

## **BAB II**

### **TINJAUAN LITERATUR**

#### **2.1 Tinjauan Teori**

##### **2.1.1 Proses Rekrutmen**

Dunia bisnis saat ini mengalami persaingan yang semakin keras, agar bisa mempertahankan persaingan tentunya dibutuhkan sumber daya manusia yang unggul dalam sebuah perusahaan. Keberhasilan sebuah perusahaan dalam menjalankan proses bisnis hingga mencapai tujuannya sangat dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia yang dimiliki. Salah satu kunci terciptanya sumber daya manusia yang berkualitas terletak pada proses rekrutmen dan seleksi yang dilakukan masing-masing perusahaan. Rekrutmen menjadi tahap awal bagi sebuah perusahaan dalam memperoleh calon karyawan yang memiliki kemampuan dan latar belakang sesuai kebutuhan perusahaan. Sedangkan seleksi dilakukan untuk menentukan kandidat yang paling sesuai atau paling memenuhi kriteria posisi yang tersedia dari sekelompok pelamar.

Rekrutmen didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan perusahaan untuk menarik perhatian pelamar kerja yang memiliki kemampuan atau keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan untuk membantu perusahaan mencapai tujuannya (Othman et al, 2021). Definisi lain dari rekrutmen adalah suatu aktivitas pemenuhan kebutuhan sumber daya perusahaan dengan mencari sekaligus menyerap kandidat yang memenuhi syarat (Otto et al., 2018). Langkah awal dalam proses rekrutmen yaitu mencari serta mempengaruhi calon karyawan untuk melamar pekerjaan (Meiyer, 2020). Proses rekrutmen meliputi pemeriksaan kebutuhan kerja, menarik karyawan

untuk bekerja, menyaring dan memilih kandidat, hingga membuat perjanjian kerja (Khan & Abdullah, 2019). Pandangan lain terkait proses rekrutmen mencakup, analisis persyaratan dari suatu posisi, meningkatkan minat karyawan untuk bekerja, melakukan seleksi, mempekerjakan mereka serta menyatukannya ke dalam perusahaan (Otto et. al., 2018)

Departemen Sumber Daya Manusia (SDM) bertanggung jawab penuh atas proses pemenuhan kebutuhan sumber daya manusia dalam sebuah perusahaan (Abdullah & Othman, 2019). Dalam proses rekrutmen pastinya setiap perusahaan menerapkan metode yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Metode rekrutmen yang diterapkan mempengaruhi jumlah pelamar yang terlibat di dalamnya. Apabila perusahaan mampu menarik banyak pelamar, mereka memiliki peluang lebih banyak untuk merekrut kandidat terbaik untuk mengisi posisi yang dibutuhkan (Johnson et. al., 2020). Terdapat dua metode yang menjadi acuan bagi perusahaan dalam melakukan rekrutmen diantaranya, metode konvensional dan metode modern (Mindia & Hoque, 2018). Perbedaan dari kedua metode ini sangat terlihat jelas pada teknologi yang mereka gunakan.

