	Tahun Kelahiran
<i>Interbellum Generation</i>	Kelahiran pada awal abad ke-20
<i>Silent Generation</i>	Kelahiran di antara dua Perang Dunia
<i>War Baby Generation</i>	Kelahiran selama Perang Dunia II
<i>Baby Boom Generation</i> (<i>Baby Boomers</i>)	Kelahiran pada tahun 1946 – 1964
<i>Generation X (Gen X)</i>	Kelahiran pada tahun 1965-1985
<i>Generation Y (Gen Y)</i>	Kelahiran pada tahun 1986-1995
<i>Generation Z (Gen Z)</i>	Kelahiran pada tahun 1996- sekarang

Sumber: Solomon, 2018



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020
Gambar 1. 5 Sensus Penduduk Tingkat Generasi Pada Tahun 2020

Menurut Miller dan Lu (2019) dalam Chillakuri (2020), beranggapan bahwa pada saat ini banyak perusahaan yang telah mengubah sasaran dalam mencari kandidat *talent* yang tepat sebagai karyawan perusahaan. Yang dimana, banyak perusahaan menargetkan untuk dapat meningkatkan karyawan perusahaan menjadi generasi Z dan milenial untuk masuk kedalam perusahaan setelah generasi Y. Hal tersebut dikarenakan generasi tersebut cenderung berpikir lebih kreatif, *fast learner*, mengikuti serta peka terhadap perkembangan teknologi, transparan terhadap keterbukaan, dan antusiasme yang kuat dalam mempelajari dan menangani sesuatu yang baru. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2020), tercatat bahwa terdapat 27,94% penduduk merupakan generasi Z dan sebanyak 25,87% penduduk merupakan generasi milenial di Indonesia.

Kelompok Umur	Jumlah Penduduk Provinsi DKI Jakarta Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin								
	Laki-laki			Perempuan			Jumlah		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
0-4	341 196	409 299	409 361	319 822	389 749	388 746	661 018	799 048	798 107
5-9	461 099	409 708	403 671	432 664	391 131	384 802	893 762	800 839	788 473
10-14	450 271	416 558	407 784	424 594	396 706	389 405	874 865	813 264	797 189
15-19	424 040	425 852	421 727	401 788	408 996	409 108	825 828	834 848	830 835
20-24	417 744	432 874	434 095	400 325	421 508	428 395	818 069	854 382	862 490
25-29	418 669	435 503	432 458	416 968	423 712	422 522	835 638	859 215	854 980
30-34	434 102	445 591	431 768	427 007	437 712	424 379	861 109	883 303	856 147
35-39	490 160	440 327	435 443	484 197	433 312	429 914	974 357	873 639	865 357
40-44	458 286	431 464	424 465	455 099	425 462	422 649	913 386	856 926	847 114
45-49	406 222	396 281	401 285	393 122	391 664	400 759	799 344	787 945	802 044
50-54	344 192	342 251	353 772	326 379	338 140	351 290	670 571	680 391	705 062
55-59	261 019	280 483	294 139	265 384	280 101	293 707	526 403	560 584	587 846
60-64	182 138	208 315	225 304	195 498	213 962	230 377	377 636	422 277	455 681
65+	245 643	288 242	325 748	284 460	329 873	371 157	530 102	618 115	696 905
Jumlah	5 334 781	5 362 748	5 401 020	5 227 307	5 282 028	5 347 210	10 562 088	10 644 776	10 748 230

Jumlah Penduduk Provinsi DKI Jakarta Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Gambar 1. 6 Jumlah Penduduk Provinsi DKI Jakarta Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin

