

BAB I

PENDAHULUAN

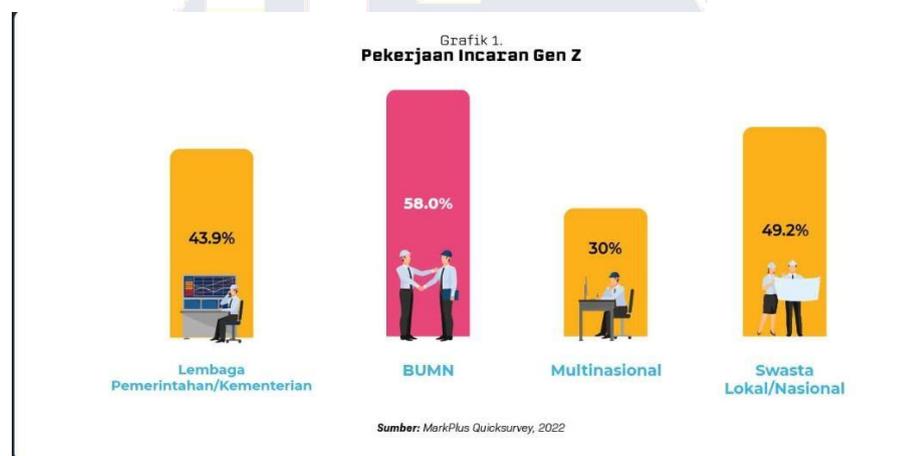
1.1 Latar Belakang Penelitian

BUMN di Indonesia telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Sebagai badan usaha yang sebagian atau seluruh modalnya dimiliki oleh negara, BUMN tidak hanya beroperasi sebagai pemilik bisnis. Memiliki peran strategis dalam mendukung pembangunan nasional dan melaksanakan dua tujuan yang harus dicapai yang bersifat strategis untuk kesejahteraan masyarakat. Yang dilansir dari laporan rencana strategis pada BUMN dan artikel dari (Hakim, 2024)

Yang di lansir katadata bahwa BUMN menjadi salah satu pilihan karier yang diminati banyak orang karena menawarkan gaji dan tunjangan yang kompetitif, dilengkapi berbagai fasilitas seperti akses layanan kesehatan, pendidikan, dan jaminan pensiun yang menarik. Selain itu, bekerja di BUMN sering dianggap sebagai bentuk kontribusi langsung terhadap pembangunan nasional, dengan terlibat dalam proyek-proyek strategis dan layanan publik. Hal ini memberikan kebanggaan dan rasa berarti bagi karyawan yang terlibat, karena mereka turut mendukung kemajuan Indonesia.

Di tengah persaingan global yang semakin kompleks, BUMN terus menghadapi tantangan dengan dedikasi, strategi yang matang, dan kolaborasi dari berbagai pemangku kepentingan. BUMN tetap menjadi pilar penting dalam pembangunan nasional, simbol stabilitas ekonomi, dan representasi kebanggaan bagi bangsa dilansir dari artikel (Anam, 2023). Bagi banyak keluarga di Indonesia, bekerja di BUMN tidak hanya dianggap sebagai pencapaian pribadi, tetapi juga memberikan jaminan kesejahteraan yang berkelanjutan dan rasa aman untuk masa depan.

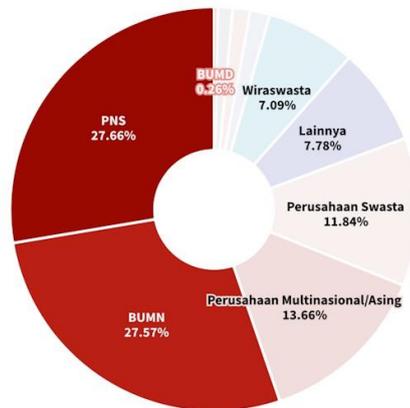
BUMN terus menjadi pilihan populer di kalangan generasi muda, termasuk Gen Z, di Indonesia. Hal ini diperkuat oleh hasil survei yang dilakukan oleh MarkPlus, yang menunjukkan bahwa kestabilan karir, gaji kompetitif, dan citra positif di masyarakat merupakan faktor utama yang menarik perhatian mereka. Selain itu, program pengembangan nilai-nilai perusahaan seperti AKHLAK dan peluang inovatif dalam pengembangan karir semakin memperkuat daya tarik BUMN bagi Generasi Z.



