



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Proses *recruitment* memegang peranan penting dalam perusahaan, karena pada tahapan ini perusahaan dapat menyaring calon karyawan yang tepat dari sekian banyak lamaran yang masuk. Dari sekian banyak lamaran yang masuk, hanya beberapa kandidat yang cocok mengisi posisi kosong di perusahaan. Perusahaan perlu memilih calon karyawan terbaik untuk posisi kosong agar pekerjaan yang dilakukan dapat berjalan efektif.

Ada 3 tahapan dalam proses *recruitment*, yaitu menghasilkan pelamar, mengelola pelamar, dan mempengaruhi pilihan pekerjaan si pelamar (Allen, Mahto, & Otondo, 2007). Pada tahap menghasilkan pelamar, hal yang harus dilakukan pertama kali adalah menarik minat karyawan terhadap perusahaan. Ada beberapa *recruitment sources* yang biasa digunakan oleh perusahaan untuk menarik minat pelamar, yaitu melalui *recruitment advertising*, *recruitment events*, *publicity* dan *word of mouth* (Van Hoyer, 2012). Perusahaan menggunakan *recruitment sources* untuk menyampaikan kepada calon pelamar sejumlah informasi yang ingin disampaikan perusahaan mengenai perusahaan dan posisi kosong yang tersedia. Setiap *recruitment source* yang digunakan perusahaan dimaksudkan untuk menarik minat calon pelamar pada perusahaan, terutama tentunya calon pelamar potensial.

Mengikuti perkembangan teknologi dan internet saat ini, salah satu media yang perusahaan gunakan sebagai *recruitment sources* ialah melalui *online recruitment*. Secara operasional, *online recruitment* memiliki kontribusi terhadap efektivitas proses *recruitment* dengan menginformasikan kepada calon pelamar berpotensi mengenai kesempatan kerja yang tersedia dalam perusahaan (Birgelen, Wetzels, & Dolen, 2008). Media untuk *online recruitment* beraneka ragam, seperti *website* perusahaan, *social networking* (Facebook dan LinkedIn), serta *job board* (JobStreet dan JobsDB).

Sedikit riset telah menyelidiki bahwa salah satu *sources* terbaru dan pertumbuhannya tercepat yang banyak digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelamar potensial ialah *website* perusahaan (Allen, Mahto, & Otondo, 2007). Dibandingkan dengan *recruitment sources* lainnya yang bersifat tradisional (Contoh: iklan lowongan kerja pada koran atau majalah), *recruitment* melalui internet memiliki potensi untuk menangkap lebih banyak *job seekers* pada tahap awal proses *recruitment*, dimana *job seekers* dapat mengakses informasi mengenai perusahaan dan pekerjaan (Birgelen, Wetzels, & Dolen, 2008). Perusahaan melihat bahwa sekarang ini para pelamar mencari pekerjaan bisa melalui berbagai macam cara, salah satunya ialah menggunakan internet. Apalagi pelamar saat ini, terutama sarjana muda sudah mengenal teknologi dan mencari informasi mengenai perusahaan lewat *website*. Di beberapa bagian dunia, ada sekitar 80% calon karyawan yang menghabiskan waktunya pada *website* perusahaan selama mencari pekerjaan (Allanson, 2012). Di Indonesia sendiri, penggunaan *website* perusahaan merupakan satu dari tujuh *recruitment tools* yang paling

sering dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mencari calon karyawan (Kuswanto, 2012).

Tetapi banyak dari HR profesional saat ini yang cenderung lupa bahwa cara yang paling ampuh untuk menarik calon karyawan adalah melalui *karir site* yang ada pada *website* perusahaan (Allanson, 2012). Karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Informasi Perusahaan dan Pekerjaan Melalui Website Perusahaan terhadap Ketertarikan Pelamar Kerja di Wilayah Jabodetabek” dengan mengacu pada jurnal utama yang berjudul “Web-Based Recruitment: Effects of Information, Organizational Brand, and Attitudes Toward a Web Site on Applicant Attraction”.

1.2. Rumusan Masalah

Sekarang ini banyak cara bagi para calon karyawan untuk mendapatkan informasi lowongan pekerjaan. Perusahaan pun menggunakan berbagai macam media untuk menarik calon karyawan melamar pada perusahaannya. Tetapi ada faktor-faktor yang mempengaruhi ketertarikan calon karyawan terhadap perusahaan yang memicu calon karyawan mau melamar pada perusahaan tersebut. Karena itu penulis bermaksud meneliti beberapa permasalahan di bawah ini:

1. Apakah *organization information* pada *website* perusahaan memiliki pengaruh terhadap ketertarikan *job seekers* pada perusahaan (*attitude toward organization*)?