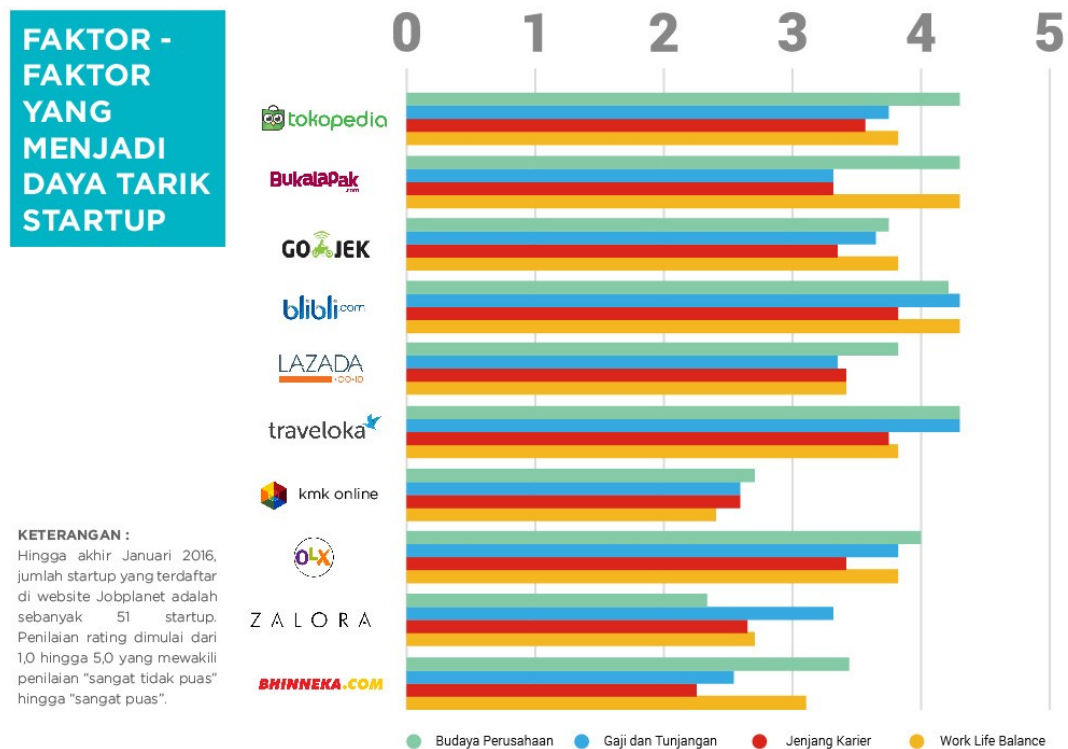
Berdasarkan gambar 1.6, dapat terlihat bahwa kepadatan komposisi jumlah penduduk provinsi DKI Jakarta pada tahun 2022 sebanyak 10.748.230 penduduk. Meliputi wilayah Jabodetabek yaitu DKI Jakarta, Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang, Kota Depok, Kota Bogor, Kabupaten Bogor, Kota Bekasi, dan Kabupaten Bekasi.

No	Nama	Nilai / Jumlah Penduduk Per Kilometer Persegi
1	DKI Jakarta	16.158
2	Jawa Barat	1.334
3	Banten	1.310
4	DI Yogyakarta	1.186
5	Jawa Tengah	1.078
6	Jawa Timur	857
7	Bali	790
8	Nusa Tenggara Barat	278
9	Lampung	273
10	Kep. Riau	264

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Gambar 1. 7 Provinsi Kepadatan Penduduk Tertinggi di Indonesia Tahun 2022

Berdasarkan gambar 1.7, dapat terlihat data yang diperoleh dari data Badan Pusat Statistik (BPS) terdapat 10 provinsi yang mengalami tingkat kepadatan penduduk tertinggi di Indonesia. Menurut data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah tingkat kepadatan penduduk di provinsi DKI Jakarta mencapai 16.158 orang per kilometer persegi pada tahun 2022. Peningkatan tersebut terjadi kenaikan sekitar 1% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Sehingga provinsi daerah wilayah DKI Jakarta ditetapkan sebagai provinsi dengan jumlah paling padat penduduknya di Indonesia. Melihat dari kedua data tersebut, peneliti tertarik untuk dapat meneliti provinsi DKI Jakarta daerah Jabodetabek sebagai lokasi subjek penelitian dikarenakan oleh faktor kepadatan jumlah penduduknya yang besar.



Sumber: Daily Social, 2016

Gambar 1. 8 Faktor-Faktor Yang Menjadi Daya Tarik Startup

Berdasarkan pada gambar 1.8, dapat terlihat bahwa perusahaan Gojek mengalami kalah unggul dari faktor daya tarik perusahaan para kompetitornya. Yang dapat dilihat bahwa dari gambar tersebut perusahaan Tokopedia, Blibli, dan Traveloka memiliki keunggulan dari segi budaya perusahaan, gaji dan tunjangan, dan *work life balance*-nya. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai faktor-faktor yang akan mempengaruhi para *jobseekers* dalam melamar pekerjaan pada perusahaan *startup*. Seperti pengaruh dari budaya perusahaan, gaji, tunjangan, kejelasan karir, jenjang karir, lingkungan pekerjaan, dan kesenjangan sosial yang dirasakan oleh para karyawan. Faktor-faktor tersebutlah yang menjadi intensitas seseorang terhadap mempengaruhi intensi dari para *jobseekers* untuk dapat melamar suatu pekerjaan akan berhubungan langsung terhadap *employer brand attractiveness*.

