

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Dalam tinjauan pustaka ini, penulis akan menjelaskan berbagai tinjauan teoritis berdasarkan *Theory of Planned Behavior* menurut Fishbein & Ajzen, dan *Technology Acceptance Model* (TAM) atau model penerimaan teknologi yang diperkenalkan oleh Davis. Teori tersebut berkaitan dengan fleksibilitas kerja, *e-recruitment*, dan minat melamar kerja beserta dengan berbagai uraiannya yang menyangkut variabel dan fenomena yang diteliti, yaitu fleksibilitas kerja, *e-recruitment*, dan minat melamar kerja.

2.1.1 *Grand Theory*

A. *Theory of Planned Behavior*

Theory of Planned Behavior (TPB) menguraikan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh tiga komponen utama: sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). TPB dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1980-an sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Dalam TRA, perhatian utama adalah faktor-faktor yang memengaruhi perilaku individu dalam kondisi

tertentu. Namun, TPB menambahkan dimensi baru dengan memasukkan aspek persepsi kontrol perilaku (Wicaksono, 2022: 25). TPB terdiri dari tiga variabel utama:

1. Sikap (*Attitude*)

Sikap adalah evaluasi individu terhadap suatu perilaku, baik itu positif maupun negatif. Sikap individu dipengaruhi oleh keyakinan atau kepercayaan mereka tentang manfaat dan nilai dari perilaku tersebut. Dalam konteks minat melamar kerja, sikap individu dapat dipengaruhi oleh persepsi tentang seberapa menarik pekerjaan tersebut, keuntungan yang ditawarkan oleh perusahaan, dan kecocokan pekerjaan dengan keahlian serta minat mereka.

2. Norma Subjektif (*Subjective Norms*)

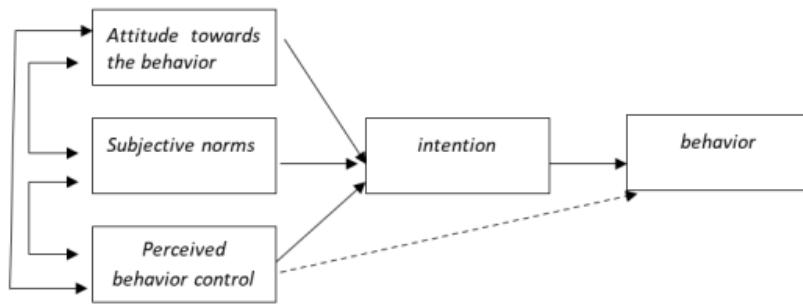
Norma subjektif adalah persepsi individu tentang apakah orang lain menginginkan atau menyetujui perilaku yang akan dilakukan. Norma subjektif dapat terdiri dari pengaruh sosial dari keluarga, teman, atau kolega. Dalam konteks minat melamar kerja, norma subjektif mencakup pandangan orang lain, seperti keluarga atau teman, mengenai pekerjaan yang dilamar, reputasi perusahaan, dan apakah melamar pekerjaan di perusahaan tersebut merupakan pilihan yang tepat.

3. Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavioral Control*)

Perceived Behavioral Control (PBC) adalah persepsi individu mengenai sejauh mana mereka merasa mampu untuk melaksanakan suatu perilaku. PBC melibatkan berbagai faktor yang dapat memengaruhi kemampuan seseorang dalam melakukan

tindakan tersebut, termasuk keahlian teknis, ketersediaan waktu, dan sumber daya lainnya. (Wicaksono, 2022: 26).

Dengan menggabungkan ketiga variabel ini, TPB membantu menjelaskan perilaku individu dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan serta perubahan niat mereka untuk melakukan suatu tindakan. Model dasar TPB sebagai berikut.



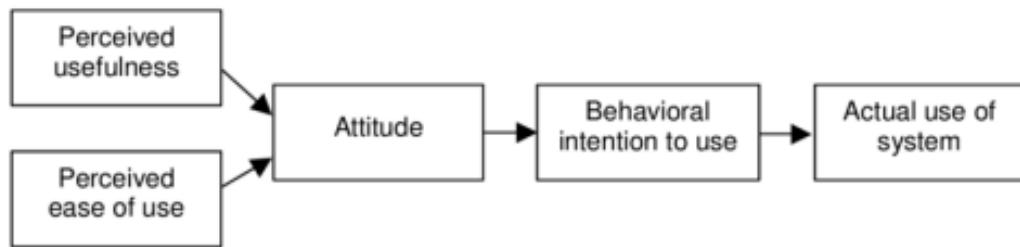
Sumber : *Theory of planned behavior*

Gambar 2. 1
Model Dasar *Theory of Planned Behavior*

B. *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) atau model penerimaan teknologi diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989. Model ini dikembangkan berdasarkan *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang merupakan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa respon individu terhadap sesuatu dapat memengaruhi perubahan sikap atau perilaku mereka. TAM menyatakan bahwa adopsi teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived*

ease of use (persepsi kemudahan penggunaan) (Wicaksono, 2022: 30). Kegunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai keyakinan bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan efektivitas tindakan, sedangkan kemudahan yang dirasakan mengacu pada keyakinan bahwa teknologi tersebut meminimalkan usaha yang diperlukan untuk menggunakannya. Kerangka kerja TAM digambarkan sebagai berikut.