2. Apakah *job information* pada *website* perusahaan memiliki pengaruh terhadap ketertarikan *job seekers* pada perusahaan (*attitude toward organization*)?
3. Apakah *website's aesthetic feature* pada *website* perusahaan memiliki pengaruh terhadap ketertarikan *job seekers* pada perusahaan (*attitude toward organization*)?
4. Apakah *organization information* pada *website* perusahaan memiliki pengaruh terhadap *attitude toward website*?
5. Apakah *job information* pada *website* perusahaan memiliki pengaruh terhadap *attitude toward website*?
6. Apakah *website's aesthetic feature* pada *website* perusahaan memiliki pengaruh terhadap *attitude toward website*?
7. Apakah *attitude toward website* memiliki pengaruh terhadap *attitude toward organization*?
8. Apakah *organization information*, *job information*, dan *website's aesthetic feature* pada *website* perusahaan memiliki pengaruh terhadap *employment intention* jika dimediasi oleh *attitude toward organization*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui bahwa *organization information* pada *website* perusahaan memiliki pengaruh terhadap ketertarikan *job seekers* pada perusahaan (*attitude toward organization*).

2. Mengetahui bahwa *job information* pada *website* perusahaan memiliki pengaruh terhadap ketertarikan *job seekers* pada perusahaan (*attitude toward organization*).
3. Mengetahui bahwa *website's aesthetic feature* pada *website* perusahaan memiliki pengaruh terhadap ketertarikan *job seekers* pada perusahaan (*attitude toward organization*).
4. Mengetahui bahwa *organization information* pada *website* perusahaan memiliki pengaruh terhadap *attitude toward website*.
5. Mengetahui bahwa *job information* pada *website* perusahaan memiliki pengaruh terhadap *attitude toward website*.
6. Mengetahui bahwa *website's aesthetic feature* pada *website* perusahaan memiliki pengaruh terhadap *attitude toward website*.
7. Mengetahui bahwa *attitude toward website* memiliki pengaruh terhadap *attitude toward organization*.
8. Mengetahui bahwa *organization information*, *job information*, dan *website's aesthetic feature* pada *website* perusahaan memiliki pengaruh terhadap *employment intention* jika dimediasi oleh *attitude toward organization*.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat akademis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan informasi yang tepat sehingga bermanfaat bagi pembaca. Melalui penelitian ini

pembaca diharapkan mendapatkan pembelajaran dan informasi yang baru mengenai adanya pengaruh informasi dan tampilan *website* perusahaan terhadap ketertarikan pelamar kerja.

1.4.2. Manfaat kontribusi praktis

Penulis juga berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi potensial informasi dan referensi kepada pembaca mengenai *web-based recruitment* dan pengaruhnya pada pelamar kerja.

1.4.3. Manfaat bagi peneliti

Penulis berharap penelitian ini membuat penulis lebih memahami pengaruh informasi mengenai perusahaan dan pekerjaan terhadap ketertarikan pelamar pada perusahaan.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi ini terbagi atas 6 bab, dimana setiap bab memiliki fungsinya masing-masing. Keenam bab ini memiliki keterkaitan antara satu dengan lainnya yang membuat skripsi ini menjadi jelas dan lengkap. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah yang ditemukan penulis sehingga penulis memutuskan untuk melakukan penelitian ini. Di samping itu, bab ini juga berisikan tujuan dan manfaat dari penelitian.

Bab II: Tinjauan Kepustakaan

Bab ini berisi landasan teori yang digunakan dalam penelitian, yaitu teori mengenai *recruitment*, *organizational attractiveness*, *information*, *website's aesthetic feature*, *attitude*, dan *applicant attraction*. Selain itu pada bab ini juga dijelaskan mengenai hubungan antar variabel penelitian dan model serta hipotesa penelitian

Bab III: Metodologi Penelitian

Bab ini berisi konsep dasar pembuatan skripsi, seperti gambaran umum objek penelitian, desain penelitian, teknik pengumpulan data yang akan digunakan, definisi variabel operasional pada penelitian ini, serta teknik analisis yang akan digunakan.

Bab IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi pembahasan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan beserta paparan hasil kuesioner pada saat pengumpulan data. Hasil kuesioner yang sudah diperoleh akan dihubungkan dengan teori yang dan hipotesa yang dijelaskan dalam Bab II.

Bab V: Kesimpulan dan Saran

Bab terakhir dalam skripsi ini membahas kesimpulan dan saran dari penulis mengenai penelitian yang telah dilakukan berdasarkan analisis data yang sudah dibahas di bab sebelumnya.