

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Pada tinjauan Pustaka ini akan dijelaskan berbagai pengertian serta uraian yang berkaitan dengan *e-recruitment*, karakteristik pekerjaan, pengembangan karir, dan minat melamar pekerjaan.

2.1.1 E-recruitment

E-recruitment yaitu suatu kegiatan yang menggunakan internet atau media sosial untuk menarik kandidat atau para calon karyawan yang memiliki kemampuan atau berkompeten. Pada *e-recruitment* ini perusahaan memanfaatkan situs perusahaan mereka maupun menggunakan jasa iklan untuk mengumumkan adanya lowongan pekerjaan secara *online* (Shalahuddin dkk., 2022).

E-recruitment sebagai “pengorganisasian proses dan aktivitas rekrutmen melalui teknologi dan agen manusia, memfasilitasi kolaborasi dan interaksi yang tidak bergantung pada ruang dan waktu untuk mengidentifikasi, menarik, dan mempengaruhi kandidat yang kompeten” (Rahmawati & Ratnasari, 2021)

E-recruitment adalah proses rekrutmen *online* (memanfaatkan media internet) dimana lowongan kerja dibagikan melalui situs web perusahaan dan para pelamar pekerjaan bisa mengirimkan CV atau resume mereka dalam bentuk elektronik melalui web tersebut atau melalui email atau format elektronik lainnya (Alimah dkk., 2021).

Dapat disimpulkan bahwa *E-recruitment* adalah sebuah informasi lowongan pekerjaan yang dibuat dalam bentuk iklan atau komersial yang berguna untuk merekrut karyawan secara online, untuk mendapatkan karyawan yang mereka butuhkan (Rahmawati & Ratnasari, 2021).

2.1.1.1 Metode *E-recruitment*

Metode yang dapat dipilih dan diterapkan oleh perusahaan dalam pelaksanaan *E-recruitment* menurut Puri & Wisnu (2020), yaitu:

1. Situs Web perusahaan

Situs web perusahaan adalah strategi paling utama dalam proses rekrutmen. Media *online* ini memfasilitasi berbagai macam informasi yang berguna terkait perusahaan serta informasi mengenai lowongan pekerjaan yang tersedia bagi para calon tenaga kerja. Situs web perusahaan yang di kelola dengan baik diharapkan akan dapat meningkatkan pelamar pekerjaan.

2. *Online Job Boards*

Online Job Boards adalah salah satu metode yang berbentuk seperti iklan. Metode ini dapat menerima lamaran hingga 5 juta pelamar dari seluruh dunia, lebih murah, dan dapat bekerja selama 24 jam.

3. *Social Media*

Social Media adalah salah satu sarana yang paling sering digunakan dalam *e-recruitment*. Melalui situs seperti LinkedIn, perusahaan tidak hanya dapat mengetahui Curriculum Vitae, tapi juga dapat mengetahui

informasi lengkap terkait contoh pekerjaan melalui profil *social media* pelamar kerja.

4. Mobile Recruitment

Seperti halnya *mobile marketing*, proses rekrutmen dengan menggunakan telepon genggam juga memfasilitasi konten yang dibutuhkan oleh pelamar kerja dengan hanya mengakses perangkat telepon genggam yang mereka punya. *Mobile recruitment* memungkinkan perusahaan untuk memproduksi iklan yang unik dan menarik melalui aplikasi, untuk menarik calon tenaga kerja profesional untuk melamar (Puri & Wisnu, 2020).

2.1.1.2 Proses *E-recruitment*

Proses *e-recruitment* terdiri dari empat tahap menurut Ismanto & Cynthia (2019) adalah sebagai berikut.

1. Untuk menarik kandidat, reputasi organisasi, teknologi online, dan metode lainnya harus digunakan untuk menarik sebanyak mungkin kandidat potensial ke situs web organisasi. Organisasi dapat melakukan hal ini dengan memberikan informasi tentang pekerjaan dan kondisi kerja. Jika berminat, calon kandidat sebaiknya membuat akun yang biasanya menggunakan email. Setelah mendapatkan akun, calon kandidat dapat melihat pekerjaan yang tersedia. Jika calon kandidat tertarik untuk posisi ini, calon kandidat akan mengajukan lamaran dengan melampirkan CV.
2. Organisasi melakukan penyortiran pelamar. Kandidat yang memenuhi syarat untuk mengikuti tahap selanjutnya akan diberitahukan melalui email

yang telah mereka daftarkan. Hal ini juga berkaitan dengan melakukan tes *online, interview* melalui telepon, melihat probabilitas antara keterampilan pelamar dengan kebutuhan perusahaan dari data pribadi dan CV pelamar.

3. Organisasi akan menghubungi kandidat yang diinginkan. Dengan internet memungkinkan organisasi bekerja lebih cepat untuk hubungi kandidat yang paling dicari melalui email atau memberikan informasi melalui website perusahaan.
4. Langkah keempat yang cukup penting adalah bertemu langsung terkait dengan kesepakatan akhir oleh perusahaan dan calon karyawan. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan panggilan telepon atau email untuk mempersiapkan pertemuan dan kontak fisik secara langsung (Ismanto & Cynthia, 2019).