Sumber : Teori Dasar *Technology Acceptance Model*

Gambar 2. 2
Kerangka Kerja *Technology Acceptance Model*

1. *Perceived Usefulness*

Perceived Usefulness adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi dapat membantu mereka dalam melakukan tugas-tugas mereka atau mencapai tujuan mereka. *Perceived usefulness* dipengaruhi oleh kegunaan teknologi dan kemampuan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pengguna.

2. *Perceived Ease of Use*

Perceived ease of use adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi mudah digunakan. *Perceived ease of use* dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan teknologi, ketersediaan bantuan teknis, dan ketersediaan sumber daya (Wicaksono, 2022: 30).

2.1.2 Fleksibilitas Kerja

2.1.2.1 Definisi Fleksibilitas Kerja

Fleksibilitas kerja adalah kebijakan yang dibuat oleh manajer sumber daya manusia, baik secara formal maupun informal, terkait pengaturan fleksibilitas dalam perusahaan (Carlson et al., 2010). Fleksibilitas jadwal adalah pengaturan yang memungkinkan karyawan memilih waktu dan tempat kerja, baik secara formal maupun informal, yang merupakan bagian dari kebijakan perusahaan (Carlson et al., 2010). Fleksibilitas kerja ini mencakup kebijakan formal maupun informal yang terkait dengan jadwal, lokasi, dan waktu kerja yang diberikan perusahaan kepada karyawan.

2.1.2.2 Bentuk Fleksibilitas Kerja

Flexible work arrangements (FWA) memiliki 3 jenis secara universal, yaitu fleksibilitas dalam membuat (*scheduling*), fleksibilitas dalam posisi (*telehomeworking*), serta fleksibilitas dalam waktu (*part-time*) (Possenriede & Plantenga, 2011).

2.1.1.3 Indikator Fleksibilitas Kerja

Schedule flexibility adalah pengaturan kerja yang fleksibel, yang memungkinkan karyawan memilih tempat dan waktu bekerja, baik secara formal maupun informal (Carlson et al., 2010). Fleksibilitas ini mencakup:

1. *Time flexibility*: karyawan dapat bekerja fleksibel dengan memilih durasi kerja.
2. *Timing flexibility*: karyawan dapat bekerja fleksibel dengan memilih jadwal kerja.
3. *Place flexibility*: karyawan dapat bekerja fleksibel dengan memilih tempat kerja.

2.1.3 E – Recruitment

E-recruitment merupakan proses perekrutan yang memanfaatkan internet atau media sosial untuk menarik kandidat atau calon karyawan yang memiliki keterampilan dan kompetensi sesuai kebutuhan perusahaan. Dalam metode ini, perusahaan dapat menggunakan situs/web resmi mereka atau layanan iklan *online* untuk mengumumkan informasi lowongan pekerjaan secara daring, yang memungkinkan proses pencarian kandidat menjadi lebih efisien dan menjangkau lebih banyak calon pelamar. (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 memengaruhi kandidat yang kompeten” (Rahmawati & Ratnasari, 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).

2.1.3.1 Metode *E-Recruitment*

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

1) Situs/Web Perusahaan

Situs/web perusahaan menjadi strategi utama dalam proses rekrutmen, karena media *online* ini menyediakan informasi lengkap terkait perusahaan dan lowongan pekerjaan yang tersedia bagi calon karyawan. Situs yang dikelola dengan baik diharapkan dapat menarik lebih banyak pelamar.

2) *Online Job Boards*

Online Job Boards berfungsi seperti iklan pekerjaan yang dapat menerima hingga jutaan pelamar dari berbagai negara. Metode ini lebih ekonomis dan tersedia selama 24 jam, sehingga memudahkan perusahaan untuk menerima lamaran kapan saja.

3) Media Sosial

Media sosial adalah salah satu platform yang paling sering digunakan dalam *e-recruitment*. Melalui situs seperti LinkedIn, perusahaan dapat melihat tidak hanya

CV pelamar, tetapi juga informasi tambahan dan contoh pekerjaan yang ditampilkan dalam profil media sosial mereka.

4) *Mobile Recruitment*

Mobile recruitment, mirip dengan pemasaran seluler, memudahkan pelamar untuk mengakses informasi rekrutmen melalui perangkat ponsel mereka. Dengan *mobile recruitment*, perusahaan dapat membuat iklan yang menarik melalui aplikasi untuk menarik tenaga kerja profesional.