Gambar 1.1 BUMN jadi Incaran Gen Z

Sumber: max.marketeers.com

Menurut Survei MarkPlus QuickSurvey 2022 Pada gambar 1.1 bahwa mayoritas Gen Z 58% menganggap BUMN sebagai pilihan tempat kerja yang paling diminati dan 42% responden memilih Perusahaan swasta nasional, lembaga pemerintahan dan multinasional. Hal ini dipengaruhi oleh daya tarik berupa peluang karir yang stabil dan prospektif, serta citra perusahaan yang memiliki reputasi baik. Generasi Z juga menunjukkan kesadaran tinggi akan pentingnya bekerja di lingkungan perusahaan yang stabil dan memiliki reputasi positif. Mereka ingin berperan dalam pembangunan negara sekaligus memperluas keterampilan dan pengalaman kerja.



Gambar 1.2 Calon pekerja Generasi Z ingin menjadi PNS atau pegawai BUMN 2022

Sumber: theconversation.com

Hasil survei tahun 2022 menunjukkan bahwa BUMN menempati posisi kedua sebagai pekerjaan impian bagi Generasi Z, dengan 27,57% responden memilihnya. Daya tarik BUMN bagi generasi muda, khususnya Gen Z, didorong oleh sejumlah faktor utama. Stabilitas pekerjaan dan kejelasan jalur karir menjadi alasan utama yang menarik perhatian mereka. Selain itu, BUMN dikenal menawarkan lingkungan kerja yang aman dengan kompensasi serta tunjangan yang kompetitif.

Dari sebuah artikel bahwa banyak generasi muda dari Gen Z mengutamakan pekerjaan yang stabil dan aman, terutama dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi global. Reputasi BUMN sebagai institusi yang berkontribusi terhadap pembangunan nasional dan kesejahteraan masyarakat semakin memperkuat daya tariknya di mata anak muda. Selain itu, BUMN menyediakan peluang pengembangan karir melalui berbagai program pelatihan dan inovasi. Bagi Gen Z yang sangat menghargai pembelajaran serta pengembangan diri, BUMN dianggap mampu memenuhi ekspektasi dan kebutuhan mereka untuk tumbuh secara profesional (Salwa, 2023).

Pada sebuah artikel yang menyatakan program *management trainee* dan inisiatif pengembangan talenta muda membuat BUMN menjadi pilihan menarik

bagi generasi ambisius yang mencari lingkungan kerja progresif dan penuh tantangan. Selain itu, kebijakan pemerintah yang mendorong digitalisasi dan inovasi di sektor BUMN turut memikat minat Gen Z. Generasi ini, yang tumbuh di era teknologi, cenderung tertarik pada perusahaan yang berinvestasi dalam transformasi digital dan menyediakan ruang bagi kreativitas. Dengan peluang karir yang stabil, makna pekerjaan, serta fokus pada pengembangan diri, BUMN tetap menjadi opsi utama bagi generasi muda di Indonesia (Salwa, 2024).



Gambar 1.3 6 Perusahaan yang paling diminati oleh Fresh Graduate 2023

Sumber: okezone.com

PT Pertamina, sebagai bagian dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN), menempati posisi kedua sebagai perusahaan incaran para lulusan baru. Perusahaan

ini populer di kalangan *fresh graduate* karena menawarkan gaji kompetitif berkisar antara Rp4-8 juta per bulan. Selain itu, Pertamina menyediakan berbagai manfaat tambahan, seperti tunjangan kesehatan, dana pensiun, dan fasilitas lainnya, yang menjadikannya tempat kerja idaman. Kombinasi kompensasi yang menarik dan jaminan kesejahteraan jangka panjang membuat Pertamina sangat diminati oleh generasi muda yang mencari keseimbangan antara stabilitas finansial dan keamanan kerja di masa depan.