Tabel 2.1 Perbandingan Metode Rekrutmen Konvensional dan Modern

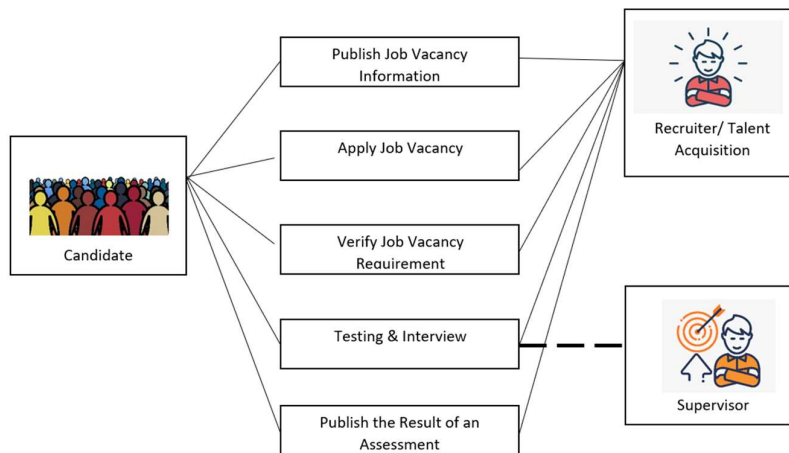
No.	Proses/Tahapan	Konvensional	Modern
1.	Penyebaran informasi lowongan.	Melalui selebaran maupun iklan di koran.	Melalui <i>job portal</i> seperti LinkedIn, Glints, Kalibr, dan lain-lain.
2.	<i>Screening CV</i>	<i>Based on paper</i> , kandidat harus mengirimkan CV serta data pendukung lainnya ke alamat perusahaan.	Proses <i>screening</i> dilakukan dengan bantuan sistem yang sudah terstandarisasi, dipermudah dengan sistem numbering.
3.	Wawancara dan Psikotest	Dilakukan secara langsung dengan bertatap muka. Jadi kandidat harus mendatangi perusahaan yang mereka lamar.	Sistem perekrutan otomatis, menghubungi kandidat dengan cepat. Kandidat melakukan proses ini melalui media seperti Zoom, Google Meet ataupun Microsoft Teams.
4.	<i>Offering</i> dan penempatan	Melakukan proses <i>offering</i> dengan panggilan telepon dan mengatur pertemuan secara langsung.	Proses <i>offering</i> dilakukan dengan menggunakan email.

Sumber : Mindia & Hoque, 2018

### 2.1.2 E-Recruitment

Perkembangan teknologi mempengaruhi berbagai aspek perusahaan, salah satunya dalam proses rekrutmen. Interaksi yang terjalin antara perusahaan dan *job seeker* mengalami perubahan besar akibat perkembangan teknologi. Kehadiran teknologi menyajikan *tools* yang beragam untuk melakukan langkah rekrutmen yang sama namun dengan cara yang berbeda. Banyak perusahaan yang mulai mengadopsi teknologi untuk menjalankan proses rekrutmen, atau yang dikenal dengan *e-recruitment*. *E-recruitment* merupakan pemanfaatan teknologi dengan tujuan untuk mencari dan menemukan calon kandidat berkompeten, membangun kepercayaan perusahaan kepada para kandidat agar mereka tertarik untuk bekerja (Johnson et al., 2020). *E-recruitment* merupakan cara untuk menarik calon kandidat yang dianggap memiliki kualifikasi sesuai dengan kebutuhan serta bersedia untuk bekerja dengan perusahaan. Wołodźko dan Woźniak (2017) berpendapat bahwa salah satu keuntungan *e-recruitment* yaitu memperluas cakupan informasi yang berguna untuk meningkatkan citra perusahaan dan *employer branding*. Terbangunnya *employer branding* menguatkan kesadaran masyarakat serta meningkatkan loyalitas sumber daya manusia sehingga meningkatkan tawaran lowongan pekerjaan serta mempermudah perusahaan menarik sumber daya manusia baru yang terdidik dan berkualitas (Urbancová et al., 2017). Membangun *employer branding* juga penting dalam lingkungan online, metode yang paling efektif tentunya dengan pemanfaatan *platform social media*. Dengan cara ini, perusahaan mampu menyediakan metode rekrutmen yang lebih fleksibel dan kreatif, sehingga lebih mudah mengakses kandidat potensial dalam jumlah banyak.