2.1.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi *E-recruitment*

E-recruitment memiliki beberapa keunggulan yang menjadi faktor penggunaan *e-recruitment* menurut Akila dkk (2020), antara lain:

1. Biaya yang dibutuhkan per kandidat berkurang jika dibandingkan dengan proses rekrutmen secara *offline*.
2. Kandidat dengan cakupan seluruh dunia, sehingga calon karyawan dapat direkrut dari daerah manapun di dunia.
3. Keuntungan bagi calon karyawan dapat mengetahui perusahaan melalui internet. Sama seperti perusahaan yang bisa mengetahui calon karyawan melalui CV yang diunggah.
4. Tidak perlu menghabiskan banyak waktu untuk mencari calon karyawan.

5. Calon karyawan yang sesuai untuk penerimaan awal dapat dipilih dan direkrut melalui rekrutmen elektronik dengan mencocokkan CV calon karyawan berdasarkan profil pekerjaan.
6. Proses rekrutmen menjadi lebih metodis/sistematis untuk mencatat rincian pelamar. Jadi, detail yang direkam akan dirujuk untuk penggunaan nanti (Akila dkk., 2020)

2.1.1.4 Indikator *E-recruitment*

Indikator *e-recruitment* menurut Fridantara & Muafi (2018) adalah sebagai berikut.

1. *Perceived of Usefulness*, berhubungan dengan seberapa jauh orang percaya bahwa dengan menggunakan *e-recruitment* dapat meningkatkan efektifitas seseorang dalam pencarian kerja. *Perceived of Usefulness* terdiri dari beberapa poin, yaitu:
 - a. *Using e-recruitment sites enable me to look for job quickly*, yaitu tanggapan bahwa menggunakan *e-recruitment* dapat mempercepat proses mencari kerja.
 - b. *Using e-recruitment sites improved my job searches*, tanggapan bahwa menggunakan *e-recruitment* meningkatkan proses pencarian kerja.
 - c. *Using e-recruitment sites to look for job was very effective*, tanggapan bahwa menggunakan *e-recruitment* untuk pencarian pekerjaan sangat efektif.

- d. *Using e-recruitment site made it easier for me to look for jobs*, tanggapan bahwa menggunakan *e-recruitment* memudahkan pada pencarian pekerjaan.
2. *Perceived of ease*, berkaitan dengan sejauh mana orang percaya bahwa *e-recruitment* mudah digunakan. *Perceived of ease*, terdiri dari beberapa poin, yaitu:
- a. *Learning to e-recruitment sites was easy for me*, tanggapan bahwa mempelajari situs *e-recruitment* merupakan hal yang sangat mudah.
 - b. *I found it easy to do what I want to do in e-cruitment sites*, tanggapan bahwa pengguna mudah melakukan apa yang diinginkan dengan situs *e-recruitment*.
 - c. *My interaction with e-recruitment sites was clear and understandable*, tanggapan bahwa interaksi pengguna melalui situs *e-recruitment* jelas dan mudah dimengerti.
 - d. *It was easy for me to become skillful at using erecruitment sites*, tanggapan bahwa mudahnya penggunaan situs *e-recruitment* sehingga ia menjadi mahir (Fridantara & Muafi, 2018)

2.1.2 Karakteristik Pekerjaan

Karakteristik pekerjaan adalah uraian informasi dari pekerjaan yang menyangkut berbagai tanggung jawab serta tugas-tugas yang diberikan pada karyawan serta pembebanan kewajiban pekerjaan pada karyawan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa karakter dari masing-masing pekerjaan itu berbeda-

beda termasuk didalamnya tugas, tanggung jawab dan juga cara menyelesaikannya (Elbadiansyah, 2019).

Karakteristik Pekerjaan merupakan rancangan pekerjaan yang akan memudahkan dalam mencapai tujuannya. Artinya jika suatu pekerjaan memiliki rancangan yang baik, maka akan memudahkan untuk menjalankan pekerjaan tersebut secara tepat dan benar (Ahmad dkk., 2019).

Karakteristik pekerjaan merupakan sifat tugas yang meliputi keanekaragaman tugas dan besarnya tanggung jawab yang diberikan kepada pegawai beserta umpan baliknya (Hajati dkk., 2018).

Dari beberapa pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa karakteristik pekerjaan adalah rancangan informasi dari pekerjaan yang menyangkut berbagai tanggung jawab serta tugas-tugas yang diberikan kepada pegawai serta umpan balik yang akan memudahkan dalam mencapai tujuannya.

2.1.2.1 Tahap Karakteristik Pekerjaan

Tahapan karakteristik pekerjaan menurut Rahardjo (2022) dijabarkan sebagai berikut.

1. Identifikasi

Identifikasi yaitu dimana judul pekerjaan, departemen, hubungan pelaporan, lokasi dan tanggal analisis dapat diberikan. Biasanya, disarankan untuk mencatat informasi lain yang berguna dalam melacak pekerjaan dan karyawan melalui sistem SDM.

2. Ringkasan Umum

Ringkasan umum adalah pernyataan singkat tentang tanggung jawab umum dan komponen yang membuat pekerjaan itu berbeda dari yang lain.

3. Fungsi dan Tugas Esensial

Berisi pernyataan yang jelas dan tepat tentang tugas utama, tugas dan tanggung jawab yang dilakukan. Ini tetap menjadi pertimbangan, pekerjaan dan tugas utama yang harus dilakukan oleh individu tertentu saat melakukan pekerjaan tertentu.