Bagi Gen Z, Pertamina tidak hanya menawarkan stabilitas keuangan, tetapi juga peluang untuk berkembang dalam industri strategis yang memegang peranan penting bagi perekonomian nasional. Generasi ini cenderung memilih perusahaan yang tidak hanya memberikan kompensasi kompetitif, tetapi juga mampu memberikan dampak nyata terhadap masyarakat dan lingkungan. Dengan fokus Pertamina pada agenda keberlanjutan dan pengembangan energi terbarukan, perusahaan ini sejalan dengan nilai-nilai Gen Z yang peduli terhadap isu sosial dan lingkungan. Kesempatan untuk berpartisipasi dalam transformasi energi semakin menarik bagi Gen Z yang ingin berkontribusi pada perubahan positif, menjadikan Pertamina pilihan ideal untuk karir yang bermakna dan berpengaruh yang bersumber dari website Pertamina.

Corporate Social Responsibility (CSR) di PT Pertamina, sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), mencerminkan komitmen perusahaan dalam menjalankan program yang berfokus pada kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar. Berdasarkan informasi dari situs resmi Pertamina, CSR mereka terdiri dari empat pilar utama, yaitu Pertamina Cerdas (untuk pendidikan), Pertamina Sehat (berkaitan dengan kesehatan), Pertamina Hijau (untuk pelestarian lingkungan), dan Pertamina Berdikari (bertujuan untuk pemberdayaan ekonomi). Program-program ini tidak hanya berfokus pada kesejahteraan sosial, tetapi juga bertujuan menciptakan nilai bagi seluruh pemangku kepentingan, sekaligus memperkuat reputasi perusahaan. (Nurjanah et al., 2023) (Hanan et al., 2024).

Berdasarkan situs resmi Pertamina bahwa program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dijalankan oleh PT Pertamina telah terbukti efektif dan

mendapat pengakuan positif di berbagai bidang. Program-program ini dirancang untuk memberikan dampak langsung kepada masyarakat dan lingkungan sekitar area operasional perusahaan. Pertamina secara konsisten menunjukkan komitmen dalam meningkatkan kesejahteraan sosial serta melestarikan lingkungan. Inisiatif CSR mereka fokus pada pemberdayaan masyarakat, pelestarian alam, dan penciptaan dampak positif yang berkelanjutan

Di Indonesia saat ini mendominasi oleh Gen Z, Generasi Z merupakan Generasi yang dikenal dengan generasi jaringan internet yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012. Awal kehidupan generasi Z, mengalami ketidakpastian ekonomi yang disebabkan oleh resesi pada tahun 1998. Oleh karena itu, generasi ini tidak pernah mengalami kehidupan tanpa internet, berbeda dengan generasi sebelumnya, karena mereka lahir dan tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi (Zahra dan Wulandari, 2022).

Tabel 3.1.2 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Tangerang, 2023
Population by Age Groups and Sex in Tangerang Regency, 2023

Kelompok Umur <i>Age Groups</i>	Jenis Kelamin/Sex		Jumlah <i>Total</i>
	Laki-Laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
0–4	128.715	118.538	247.253
5–9	161.588	149.909	311.497
10–14	156.204	145.527	301.731
15–19	99.302	97.164	196.466
20–24	144.228	139.862	284.090
25–29	144.568	140.722	285.290
30–34	152.183	146.657	298.840
35–39	141.590	135.122	276.712
40–44	137.169	139.910	277.079
45–49	118.067	126.550	244.617
50–54	107.374	102.314	209.688
55–59	76.279	71.063	147.342
60–64	51.477	47.900	99.377
65–69	31.830	29.048	60.878
70–74	18.183	16.988	35.171
75+	15.084	18.250	33.334
Kabupaten Tangerang <i>Tangerang Regency</i>	1.683.841	1.625.524	3.309.365