Johnson (2020) menyimpulkan terdapat beberapa keuntungan dari penggunaan *e-recruitment*. Pertama, penerapan *e-recruitment* mampu menjaring kandidat dalam kelompok yang lebih besar. Suatu perusahaan penting melakukan proses pemenuhan kebutuhan sumber daya manusia secara berkelanjutan. Apabila perusahaan membuat lowongan pekerjaan pada *platform* perekrutan, tentunya akan mempermudah para calon kandidat untuk mengaksesnya. Para calon kandidat akan lebih mudah digiring dengan bantuan *e-recruitment* dibandingkan mereka yang melamar menggunakan metode rekrutmen konvensional. Studi yang dilakukan di perusahaan KIA Motor Georgia ketika pembukaan pabrik baru, mereka hanya butuh waktu singkat kurang lebih 30 hari perusahaan mampu mendapatkan 43.000 calon kandidat untuk menempati 2.500 posisi. Jumlah pelamar yang meningkat memberikan peluang bagi perusahaan untuk memperoleh kandidat terbaik sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Penggunaan *e-recruitment* mampu menjangkau pelamar pasif atau yang sedang tidak aktif mencari pekerjaan baru, karena mereka masih terikat kontrak kerja dengan perusahaan lainnya (Johnson et al., 2020). Perusahaan menjangkau pelamar pasif dengan melakukan *screening* pada situs media sosial, dalam hal ini LinkedIn. Perekrut akan melakukan *screening* dengan mempertimbangkan pengalaman kerja yang dimiliki, lalu kemudian akan menghubungi calon kandidat secara langsung. Pemanfaatan media sosial profesional, LinkedIn, memberikan manfaat yang efektif untuk memperoleh kandidat yang berkompeten (Nikolau, 2018).



Gambar 2.1 Proses E-Recruitment

### 2.1.3 Model Penerimaan Technology Acceptance Model (TAM)

*Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan konstruk model penerimaan teknologi yang dicetuskan oleh Davis (1989). Teori TAM diasumsikan sebagai penerimaan teknologi yang memiliki nilai positif bagi penggunanya karena memberikan nilai manfaat. Model penerimaan teknologi ini mampu menjelaskan sekaligus memprediksi pengguna menerima atau menolak teknologi yang digunakan. TAM memiliki dasar teoritis untuk mengetahui dan memperjelas faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan atas diterimanya teknologi pada sikap individu. TAM mempublikasikan dua variable yaitu *perceived usefulness* (persepsi akan kegunaannya) dan *perceived ease of use* (persepsi akan kemudahan penggunaannya). *Perceived usefulness* merupakan nilai kepercayaan individu terhadap penggunaan teknologi yang bertujuan menaikkan nilai kinerja serta produktivitas. Sementara *Perceived usefulness* menjadi nilai keyakinan individu dengan mempergunakan teknologi untuk menunjang kehidupan akan mampu memberikan manfaat bagi penggunanya.

Kumar & Priyanka (2014) mempelajari adopsi strategi *e-recruitment* oleh mahasiswa sarjana menggunakan TAM. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk lebih memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan dari proses *e-recruitment* perusahaan, memeriksa hubungan antara kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, sikap, dan niat perilaku pencari kerja. Studi ini menemukan bahwa *perceived ease of use* (PEOU) memiliki efek yang kuat pada *perceived usefulness* (PU), sikap dan niat perilaku pencari kerja (Kumar & Priyanka S, 2014). Studi tersebut menyimpulkan bahwa kemampuan untuk menggunakan system dengan mudah sangat penting untuk penerimaan pengguna, peneliti merekomendasikan untuk menyelidiki lebih lanjut hubungan dengan memperluan model untuk memasukkan variabel yang lebih spesifik seperti kepercayaan (*trust*) (Kumar & Priyanka S, 2014).

#### **2.1.4 Dimensi TAM**

Seperti yang telah dijabarkan sebelumnya penelitian ini akan didasari oleh model TAM dari Davis yang sudah dimodifikasi sesuai dengan keperluan penelitian oleh Khan et. al., (2019) :

1. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) yaitu persepsi individu yang terbentuk bahwa sistem informasi yang digunakan akan memberi kemudahan serta meningkatkan kinerja sehingga mampu memberikan pengalaman baru bagi penggunanya.
2. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) yaitu persepsi individu yang merasakan kemudahan dalam mengoperasikan teknologi atau sistem informasi.

3. Kepercayaan (*Trust*) berkaitan dengan persepsi individu yang terbentuk dalam pemanfaatan teknologi bahwa sistem yang tersedia sesuai dengan kebutuhan yang mereka harapkan.
4. Privasi (*Privacy*) merupakan layanan yang tersedia pada aplikasi memberikan rasa aman bagi penggunanya terkait perlindungan data dan informasi pribadi.