4. Spesifikasi Pekerjaan

Berisi kualifikasi yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan dengan memuaskan. Spesifikasi pekerjaan biasanya dinyatakan sebagai:

- a. Pengetahuan, keterampilan dan kemampuan.
- b. Pendidikan dan pengalaman
- c. Persyaratan fisik atau kondisi kerja.

5. Sangkalan dan Persetujuan

Berisi tanda tangan persetujuan oleh manajer yang sesuai dan penafian hukum. Penafian ini memungkinkan pemberi kerja untuk mengubah tugas pekerjaan karyawan atau meminta karyawan untuk melakukan tugas yang tidak tercantum, sehingga uraian tugas tidak dipandang sebagai kontrak antara pemberi kerja dan karyawan (Rahardjo, 2022).

2.1.2.2 Indikator Karakteristik Pekerjaan

Indikator karakteristik pekerjaan menurut Suhartini (2022) adalah sebagai berikut.

1. Variasi Keterampilan yang Dibutuhkan (*Skill Variety*)

Variasi keterampilan yang dibutuhkan adalah suatu tingkatan dimana pekerjaan membutuhkan variasi aktivitas yang berbeda dalam menyelesaikan pekerjaan yang melibatkan sejumlah keterampilan dan bakat yang berbeda dari karyawan pada perusahaan. Indikator untuk variasi keterampilan yang dibutuhkan antara lain:

- a. Keragaman pekerjaan.
- b. Keragaman keterampilan.

2. Jati Diri Tugas (*Task Identity*)

Jati diri tugas adalah suatu tingkatan dimana pekerjaan membutuhkan penyelesaian menyeluruh dan teridentifikasi pembagiannya, oleh karena itu seseorang terlibat mengerjakan pekerjaan dari awal sampai akhir dengan hasil yang memungkinkan. Indikator untuk dimensi ini adalah:

- a. Kemungkinan penyelesaian tugas.
- b. Kesesuaian tugas dengan posisi karyawan.

3. Signifikansi Tugas

Signifikansi tugas adalah suatu tingkatan dimana pekerjaan adalah penting dan melibatkan kontribusi yang berarti terhadap organisasi atau masyarakat pada umumnya. Indikator signifikansi tugas antara lain:

- a. Kepentingan tugas.
- b. Dampak tugas bagi perusahaan.
- c. Dampak tugas bagi masyarakat.

4. Otonomi

Otonomi adalah suatu tingkatan dimana pekerjaan memberikan kebebasan secara substansial, kemerdekaan dan keleluasaan dalam membuat *schedule* pekerjaan dan menentukan prosedur yang digunakan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan. Adapun untuk Indikator otonomi antara lain:

- a. Kebebasan karyawan menjalankan pekerjaannya.
- b. Kewenangan karyawan dalam pekerjaannya.
- c. Tanggung jawab pekerjaan.

5. Umpan Balik Pekerjaan (*Feedback*)

Umpan balik pekerjaan adalah suatu tingkatan dimana hasil aktifitas penyelesaian pekerjaan diperoleh langsung oleh karyawan dan informasi yang jelas mengenai seberapa baik pekerjaan telah dikerjakan. Indikator umpan balik pekerjaan antara lain:

- a. Umpan balik yang timbul dari pekerjaan.
- b. Umpan balik yang diberikan rekan kerja.
- c. Umpan balik yang diberikan atasan (Suhartini, 2022).

2.1.3 Pengembangan Karir

Pengembangan karir merupakan serangkaian proses peningkatan kemampuan kerja individu, yang dilakukan untuk mencapai karir yang diinginkan dan bertujuan untuk menyelaraskan kebutuhan dan tujuan karyawan dengan peluang karir yang ditawarkan di perusahaan saat ini dan di masa depan (Srihasnita & Hirna, 2021).

Pengembangan karir merupakan kegiatan untuk melakukan perencanaan karir dengan tujuan meningkatkan karir pribadi dimasa depan agar kehidupannya menjadi lebih baik (Saefullah, 2021).

Pengembangan karir adalah perpindahan yang memperbesar tanggungjawab karyawan ke jabatan yang lebih tinggi dalam sebuah organisasi sehingga kewajiban, hak dan status menjadi lebih besar (Akhmal dkk., 2019).

Pengembangan karir adalah serangkaian kegiatan yang mengarah pada penjajakan dalam memperkuat pencarian karir masa depan seseorang (Srihasnita & Hirna, 2021).

Pengembangan karir merupakan suatu cara bagi sebuah organisasi untuk mendukung atau meningkatkan produktivitas para karyawan dewasa ini, sementara sekaligus mempersiapkan mereka untuk dunia yang berubah (Lumi, 2019).

Berdasarkan definisi yang telah diuraikan sebelumnya dapat disimpulkan pengembangan karir adalah perencanaan karir dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan kerja karyawan agar dapat mencapai tujuan karir dimasa depan seperti perpindahan status yang lebih tinggi dalam perusahaan.

2.1.3.1 Tujuan Pengembangan Karir

Terdapat 6 tujuan pengembangan karir menurut Mangkunegara (2013), yaitu:

1. Membantu untuk mencapai tujuan individu dan perusahaan.
2. Menunjukkan hubungan kesejahteraan karyawan.
3. Mendorong karyawan menyadari kemampuan potensial mereka.

4. Memperkuat hubungan antara karyawan dan perusahaan.
5. Mengurangi *turnover* dan biaya kepegawaian.
6. Mengurangi keuasangan profesi dan manajerial (Mangkunegara, 2013).