2.1.3.2 Proses *E-Recruitment*

Proses *e-recruitment* terdiri dari empat tahap (Ismanto & Cynthia, 2019) yaitu:

1) Menarik Kandidat

Untuk menarik kandidat, organisasi perlu mengoptimalkan reputasi mereka dan menggunakan teknologi *online* serta metode lainnya. Organisasi dapat menarik kandidat potensial dengan menyediakan informasi terkait pekerjaan dan kondisi kerja di situs/web mereka. Calon kandidat yang tertarik biasanya diminta untuk membuat akun menggunakan email. Setelah memiliki akun, mereka dapat melihat daftar pekerjaan yang tersedia dan, jika tertarik, melamar posisi dengan melampirkan CV.

2) Penyortiran Pelamar

Setelah pelamar masuk, organisasi melakukan penyortiran kandidat. Kandidat yang memenuhi syarat untuk tahapan berikutnya akan diberitahukan melalui email. Langkah ini biasanya mencakup tes *online*, wawancara telepon, dan analisis kesesuaian keterampilan kandidat dengan kebutuhan perusahaan berdasarkan data pribadi dan CV.

3) Menghubungi Kandidat yang Diinginkan

Organisasi kemudian menghubungi kandidat yang dianggap paling cocok. Dengan bantuan internet, perusahaan dapat menghubungi kandidat terpilih secara lebih cepat melalui email atau menginformasikan perkembangan rekrutmen melalui situs/web perusahaan.

4) Pertemuan Langsung untuk Kesepakatan Akhir

Langkah penting terakhir adalah bertemu langsung dengan kandidat untuk membahas kesepakatan akhir. Pertemuan ini dapat diatur melalui panggilan telepon atau email untuk menentukan waktu dan tempat pertemuan fisik, yang memungkinkan kedua belah pihak mencapai kesepakatan final terkait posisi yang ditawarkan.

2.1.3.3 Faktor-faktor yang Memengaruhi *E-Recruitment*

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

1) Pengurangan Biaya Per Kandidat

E-recruitment mengurangi biaya yang dikeluarkan per kandidat dibandingkan dengan rekrutmen *offline*, sehingga lebih efisien dalam hal biaya.

2) Cakupan Global untuk Kandidat

Proses ini memungkinkan perusahaan untuk menjangkau kandidat dari seluruh dunia, memungkinkan perekrutan dari berbagai wilayah tanpa batasan geografis.

3) Akses Informasi Perusahaan bagi Kandidat

Calon karyawan dapat mengenal perusahaan melalui internet, seperti halnya perusahaan yang dapat mengetahui informasi lengkap kandidat melalui CV yang diunggah.

4) Penghematan Waktu dalam Pencarian Kandidat

E-recruitment mengurangi waktu yang diperlukan untuk mencari kandidat potensial karena informasi dapat diakses dan disaring secara digital.

5) Seleksi Kandidat Berdasarkan Kesesuaian Profil

Kandidat yang sesuai dapat dipilih dan direkrut lebih cepat melalui pencocokan CV dengan profil pekerjaan yang dibutuhkan.

6) Proses Rekrutmen yang Sistematis

E-recruitment memungkinkan proses rekrutmen menjadi lebih terstruktur dan metodis dengan pencatatan detail kandidat, yang dapat digunakan sebagai referensi di masa mendatang.

2.1.3.4 Indikator *E-Recruitment*

Indikator *e-recruitment* berdasarkan pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM) (Wicaksono, 2022) sebagai berikut.

1. *Perceived of Usefulness*, berhubungan dengan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan *e-recruitment* dapat meningkatkan efisiensi pencarian kerja.

Beberapa poin yang termasuk dalam *perceived of usefulness* adalah:

- a. Penggunaan situs *e-recruitment* memungkinkan saya untuk mencari pekerjaan dengan cepat, yang menunjukkan bahwa *e-recruitment* mempercepat proses pencarian pekerjaan.
- b. Penggunaan situs *e-recruitment* meningkatkan pencarian pekerjaan saya, yang berarti *e-recruitment* memberikan hasil yang lebih baik dalam pencarian pekerjaan.