Keinginan individu untuk menggunakan teknologi tercermin dari respon positif yang ditunjukkan (Nikou & Economides, 2019). Semakin positif respon yang diberikan, maka indikasi minat untuk menggunakan teknologi tersebut akan semakin kuat.

#### **2.1.5 Intention to Use**

*Intention to Use* dapat didefinisikan sebagai sebuah keinginan, niat dan perilaku seorang individu untuk menggunakan sebuah teknologi. Dalam menggunakan sebuah teknologi, Tingkat keinginan dari seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut dapat dilihat dan dinilai dari sikap kesehariannya dalam menghadapi teknologi tersebut, misalnya motivasinya dalam tetap menggunakan serta keinginannya untuk memotivasi pengguna lain (Khan et al., 2019).

#### **2.1.6 Actual Use**

*Actual use* merupakan Keputusan yang dipilih oleh individu untuk menggunakan sebuah sistem secara berkala, hingga akhirnya akan membentuk kebiasaan baru. *Actual system usage* diartikan sebagai bentuk respon psikomotorik eksternal seseorang yang dapat diukur dengan penggunaan nyata (Davis, 1989)



## 2.2 Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang telah dilakukan oleh 5 peneliti terdahulu dari tahun 2013 sampai 2021 dapat dilihat pada Tabel 2.2 berikut ini :

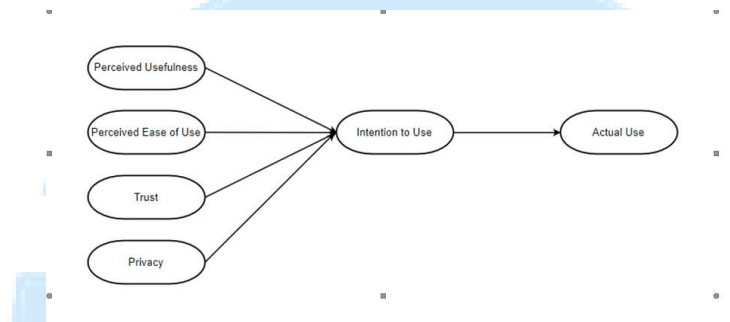
**Tabel 2. 2 Penelitian Sebelumnya**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Publisher	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Gerardo Petruzzello, Marco Giovanni Mariani, Rita Chiesa & Valentina Lanzoni (2021)	E-recruitment: How the User Acceptance of Technology and Identification with the Organization Influence Organizational Attractiveness		E-recruitment, Technology Acceptance Model (TAM)	Situs web yang dirancang dengan baik mampu membantu pengguna untuk mengetahui informasi perusahaan sehingga mereka akan lebih mudah tertarik untuk melamar.
2.	Richard D. Johnson, Diana L. Stone, Kimberly M. Lukaszewski (2020)	The Benefits of eHRM and AI for Talent Acquisition	<i>Journal of TourismFuture</i> Vol. 7 Issue 1	Selection, eHRM, Recruitment, Artificial Inntelligence, Human Resource Management	Pengadopsian teknologi yang selektif seperti eHRM dan AI mampu mengubah sistem perekrutan industri pariwisata dan perhotelan.
3.	Yas A. Alsultanny & Mona F. Alotaibi (2015)	Evaluating the Factors Affecting on Intention Use of E-Recruitment	<i>American Journal of Information Science and Computer</i>	E-recruitment, Intention to Use, Technology Acceptance Model (TAM)	Keberhasilan e-recruitment sangat dipengaruhi oleh persepsi individu.

