

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini menguji bagaimana pengaruh variabel yang menjadi atribut daya tarik employer branding suatu perusahaan. Studi ini menelaah pengaruh 5 variabel Independent, yaitu: Job Security, International Assignments, Compensation and Benefits, Organizational Culture, dan Job Role. Pengaruh tersebut diuji terhadap intensi para pencari kerja untuk melamar ke suatu perusahaan (Intention to Apply). Objek perusahaan dalam konteks yang ditelaah adalah salah satu BUMN Indonesia yang dikenal baik, yakni PT Pertamina dengan populasi yang mencakup fresh graduate yang berusia 20-25 tahun (generasi Z) yang berdomisili di Jabodetabek. Pengumpulan data responden telah dilakukan dalam periode waktu Maret hingga Mei secara daring melalui platform media sosial menggunakan Google Form untuk memenuhi analisis dan jawaban dari penelitian ini dengan jumlah total 272 responden sebagai data primer yang dikumpulkan (240 responden untuk main-test).

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis dan telaah pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Berdasarkan penyebaran kuesioner dengan total 272 profil serta jawaban responden, antara lain:
 - a. Profil responden berdasarkan jenis kelamin memperoleh hasil bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner adalah perempuan sebanyak 192 orang atau sebesar 70,6%.
 - b. Profil responden berdasarkan usia memperoleh hasil bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner adalah yang berusia 20-22 tahun sebanyak 209 orang atau sebesar 76,8%.
 - c. Profil responden berdasarkan domisili memperoleh hasil bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner berdomisili di Jakarta sebanyak 129 orang atau sebesar 47,4%.

- d. Responden yang mengisi kuesioner sebesar 100% menjawab memiliki minat atau ketertarikan untuk bekerja di BUMN Indonesia,
2. Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis pada penelitian ini, antara lain:
- a. H_1 diterima, Job Security memiliki pengaruh positif terhadap Intention to Apply. Pembuktian dari interpretasi ini diperoleh pada nilai t hitung variabel Job Security $2.079 > t$ tabel (1.970). Kemudian, melihat berdasarkan hasil skor signifikansi yang diperoleh sebesar 0.039 yang dibuktikan $< 0,05$ atau lebih kecil dari 0,05.
 - b. H_2 ditolak, International Assignments tidak memiliki pengaruh terhadap Intention to Apply. Pembuktian dari interpretasi ini diperoleh pada nilai t hitung variabel International Assignments $0.363 < t$ tabel (1.970). Kemudian, melihat berdasarkan hasil skor signifikansi yang diperoleh sebesar 0,717 yang dibuktikan $> 0,05$ atau lebih besar dari 0,05.
 - c. H_3 diterima, Compensation and Benefits memiliki pengaruh terhadap Intention to Apply. Pembuktian dari interpretasi ini diperoleh pada nilai t hitung variabel Compensation and Benefits $2.068 > t$ tabel (1.970). Kemudian, melihat berdasarkan hasil skor signifikansi yang diperoleh sebesar 0,040 yang dibuktikan $< 0,05$ atau lebih kecil dari 0,05.
 - d. H_4 diterima, Organizational Culture memiliki pengaruh positif terhadap Intention to Apply. Pembuktian dari interpretasi ini diperoleh pada nilai t hitung variabel Organizational Culture $6.885 > t$ tabel (1.970). Kemudian, melihat berdasarkan hasil skor signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang dibuktikan $< 0,05$ atau lebih kecil dari 0,05.
 - e. H_5 diterima, Job Role memiliki pengaruh positif terhadap Intention to Apply. Pembuktian dari interpretasi ini diperoleh pada nilai t hitung variabel Job Role $2.180 > t$ tabel (1.970). Kemudian,

melihat berdasarkan hasil skor signifikansi yang diperoleh sebesar 0.030 yang dibuktikan $< 0,05$ atau lebih kecil dari 0,05.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Perusahaan

Hasil dari penelitian ini mewujudkan beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada perusahaan BUMN PT Pertamina:

1. PT Pertamina dapat melakukan promosi terhadap rangkaian program employer branding melalui media sosial, secara platform tersebut yang paling banyak dialami oleh generasi Z. Kegiatan tersebut dapat berupa membuat postingan mengenai career sharing pengalaman karyawan PT Pertamina yang telah bekerja lama (bertahun-tahun atau >10 tahun) karena hal tersebut secara tidak langsung akan membentuk pandangan bahwa keamanan dan stabilitas kerja yang terjamin di perusahaan tersebut karena terbukti banyak karyawannya yang bertahan kerja dalam jangka waktu yang panjang. Dengan demikian, hal tersebut semakin memperkuat daya tarik oleh para pelamar PT Pertamina.
2. PT Pertamina dapat membuat lebih banyak konten di media sosial yang membahas mengenai budaya perusahaan agar para calon pelamar memiliki gambaran mengenai lingkungan kerja disana apabila bergabung menjadi karyawan PT Pertamina, konten tersebut dapat berupa artikel atau video singkat dari karyawannya yang menjadi talent.
3. PT Pertamina dapat mengadakan kegiatan sosialisasi berupa sharing session berbentuk seminar ataupun webinar secara daring yang mengundang beberapa pembicara dari karyawan PT Pertamina yang dapat menjadi representative yang dapat mencerminkan budaya perusahaan serta komitmen karyawannya dan semakin meningkatkan daya tarik oleh para calon pelamar.

5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat diterapkan oleh peneliti berikutnya yang ingin melakukan telaah lebih lanjut atau penelitian serupa, sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan variabel yang merupakan bagian dari atribut daya tarik employer branding yang hanya terbatas pada Job Security, International Assignment, Compensation and Benefits, Organizational Culture, dan Job Role. Maka dari itu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menganalisis atribut lainnya yaitu Work-Life-Balance, Company Reputation, dan Development Program, Career Progression, ataupun variabel Marketing & Promotion.
2. Objek penelitian ini terbatas pada Badan Usaha Milik Negara Indonesia di sektor atau industri energi yaitu PT Pertamina. Peneliti selanjutnya dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk penelitian berikutnya yang akan menelaah Badan Usaha Milik Negara Indonesia di sektor atau industri lainnya.
3. Peneliti selanjutnya dapat melakukan pembaharuan penelitian dengan objek yang sama namun terhadap populasi yang berbeda terutama ketika generasi alpha (setelah generasi Z) telah memasuki usia produktif kerja, hal ini dikarenakan meskipun adanya similaritas dalam perilaku tech savvy, namun dalam sisi karakteristik tentu akan ada perbedaan dengan generasi Z yang ditelaah pada penelitian ini.