2.1.3.2 Bentuk-bentuk Pengembangan Karir

Bentuk-bentuk pengembangan karir secara umum menurut Rachmawati (2019) adalah sebagai berikut.

1. Pendidikan dan Pelatihan

Tujuan yang ingin dicapai dari pendidikan dan pelatihan ini menurut dibagi menjadi 2, yaitu tujuan umum antara lain untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas organisasi dan tujuan khusus terdiri dari:

- a. Meningkatkan produktivitas
- b. Meningkatkan kualitas
- c. Meningkatkan mutu dan perencanaan
- d. Meningkatkan tenaga kerja
- e. Meningkatkan semangat dan moral sebagai balas jasa tidak langsung
- f. Mencegah kedaluarsanya kemampuan karyawan
- g. Kesempatan untuk pengembangan diri.

2. Promosi

Promosi yang diartikan sebagai perubahan posisi atau jabatan pekerjaan dari tempat yang lebih rendah ke tempat yang lebih tinggi, dengan tanggung jawab, tugas wewenang yang lebih tinggi dari jabatan sebelumnya. Beberapa persyaratan umum yang dijadikan pedoman dalam melakukan promosi adalah pengalaman atau senioritas, tingkat pendidikan, loyalitas,

kejujuran, tanggung jawab, kepandaian bergaul, prestasi kerja, dan inisiatif kreatif.

3. Mutasi

Mutasi atau pemindahan adalah kegiatan dari pimpinan yang lain yang dianggap setingkat atau sejajar. Mutasi karyawan umumnya merupakan tidak lanjut dari penilaian prestasi kerja karyawan yang ada dalam sebuah perusahaan yang dicapai oleh karyawan yang bersangkutan. Mutasi merupakan suatu kegiatan rutin pada sebuah organisasi untuk melaksanakan prinsip "*The righ man in the righ place*", sehingga pekerjaan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien (Rachmawati, 2019).

2.1.3.3 Indikator Pengembangan Karir

Indikator pengembangan karir menurut Yolinsa & Marlius (2023) adalah sebagai berikut.

1. Perlakuan yang adil dalam berkarir

Perlakuan adil hanya mungkin terjadi jika kriteria promosi didasarkan pada aspek objektif, wajar, dan diketahui secara luas di kalangan karyawan.

2. Kepedulian para atasan langsung

Karyawan biasanya ingin berpartisipasi langsung dalam perencanaan karir yang dilakukan oleh perusahaan. Salah satu bentuk perlakuannya adalah dengan memberikan umpan balik kepada karyawan tentang kinerja tugas masing-masing karyawan ketika diketahui ada peluang yang perlu diatasi. Umpan balik ini pada gilirannya menjadi bahan penting bagi

karyawan mengenai langkah pertama apa yang harus mereka ambil untuk meningkatkan peluang promosi mereka.

3. Informasi tentang berbagai peluang promosi

Biasanya, karyawan berharap diberi tahu tentang peluang promosi oleh perusahaan. Pendekatan ini sangat penting, terutama ketika lowongan diisi melalui proses seleksi internal yang kompetitif. Ketika akses tersebut tidak ada atau sangat terbatas, karyawan dengan mudah berasumsi bahwa prinsip keadilan, kesetaraan, dan peluang harus dijunjung tinggi di dalam suatu perusahaan atau organisasi.

4. Adanya minat untuk di promosikan

Pendekatan yang tepat untuk membangkitkan minat terhadap pengembangan karir karyawan adalah pendekatan yang fleksibel dan proaktif. Artinya minat karyawan terhadap pengembangan karir sangat bersifat individualistis. Seorang karyawan memperhitungkan berbagai faktor seperti usia, jenis kelamin, jenis dan sifat pekerjaan saat ini, pendidikan yang diselesaikan, jumlah tanggungan dan banyak faktor lainnya. Berbagai faktor tersebut dapat mempengaruhi minat seseorang dalam mengembangkan karirnya.

5. Tingkat kepuasan

Meskipun secara umum dapat dikatakan bahwa setiap orang ingin maju, termasuk karir, namun ukuran keberhasilan yang digunakan berbeda-beda. Perbedaan tersebut berasal dari tingkat kepuasan, dan pada akhirnya bukan berarti berhasil mencapai posisi tertinggi dalam organisasi, namun juga

berarti kesediaan untuk menerima kenyataan bahwa karena berbagai faktor pembatas yang dihadapi seseorang. Karyawan merasa puas ketika mereka dapat mencapai tingkat tertentu dalam kariernya, meskipun mereka tidak dapat menaiki banyak jenjang karier. Tegasnya, seseorang dapat merasakan kepuasan apabila mengetahui bahwa hasil yang dicapainya adalah hasil yang maksimal dan usaha untuk mencapai jenjang yang lebih tinggi tidak ada gunanya karena tidak mungkin dicapai. Artinya setiap orang mempunyai tingkat kepuasannya masing-masing (Yolinza & Marlius, 2023).

2.1.4 Minat Melamar Pekerjaan

Minat melamar pekerjaan yaitu proses ketertarikan untuk mempunyai pekerjaan diawali dengan mencari informasi mengenai lowongan pekerjaan, selanjutnya calon karyawan akan membuat pilihan dan keputusan di perusahaan mana yang akan dilamar tergantung pada informasi lowongan pekerjaan yang dikumpulkan dan didapatkan (Febrianti & Hendratmoko, 2022).