			<i>Engineering,</i> Vol.1 No.5		
4.	Yioula Melanthiou, Fotis Pavlou, dan Eleni Constantinou (2015)	The Use of Social Network Sites as an E- recruitment Tool	<i>Journal of Transnational Management</i>	E-recruitment	Terdapat 47% dari responden dalam perusahaan perusahaan menunjukkan hubungan positif bahwa e-mrecruitment mampu menarik calon karyawan dibandingkan perusahaan yang belum menerapka e- recruitment.
5.	Kia Kashi & Connie Zheng (2013)	Extending Technology Acceptance Model to E-recruitment Context in Iran	<i>International Journal of Selection and Assessment</i> Vol. 21 Number1 March 2013	E-recruitment, Technology Acceptance Model (TAM)	Kemudahan pengguna dan kegunaan menjadi komponen utama yang mempengaruhi niat pelamar untuk melamar pekerjaan.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

Sumber: Khan (2019)

### Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian serta literatur pendukung yang telah dijabarkan, berikut hipotesis yang telah peneliti rangkai:

#### Hipotesis Pertama

Individu yang menggunakan aplikasi *e-recruitment* merasakan terbantu ketika mengoperasikannya. Persepsi individu yang terbentuk bahwa sistem informasi yang digunakan akan memberi kemudahan serta meningkatkan kinerja sehingga mampu memberikan pengalaman baru bagi penggunaanya akan memunculkan niat dan perilaku seorang individu untuk menggunakan sebuah teknologi. Dalam menggunakan sebuah teknologi, tingkat keinginan dari seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut dapat dilihat dan dinilai dari sikap kesehariannya dalam menghadapi teknologi tersebut, misalnya motivasinya dalam tetap menggunakan serta keinginannya untuk memotivasi pengguna lain. Dengan demikian dapat ditetapkan hipotesis pertama sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: *Perceived usefulness* memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to use*.

## Hipotesis Kedua

Individu yang menggunakan aplikasi *e-recruitment* merasakan kemudahannya ketika mengoperasikan layanan tersebut. Persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) sehubungan persepsi individu yang merasakan kemudahan dalam mengoperasikan teknologi atau sistem informasi akan memunculkan niat dan perilaku seorang individu untuk menggunakan sebuah teknologi. Dengan demikian dapat ditetapkan hipotesis kedua sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: *Perceived ease of use* memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to use*.

## Hipotesis ketiga

Kepercayaan (*Trust*) berkaitan dengan persepsi individu yang terbentuk dalam pemanfaatan teknologi bahwa sistem yang tersedia sesuai dengan kebutuhan yang mereka harapkan. Kepercayaan individu dalam mengoperasikan aplikasi *e-recruitment* dan keyakinan bahwa aplikasi *e-recruitment* mampu memberikan manfaat sesuai yang diharapkan memunculkan niat dan perilaku seorang individu untuk menggunakan sebuah teknologi. Dengan demikian dapat ditetapkan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H<sub>3</sub>: *Trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to use*.

#### Hipotesis ke empat

Pada saat individu merasa aman dan terlindungi ketika memanfaatkan layanan aplikasi *e-recruitment*, maka layanan yang tersedia pada aplikasi memberikan rasa aman bagi penggunanya terkait perlindungan data dan informasi pribadi. Rasa aman bagi penggunanya terkait perlindungan data dan informasi pribadi memunculkan memunculkan niat dan perilaku seorang individu untuk menggunakan sebuah teknologi. Keinginan individu untuk menggunakan teknologi tercermin dari respon positif yang ditunjukkan (Nikou & Economides, 2019). Semakin positif respon yang diberikan, maka indikasi minat untuk menggunakan teknologi tersebut akan semakin kuat. Dengan demikian dapat ditetapkan hipotesis keempat sebagai berikut:

H<sub>4</sub>: *Privacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to use*.

#### Hipotesis kelima

Ketertarikan individu untuk memanfaatkan layanan yang tersedia pada media teknologi menjadikan individu ingin mempelajari cara mengoperasikan layanan yang tersedia pada aplikasi *e-recruitment* yang selanjutnya memunculkan keinginan pada individu untuk menggunakan aplikasi *e-recruitment* secara berkala dan dalam jangka panjang. Kemudahan dalam mengoperasikan *e-recruitment* menjadikan individu tertarik mengaplikasikannya secara berkelanjutan yang menjadikan individu benar-benar mengoperasikan aplikasi *e-recruitment*. Dengan demikian dapat ditetapkan hipotesis kelima sebagai berikut:

H<sub>5</sub>: *Intention to use* memiliki pengaruh signifikan terhadap *actual use*.