Menurut Santiago (2019), *employer brand attractiveness* merupakan daya tarik lebih yang ditawarkan oleh suatu perusahaan sebagai suatu *branding* untuk dapat membangun identitas perusahaannya menjadi unik dan mendorong para pelamar untuk dapat bergabung bekerja dengan perusahaan. Menurut Santiago (2019), *intention to apply* merupakan suatu niat dan ketertarikan dari *jobseekers* untuk melamar pekerjaan. Oleh karena itu, reputasi perusahaan sangat berperan penting dalam menjaga citra perusahaan di industrinya. Sebab, para *jobseekers* akan melihat reputasi perusahaan terlebih dahulu untuk mempertimbangkan terhadap *intention to apply* pada perusahaan.

Berdasarkan dari uraian latar belakang dan fenomena yang telah ditemukan diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui dan meneliti secara pasti mengenai pengaruh dari setiap variabel. Peneliti memilih perusahaan *startup* Gojek sebagai objek penelitian. Dilansir dari sumber *ekrut.com*, Gojek menduduki posisi pertama perusahaan *startup* impian dan di incar oleh *jobseekers* generasi Z di era sekarang. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh *Value Interest, Social Value, Dan Economic Value* Terhadap *Intention To Apply* Pada Perusahaan *Startup* Gojek: Telaah *Jobseekers* Di Jabodetabek”**

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *value interest* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to apply* pada perusahaan *startup* Gojek?
2. Apakah *social value* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to apply* pada perusahaan *startup* Gojek?
3. Apakah *economic value* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to apply* pada perusahaan *startup* Gojek?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang akan di capai pada penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis bahwa *value interest* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to apply* pada perusahaan *startup* Gojek.
2. Untuk menganalisis bahwa *social value* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to apply* pada perusahaan *startup* Gojek.
3. Untuk menganalisis bahwa *economic value* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to apply* pada perusahaan *startup* Gojek.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan hasil dari yang diperoleh dapat berguna dan memberikan manfaat secara teoritis, manajerial, dan peneliti selanjutnya untuk penelitian selanjutnya. Sehingga penelitian ini dilakukan dengan harapan hasil penelitian yang dilakukan dapat memberikan kontribusi dan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memberikan manfaat dalam menambah pengetahuan di pengembangan keilmuan mengenai *value interest*, *social value*, dan *economic value* terhadap *intention to apply* pada perusahaan *startup* telaah *jobseekers* di Jabodetabek. Dan dapat

memperluas pengetahuan untuk peneliti selanjutnya yang memiliki penelitian serupa.

2. Manfaat Manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memberikan manfaat kepada perusahaan-perusahaan *startup* dalam mengevaluasi bagaimana dan memperbaiki masalah yang berkaitan dengan *intention to apply* pada *jobseekers* di Jabodetabek.

3. Manfaat untuk Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan menjadi sebuah referensi bagi peneliti selanjutnya sebagai sumber- sumber informasi. Dan sebagai sumber bahan referensi agar dapat dikembangkan kembali untuk meningkatkan kualitas dari penelitian yang dilakukan.

1.5 Batasan Penelitian

Peneliti telah membatasi ruang lingkup pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Responden berupa para *jobseekers* yang sudah menyelesaikan pendidikan S1, mahasiswa/i yang sedang menyelesaikan tugas akhir, para pencari kerja yang tertarik bekerja di kantor *office* (diluar dari kategori para *merchant* dan mitra kerja Gojek).
2. Penelitian dilakukan kepada responden yang berada di daerah wilayah Jabodetabek, dikarenakan berdasarkan data provinsi DKI Jakarta memiliki komposisi sebagai provinsi terpadat penduduknya.
3. Variabel penelitian ini adalah *Value Interest*, *Social Value*, *Economic Value*, dan *Intention To Apply*.
4. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online*.
5. Objek penelitian perusahaan *startup Fin-Tech* yaitu Gojek.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk dapat memahami dengan jelas laporan penelitian ini, maka dalam sistematika penulisan yang digunakan peneliti dikelompokkan menjadi beberapa bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan pada laporan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas teori yang mendukung dari variabel-variabel yang digunakan sebagai landasan teori penelitian, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan penelitian terdahulu. Variabel-variabel tersebut yakni *Value Interest*, *Social Value*, *Economic Value*, dan *Intention To Apply*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai hal-hal umum dari metode penelitian yang berisikan terkait objek penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel, teknik sampling yang digunakan, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas terkait analisa dan pembahasan dari keseluruhan hasil pengolahan data penelitian yang telah dikumpulkan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas kesimpulan hasil penelitian dan saran yang diberikan oleh penulis untuk kedepannya kepada berbagai pihak dari hasil dari penelitian yang telah dilakukan.