Minat melamar pekerjaan adalah proses ketertarikan seseorang untuk memiliki pekerjaan yang diawali dari berbagai upaya dalam mencari informasi mengenai lowongan pekerjaan, baik yang berasal dari sumber internal maupun sumber eksternal organisasi, selanjutnya pelamar menentukan pilihan dan memutuskan organisasi mana yang akan dilamar (Ekhsan dkk., 2022)

Minat melamar pekerjaan merupakan suatu keinginan dalam diri individu atas ketertarikan terhadap suatu pekerjaan dengan menunjukkan suatu

upaya mencari informasi lowongan pekerjaan dari beberapa perusahaan untuk pengambilan keputusan agar mendapatkan pekerjaan yang diinginkan (Shalahuddin dkk., 2022).

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat melamar pekerjaan merupakan suatu proses ketertarikan seseorang untuk memiliki sebuah pekerjaan yang diawali dari segala upaya pencarian informasi-informasi lowongan pekerjaan yang bisa didapat dari sumber internal maupun eksternal perusahaan, menentukan pilihan kemudian pengambilan suatu keputusan perusahaan mana yang akan dilamar (Shalahuddin dkk., 2022).

Terdapat beberapa proses yang perlu diperhatikan oleh calon karyawan terhadap minat mereka dalam melamar pekerjaan di suatu perusahaan. Pertama seorang calon karyawan perlu mengetahui apa pekerjaan yang benar-benar dia inginkan, yang kedua calon karyawan perlu mencari informasi terkait perusahaan tersebut melalui situs rekrutmen atau media sosial resmi dari perusahaan yang akan dilamar agar calon karyawan benar-benar memahami perusahaan tersebut lebih jelas dan dalam. Terakhir calon karyawan perlu membuat keputusan untuk bekerja di perusahaan tersebut atau tidak (Shalahuddin dkk., 2022).

2.1.4.1 Indikator Minat Melamar Pekerjaan

Indikator pada minat melamar pekerjaan menurut Fatimah dkk. (2021), yaitu:

1. Kebutuhan akan pekerjaan

Calon karyawan tertarik melamar pekerjaan dikarenakan adanya suatu kebutuhan akan pekerjaan untuk menghasilkan pendapatan.

2. Pencarian informasi pekerjaan

Calon karyawan mencari informasi-informasi tentang lowongan pekerjaan yang tersedia di suatu perusahaan melalui berbagai media informasi baik website perusahaan maupun media sosial atau iklan yang tersebar di internet.

3. Menentukan pilihan pekerjaan

Calon karyawan mulai mempertimbangkan dan menentukan pilihan dari beberapa informasi lowongan pekerjaan yang didapat sesuai dengan keinginannya dan kemampuan yang dimiliki oleh calon karyawan yang akan melamar suatu pekerjaan.

4. Pembuatan keputusan

Calon karyawan membuat keputusan perusahaan mana yang akan dilamar berdasarkan hasil pertimbangan yang telah dilakukan seperti kesesuaian kemampuan yang calon karyawan miliki dan kemampuan yang perusahaan butuhkan untuk mengisi suatu jabatan (Fatimah dkk., 2021).

2.1.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya, di samping itu penelitian terdahulu membantu penelitian dalam memposisikan

penelitian serta menunjukkan orisinalitas dari penelitian. Berikut tabel penelitian terdahulu.

Tabel 2.1
Tabel Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	2	3	4	5
1.	Peneliti: Febrianti & Hendratmoko (2022); Judul Penelitian: Pengaruh kompensasi, karakteristik pekerjaan, tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan	Variabel independen: Karakteristik pekerjaan; Variabel dependen: Minat melamar pekerjaan	1. Variabel independen: Kompensasi, tanggung jawab sosial perusahaan, dan reputasi perusahaan 2. Subjek penelitian: Seseorang yang telah memasuki usia diijinkan pemerintah untuk bekerja yaitu 18 tahun keatas; Pernah melamar pekerjaan minimal 2 kali; Terdaftar sebagai pencari kerja; dan Berdomisili di Kabupaten Sukoharjo. 3. Lokasi penelitian: Kabupaten Sukoharjo	Dalam penelitian ini didapatkan hasil yaitu kompensasi dan karakteristik pekerjaan terhadap minat melamar pekerjaan di Kabupaten Sukoharjo secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan. Sedangkan tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan di Kabupaten Sukoharjo secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan
2.	Peneliti: Handi & Safitri (2023); Judul penelitian: Pengaruh Reputasi Perusahaan, <i>E-recruitment</i> , Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Di Kabupaten Bekasi	Variabel independen: <i>E-recruitment</i> ; Variabel dependen: Minat melamar kerja	1. Variabel independen: Reputasi Perusahaan dan kompensasi 2. Subjek penelitian: Karyawan yang sudah melamar dan diterima oleh perusahaan di kabupaten Bekasi	Hasil penelitian berdasarkan perhitungan SPSS dinyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja,