Sumber/Source: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Tangerang/Population and Civil Registration Office of Tangerang Regency

Gambar 1.4 Jumlah Penduduk di Tangerang

Sumber: Badan Pusat Statistik, tahun, 2023

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik atau BPS pada tahun 2023, jumlah penduduk di Tangerang pada kelompok usia 15-19 tahun mencapai 196.466 orang, terdiri dari 99.302 laki-laki dan 97.164 perempuan. Sedangkan pada kelompok usia 20-24 tahun, tercatat sebanyak 284.090 penduduk, dengan rincian 144.228 laki-laki dan 139.862 perempuan. Kelompok usia 25-29 tahun mencatatkan jumlah total 285.290 orang, yang terdiri dari 144.568 laki-laki dan 140.722 perempuan. Semua kelompok usia ini termasuk dalam kategori usia produktif.

Tabel 3.2.1 Jumlah Penduduk Berumur 15 Tahun Keatas Menurut Jenis Kegiatan Selama Seminggu yang Lalu dan Jenis Kelamin di Kabupaten Tangerang, 2023
Population Aged 15 Years and Over by Type of Activity During The Previous Week and Sex in Tangerang Regency, 2023

Kegiatan Utama <i>Main Activity</i>	Jenis Kelamin/Sex		
	Laki-Laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Laki-Laki+ Perempuan <i>Male+Female</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
I. Angkatan Kerja/<i>Economically Active</i>	1.095.944	595.073	1.691.017
1. Bekerja/ <i>Working</i>	1.024.799	548.783	1.573.582
2. Pengangguran Terbuka/ <i>Unemployment</i>	71.145	46.290	117.435
II. Bukan Angkatan Kerja/<i>Not Economically Active</i>	192.365	645.274	837.639
1. Sekolah/ <i>Attending School</i>	83.284	73.485	156.769
2. Mengurus Rumah Tangga/ <i>Housekeeping</i>	37.343	539.701	577.044
3. Lainnya/ <i>Others</i>	71.738	32.088	103.826
Jumlah/Total	1.288.309	1.240.347	2.528.656

Sumber/Source: Badan Pusat Statistik, Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) Agustus/BPS-Statistics Indonesia, August National Labor Force Survey

Gambar 1.5 Angka Pengangguran tahun 2023

Sumber: Badan Pusat Statistik, tahun, 2023

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik atau BPS Tangerang tahun 2023, terdapat 117.435 penduduk berusia 15 tahun ke atas yang tercatat sebagai pengangguran. Dari jumlah tersebut, 71.145 orang adalah laki-laki, sedangkan 46.290 orang lainnya adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat

pengangguran di kalangan laki-laki lebih tinggi dibandingkan perempuan di wilayah tersebut.

Meskipun terdapat jumlah pengangguran yang cukup signifikan di Tangerang, dengan 117.435 orang berusia 15 tahun ke atas, banyak anggota Generasi Z yang tertarik untuk bekerja di BUMN. Fenomena ini terjadi karena persaingan kerja yang ketat dan terbatasnya lapangan pekerjaan. BUMN menjadi pilihan utama bagi banyak pencari kerja karena dikenal memiliki reputasi yang baik, menawarkan kesejahteraan, dan stabilitas kerja. Namun, meskipun banyak yang tertarik, jumlah lowongan yang tersedia tetap lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah pelamar, yang membuat persaingan semakin intens, yang dilansir dari website tirto.id.

Generasi Z lebih cenderung melamar pekerjaan di perusahaan yang memiliki praktik CSR yang baik. Ketertarikan ini disebabkan oleh perhatian dari mereka terhadap isu sosial dan lingkungan, sehingga mereka lebih memilih perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial. CSR yang efektif tidak hanya memberikan keuntungan bagi masyarakat dan lingkungan, tetapi juga dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Reputasi yang positif ini, pada gilirannya, mendorong niat Generasi Z untuk melamar pekerjaan di perusahaan tersebut. Dengan kata lain, perusahaan yang menunjukkan komitmen kuat terhadap CSR akan lebih menarik bagi calon karyawan, karena mereka percaya bahwa perusahaan tersebut menghargai karyawan dan menjalankan praktik bisnis yang baik. CSR berperan sebagai faktor kunci dalam menarik minat Generasi Z untuk melamar pekerjaan, dan hubungan yang positif antara CSR dan reputasi perusahaan semakin memperkuat niat mereka untuk melamar (Selvia Rahmadiani et al., 2024).