1	2	3	4	5
			3. Lokasi penelitian: Kabupaten Bekasi	erecruitment berpengaruh positif dan signifikan serta kompensasi tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat melamar kerja di kabupaten Bekasi.
3	Peneliti: Rahmawati, SE. MM. & Ratnasari, SE. MM. (2021); Judul penelitian: Pengaruh Online Recruitment dan Persepsi Pencari Kerja Terhadap Niat Melamar Pekerjaan (Studi Pada Mahasiswa Semester Akhir di Kota Malang)	Variabel independen: <i>E-recruitment</i> ; Variabel dependen: Minat melamar kerja	1. Variabel independen: Persepsi pencari kerja 2. Subjek penelitian: Mahasiswa semester akhir Perguruan Tinggi di kota Malang Angkatan 2014-2017 yang sedang mengambil skripsi 3. Lokasi penelitian: Perguruan tinggi di Kota Malang.	Temuan penelitian menunjukkan bahwa: tidak terdapat pengaruh signifikan online recruitment terhadap niat melamar pekerjaan; terdapat pengaruh signifikan persepsi pencari kerja terhadap niat melamar pekerjaan.
4.	Peneliti: Shalahuddin, Meilia Fatika Sari, Nurul Hidayat (2022); Judul penelitian: Peran Kompensasi dan <i>E-recruitment</i> : Analisis Minat Melamar Pekerjaan Pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Millennial	Variabel independen: <i>E-recruitment</i> ; Variabel dependen: Minat melamar kerja	1. Subjek penelitian: Alumni Universitas Borneo Tarakan Fakultas Ekonomi yang dapat dikatakan calon karyawan generasi millennial 2. Lokasi penelitian: Universitas Borneo Tarakan Fakultas Ekonomi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kompensasi berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan dan <i>E-recruitment</i> juga berpengaruh positif terhadap minat melamar
5.	Peneliti: Siti Fatimah, Aini Kusniawati, dan Mukhtar Abdul Kader (2021); Judul penelitian: Pengaruh	Variabel dependen: Minat melamar kerja	1. Variabel independen: Reputasi perusahaan dan kompensasi 2. Subjek penelitian: Pelamar PT.Gojek	Hasil dari penelitian menunjukan bahwa: Terdapat pengaruh reputasi perusahaan dan

1	2	3	4	5
	Reputasi Perusahaan dan Kompensasi terhadap Minat Melamar Kerja		Indonesia Cabang Tasikmalaya waktu 3 tahun terakhir yaitu tahun 2017 sampai dengan tahun 2019. 3. Lokasi penelitian: PT. Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya.	kompensasi terhadap minat melamar kerja,
6.	Peneliti: Geofanny & Faraz (2023); Judul penelitian: Employer Branding dan <i>E-recruitment</i> Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z	Variabel independen: <i>E-recruitment</i> ; Variabel dependen: Minat melamar kerja	1. Variabel independen: Employer branding 2. Subjek penelitian: Seluruh Generasi Z yang pernah menggunakan/terlibat dalam proses <i>e-recruitment</i> di Ibu Kota Provinsi Kalimantan Timur (Samarinda) 3. Lokasi penelitian: Kota Samarinda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh employer branding dan <i>e-recruitment</i> terhadap minat melamar pekerjaan generasi Z.
7.	Peneliti: Ilham Nur Cahyo & Jati Waskito (2023); Judul penelitian: Pengaruh <i>e-recruitment</i> , reputasi perusahaan, dan persepsi pencari pekerjaan terhadap minat melamar kerja (studi kasus pada generasi z solo raya)	Variabel independen: <i>E-recruitment</i> ; Variabel dependen: Minat melamar kerja	1. Variabel independen: Reputasi perusahaan dan persepsi pencari pekerjaan 2. Subjek penelitian: Generasi Z yang berada di wilayah Solo Raya yang mencakup beberapa daerah seperti: Surakarta, Sukoharjo, Klaten, Boyolali, Karanganyar, Sragen, dan Wonogiri. 3. Lokasi penelitian: Wilayah Solo Raya.	Hasil dari penelitian ini yaitu variabel <i>e-recruitment</i> , reputasi perusahaan, dan persepsi pencari pekerjaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat melamar pekerjaan.
8.	Peneliti: Muhamad Ekhsan, Ni Komang Putri Ayu Jayanti, dan Ryani Dhyan Parashakti	Variabel dependen: Minat melamar kerja	1. Variabel independen: <i>Employer branding</i> dan kompensasi 2. Subjek penelitian: Mahasiswa pada	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Employer branding memiliki

1	2	3	4	5
	(2022); Judul penelitian: Pengaruh <i>Employer Branding</i> Terhadap Minat Melamar Pekerjaan dengan Kompensasi Sebagai Variabel Mediasi		Universitas Pelita Bangsa 3. Lokasi penelitian: Universitas Pelita Bangsa	pengaruh yang positif dan signifikan melalui variable Kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan.
9.	Peneliti: Rahmadi Wirohikmawan & Kustini Kustini (2023); Judul penelitian: Pengaruh Daya Tarik dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Manajemen FEB UPN “Veteran” Jawa Timur	Variabel dependen: Minat melamar kerja	1. Variabel independen: Daya tarik dan reputasi perusahaan 2. Subjek penelitian: Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 & 2018 UPN “Veteran” Jawa Timur 3. Lokasi penelitian terdahulu adalah UPN “Veteran” Jawa Timur.	Perolehan pada studi ini menampilkan jika Daya Tarik Perusahaan mempunyai suatu pengaruh secara signifikan serta positif akan minat melamar pekerjaan Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur. Reputasi Perusahaan mempunyai suatu pengaruh secara signifikan positif akan Minat melamar pekerjaan di Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur.
10.	Peneliti: Muhamad Ekhsan & Nur Fitri (2021); Judul penelitian: Pengaruh <i>Employer Branding</i> Terhadap Minat Melamar Pekerjaan dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi	Variabel dependen: Minat melamar kerja	1 Variabel independen: <i>Employer branding</i> dan reputasi perusahaan 2 Subjek penelitian terdahulu adalah mahasiswa manajemen angkatan 2017 semester ganjil Universitas Pelita Bangsa.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Reputasi perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat melamar. <i>Employer branding</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