BUMN menjadi perhatian para pelamar kerja salah satunya Gen Z. Karena di dalam Perusahaan BUMN mempunyai *Corporate Social Responsibility* atau CSR dapat memperbaiki reputasinya di mata publik sebagai perusahaan yang peduli dan bertanggung jawab. Hal ini dapat membantu memperkuat citra perusahaan dan membedakannya dari para pesaing. Nilai-nilai didalam Perusahaan menjadi minat para Gen Z dalam melamar kerja di BUMN.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang ditemukan, peneliti berkeinginan untuk memahami dan menyelidiki lebih lanjut mengenai variabel-variabel yang ada. Dengan mempertimbangkan bahwa BUMN menduduki posisi pertama sebagai tempat kerja impian dan menjadi pilihan utama bagi generasi Z di era saat ini, peneliti memutuskan untuk fokus pada BUMN sebagai objek penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Intention to Apply* melalui *Corporate Reputation* pada BUMN PT Pertamina Gen Z di Tangerang”

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* pengaruh positif terhadap *Intention to Apply* ?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* pengaruh positif terhadap *Corporate reputation* ?
3. Apakah *Corporate reputation* pengaruh positif terhadap *Intention to Apply* ?
4. Apakah *Corporate reputation* memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan *Intention to Apply* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian yang dilakukan merupakan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui analisis *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to Apply*
2. Untuk mengetahui analisis *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap *Corporate Reputation*
3. Untuk mengetahui analisis *Corporate reputation* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to Apply*

4. Untuk mengetahui analisis *Corporate reputation* memediasi *Corporate Social Responsibility* hubungan antara *Intention to Apply*

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan terdapat yang akan dihasilkan oleh penelitian yang membahas terdapat manfaat yang akan dihasilkan oleh penelitian yang membahas tentang

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat dalam memperluas pemahaman di bidang pengembangan ilmu pengetahuan mengenai

2. Manfaat manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat mendukung dan memberikan manfaat bagi perusahaan-perusahaan

1.5 Batasan Penelitian

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

1. Responden berupa para pencari kerja yang sudah menyelesaikan Pendidikan S1 yang tertarik bekerja di PT Pertamina
2. Variabel penelitian merupakan *Corporate Social Responsibility*, *Corporate reputation*, *Intention to Apply*
3. Penyebaran kuesioner yang dilakukan secara online menggunakan *google form*
4. Objek penelitian Perusahaan, yaitu BUMN PT.Pertamina

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman laporan penelitian ini, penulis menyusun sistematika penulisan yang terbagi dalam beberapa bab, yang disusun dan dikelompokkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu dalam laporan ini menguraikan berbagai hal, seperti latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan penelitian, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab dua dalam laporan ini membahas berbagai teori yang relevan, termasuk teori manajemen, manajemen sumber daya manusia, serta teori-teori lain yang digunakan untuk mendukung penelitian ini. Selain itu, bab ini juga mencakup pengembangan hipotesis, model penelitian yang digunakan, serta ulasan tentang penelitian-penelitian terdahulu yang terkait.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab tiga dalam laporan ini menjelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan, yang meliputi desain penelitian, penentuan populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasional variabel atau skala pengukuran, teknik analisis data, serta uji hipotesis yang dilakukan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab keempat dalam laporan ini membahas hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, termasuk temuan dari kuesioner yang diberikan kepada objek penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima dalam laporan ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, serta saran-saran yang diberikan oleh penulis untuk penelitian selanjutnya, yang bertujuan untuk memberikan panduan bagi penelitian di masa yang akan datang.