1	2	3	4	5
			3	Lokasi penelitian: Universitas Pelita Bangsa variabel minat melamar. Employer branding memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel reputasi perusahaan.
11.	Peneliti: Purborini & Basid (2022); Judul penelitian: Pengaruh <i>Employer Branding</i> terhadap Intensi Melamar Pekerjaan di Perusahaan BUMN dengan Reputasi Perusahaan sebagai Pemediasi (Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Universitas Pertamina)	Variabel dependen: Intensi melamar pekerjaan	1. Variabel independen: <i>Employer branding</i> dan reputasi perusahaan 2. Subjek penelitian terdahulu adalah mahasiswa tingkat akhir tahun 2017 dan 2018 Universitas Pertamina 3. Lokasi penelitian: Universitas Pertamina	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: <i>Employer branding</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi melamar pekerjaan melalui reputasi perusahaan
12.	Peneliti: Makrufa & Saibat (2024); Judul penelitian: Pengaruh <i>Branding</i> Perusahaan dan Kompensasi terhadap Minat Melamar Pekerjaan bagi Mahasiswa dan Alumni Perguruan Tinggi Kota Surabaya di PT. BMA	Variabel dependen: Minat melamar Pekerjaan	1. Variabel independen: <i>Branding</i> perusahaan dan kompensasi 2. Subjek penelitian terdahulu adalah mahasiswa dan alumni Perguruan Tinggi Kota Surabaya di PT. BMA 3. Lokasi penelitian: PT. BMA	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>branding</i> perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan
13.	Peneliti: Rizky, Puterisari, dan Yustisi (2023); Judul penelitian: Daya Tarik Perusahaan dan Kompetensi Karir yang Memengaruhi	Variabel dependen: Melamar Pekerjaan	1. Variabel independen: Daya Tarik perusahaan dan kompetensi karir 2. Subjek penelitian terdahulu adalah mahasiswa tingkat akhir di wilayah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Daya tarik perusahaan terbukti memengaruhi niat melamar pekerjaan, tetapi kompetensi karir

1	2	3	4	5
	Niat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa Tingkat Akhir.		Daerah Istimewa Yogyakarta 3. Lokasi penelitian: Daerah Istimewa Yogyakarta	tidak. Secara simultan, daya tarik perusahaan dan kompetensi karir berpengaruh terhadap niat melamar pekerjaan.

2.2 Kerangka Pemikiran

E-recruitment yaitu suatu kegiatan yang menggunakan internet atau media sosial untuk menarik kandidat atau para calon karyawan yang memiliki kemampuan atau berkompeten. Pada *e-recruitment* ini perusahaan memanfaatkan situs perusahaan mereka maupun menggunakan jasa iklan untuk mengumumkan adanya lowongan pekerjaan secara *online* (Shalahuddin dkk., 2022).

Dimensi *e-recruitment* diantaranya *Perceived of Usefulness* dan *Perceived of ease*. *Perceived of Usefulness*, berhubungan dengan seberapa jauh orang percaya bahwa dengan menggunakan *e-recruitment* dapat meningkatkan efektifitas seseorang dalam pencarian kerja. Sedangkan, *Perceived of ease*, berkaitan dengan sejauh mana orang percaya bahwa *e-recruitment* mudah digunakan (Fridantara & Muafi 2018).

Karakteristik pekerjaan adalah rancangan informasi dari pekerjaan yang menyangkut berbagai tanggung jawab serta tugas-tugas yang diberikan kepada pegawai serta umpan balik yang akan memudahkan dalam mencapai tujuannya (Elbadiansyah, 2019).

Dimensi karakteristik pekerjaan diantaranya ada variasi keterampilan yang dibutuhkan, yaitu suatu tingkatan dimana pekerjaan membutuhkan variasi

aktifitas yang berbeda dalam menyelesaikan pekerjaan yang melibatkan sejumlah keterampilan dan bakat yang berbeda dari karyawan. Jati diri tugas, yaitu suatu tingkatan dimana pekerjaan membutuhkan penyelesaian menyeluruh dan teridentifikasi pembagiannya. Signifikasi tugas, yaitu suatu tingkatan dimana pekerjaan adalah penting dan melibatkan kontribusi yang berarti terhadap organisasi atau masyarakat pada umumnya. Otonomi, yaitu suatu tingkatan dimana pekerjaan memberikan kebebasan secara substansial, kemerdekaan dan keleluasaan dalam membuat schedule pekerjaan dan menentukan prosedur yang digunakan untuk menyelesaikan pekerjaan. Umpan balik pekerjaan, yaitu suatu tingkatan dimana hasil aktifitas penyelesaian pekerjaan diperoleh langsung oleh karyawan dan informasi yang jelas mengenai seberapa baik pekerjaan telah dikerjakan (Suhartini, 2022).

Pengembangan karir adalah perencanaan karir dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan kerja karyawan agar dapat mencapai tujuan karir dimasa depan seperti perpindahan status yang lebih tinggi dalam perusahaan (Saefullah, 2021).

Dimensi pengembangan karir diantaranya ada perlakuan yang adil dalam berkarir, perlakuan adil hanya mungkin terjadi jika kriteria promosi didasarkan pada aspek objektif, wajar, dan diketahui secara luas di kalangan karyawan. Kepedulian para atasan langsung, biasanya berbentuk umpan balik. Informasi tentang berbagai peluang promosi, karyawan berharap diberi tahu tentang peluang promosi. Adanya minat untuk dipromosikan, adanya kemauan dalam individu karyawan untuk dipromosikan. Tingkat kepuasan, meskipun secara

umum dapat dikatakan bahwa setiap orang ingin maju, termasuk karir, namun ukuran keberhasilan yang digunakan berbeda-beda (Yolinza & Marlius, 2023).

Minat melamar pekerjaan merupakan suatu proses ketertarikan seseorang untuk memiliki sebuah pekerjaan yang diawali dari segala upaya pencarian informasi-informasi lowongan pekerjaan yang bisa didapat dari sumber internal maupun eksternal perusahaan, menentukan pilihan kemudian pengambilan suatu keputusan perusahaan mana yang akan dilamar (Shalahuddin dkk., 2022).

Dimensi minat melamar pekerjaan diantaranya kebutuhan akan pekerjaan, calon karyawan tertarik melamar pekerjaan dikarenakan adanya suatu kebutuhan akan pekerjaan untuk menghasilkan pendapatan. Pencarian informasi pekerjaan, calon karyawan mencari informasi-informasi tentang lowongan pekerjaan yang tersedia di suatu perusahaan. Menentukan pilihan pekerjaan, calon karyawan mulai mempertimbangkan dan menentukan pilihan dari beberapa informasi lowongan pekerjaan yang didapat sesuai dengan keinginannya. Pembuatan keputusan, calon karyawan membuat keputusan perusahaan mana yang akan dilamar berdasarkan hasil pertimbangan yang telah dilakukan (Fatimah dkk., 2021).

Saat ini, masyarakat hidup di era digital, dimana orang membawa *gadget* ke mana pun dan menggunakan media sosial untuk berkomunikasi satu sama lain. Hal ini membantu masyarakat yang membutuhkan pekerjaan untuk dengan mudah memperoleh informasi mengenai peluang kerja, sehingga dengan adanya *e-recruitment* dapat meningkatkan minat calon karyawan untuk

melamar pekerjaan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah diungkap bahwa *e-recruitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan (Cahyo & Waskito, 2023). Ini artinya dengan semakin tingginya penggunaan *e-recruitment* oleh calon pelamar pekerjaan maka semakin tinggi pula minat mereka untuk melamar pekerjaan, begitu pula sebaliknya.

Sebelum melamar pekerjaan, biasanya calon karyawan akan menganalisa sebuah lowongan pekerjaan dimana salah satu hal yang dianalisa yaitu karakteristik pekerjaan yang dicantumkan dalam sebuah lowongan pekerjaan. Selanjutnya, hasil Analisa tersebut akan menjadi pertimbangan apakah calon karyawan tersebut akan melamar pekerjaan di perusahaan tersebut atau tidak. Selain itu calon pelamar kerja akan mendapat gambaran bagaimana umpan balik yang akan timbul. Oleh karena itu, karakteristik pekerjaan menjadi salah satu faktor minat melamar pekerjaan calon karyawan. Dalam penelitian sebelumnya karakteristik pekerjaan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat melamar pekerjaan, sehingga karakteristik pekerjaan merupakan faktor yang dipertimbangkan dalam melamar pekerjaan (Febrianti & Hendratmoko, 2022).

Manusia (SDM) yang bekerja dengan suatu organisasi atau perusahaan pasti menginginkan peningkatan pada karirnya (Srihasnita & Hirna, 2021). Tidak menutup kemungkinan bahwa calon pelamar kerja juga mengharapkan pengembangan karir setelah beberapa lama bekerja dalam suatu organisasi. Oleh karena itu, pengembangan karir merupakan salah satu faktor pendorong minat melamar pekerjaan. Pada penelitian sebelumnya pengembangan karir

berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan (Sari, 2018). Kesempatan promosi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap ketertarikan pada organisasi dan intensi untuk mendapatkan pekerjaan (Sari, 2018). Pada penelitian sebelumnya tidak meneliti secara bersama-sama pengaruh *e-recruitment*, karakteristik pekerjaan, dan pengembangan karir terhadap minat melamar pekerjaan. Namun, beberapa penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa *e-recruitment*, karakteristik pekerjaan, dan perkembangan karir secara parsial memberikan efek menurun atau meningkatnya minat melamar pekerjaan. Oleh karena itu, *e-recruitment*, karakteristik pekerjaan, dan perkembangan karir perlu diperhatikan untuk meningkatkan minat melamar pekerjaan. Dalam kondisi tersebut, perlu adanya penelitian tentang bagaimana pengaruh *e-recruitment*, karakteristik pekerjaan, dan perkembangan karir terhadap minat melamar pekerjaan secara bersama-sama.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini adalah terdapat pengaruh *e-recruitment*, karakteristik pekerjaan, dan pengembangan karir terhadap minat melamar pekerjaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.