- c. Menggunakan situs *e-recruitment* untuk mencari pekerjaan sangat efektif, menunjukkan efektivitas penggunaan platform tersebut.
 - d. Situs *e-recruitment* memudahkan saya dalam mencari pekerjaan, yang menandakan bahwa platform ini mempermudah proses pencarian.
2. *Perceived ease of use*, berhubungan dengan sejauh mana seseorang merasa bahwa *e-recruitment* mudah untuk digunakan. Beberapa poin yang termasuk dalam *perceived ease of use* adalah:
- a. Mempelajari cara menggunakan situs *e-recruitment* sangat mudah bagi saya, yang menunjukkan kemudahan dalam memahami platform.
 - b. Saya merasa mudah untuk melakukan apa yang saya inginkan di *situs e-recruitment*, menunjukkan bahwa platform mudah digunakan untuk mencapai tujuan.
 - c. Interaksi saya dengan situs *e-recruitment* jelas dan mudah dimengerti, yang menandakan kemudahan komunikasi antara pengguna dan platform.
 - d. Mudah bagi saya untuk menjadi mahir dalam menggunakan situs *e-recruitment*, yang menunjukkan bahwa platform ini tidak hanya mudah digunakan, tetapi juga memungkinkan pengguna untuk menjadi lebih terampil.

Perkembangan teknologi yang pesat turut memengaruhi cara pengguna mempertimbangkan penggunaan teknologi. Salah satu model yang digunakan untuk memahami dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan penggunaan teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM dikembangkan

berdasarkan *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein, yang menjelaskan hubungan antara keyakinan, sikap, dan perilaku seseorang terhadap suatu objek atau tindakan.

Dalam TAM, keyakinan tertentu dapat membentuk sikap atau perilaku seseorang terhadap teknologi berdasarkan niat untuk menggunakaninya. Model ini menghubungkan antara keyakinan kognitif pengguna dengan sikap penerimaan teknologi, sehingga reaksi persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi akan memengaruhi sikap mereka terhadap penerimaan teknologi tersebut (Wicaksono, 2022). Dengan demikian, TAM mengasumsikan bahwa semakin besar persepsi kemudahan dan manfaat yang dirasakan pengguna, semakin tinggi pula tingkat penerimaan teknologi tersebut.

2.1.4 Minat Melamar Kerja

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 et al., 2022).

Minat melamar pekerjaan adalah dorongan internal individu yang muncul karena ketertarikan terhadap suatu pekerjaan tertentu. Hal ini tercermin melalui upaya untuk mencari informasi mengenai lowongan pekerjaan yang tersedia di berbagai perusahaan, yang kemudian digunakan sebagai dasar untuk mengambil keputusan dalam memperoleh pekerjaan yang diinginkan. (Shalahuddin et al., 2022).

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat melamar pekerjaan merupakan suatu proses ketertarikan individu terhadap pekerjaan yang dimulai dengan berbagai upaya pencarian informasi mengenai lowongan pekerjaan, baik dari sumber internal maupun eksternal perusahaan. Proses ini berlanjut dengan penentuan pilihan dan pengambilan keputusan mengenai perusahaan mana yang akan dilamar (Shalahuddin et al., 2022).

Terdapat beberapa proses yang perlu diperhatikan oleh calon karyawan terhadap minat mereka dalam melamar pekerjaan di suatu perusahaan. Pertama, calon karyawan harus mengetahui jenis pekerjaan yang benar-benar diinginkan. Kedua, mereka perlu mencari informasi terkait perusahaan yang akan dilamar, baik melalui situs rekrutmen maupun media sosial resmi perusahaan, agar dapat memahami perusahaan tersebut secara lebih mendalam. Terakhir, calon karyawan harus membuat keputusan apakah mereka ingin melamar dan bekerja di perusahaan tersebut atau tidak (Shalahuddin et al., 2022).

2.1.4.1 Indikator Minat Melamar Kerja

Indikator pada minat melamar kerja menurut (Fatimah et al., 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.

Teori yang digunakan untuk mendasari minat melamar kerja adalah *Theory of Planned Behavior* yang dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1980-an sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yaitu teori perilaku yang menjelaskan bagaimana niat individu untuk melakukan suatu perilaku (seperti minat melamar kerja) dipengaruhi oleh tiga variabel, yaitu *attitude* (sikap), *subjective norm* (norma subjektif), dan *perceived behavioral control* (kontrol perilaku).

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
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Paineon, Burin, dan Firmansyah, 2024, Kota Kupang, Indonesia	Terdapat variabel Y (minat kerja calon pelamar kerja Gen Z)	Tidak terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja) dan X2 (<i>e-recruitment</i>)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>e-recruitment</i> dan <i>flexible work</i> tidak berpengaruh terhadap	INNOVATIV E: Journal Of Social Science Research, Vol 4, No. 4, 1838-1847, 2024, E-ISSN 2807-4238

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
				tidak berpengaruh terhadap minat kerja calon pelamar kerja Gen Z di Kota Kupang	P-ISSN 2807-4246
2.	Satrio dan Budidharman to, 2020, Universitas Ciputra Surabaya, Indonesia	Terdapat variabel Y (keputusan pemilihan kerja Generasi Z)	Tidak terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja) dan X2 (<i>e-recruitment</i>)	Terdapat 4 faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan kerja mahasiswa Hotel dan Pariwisata Bisnis, satunya adalah fleksibilitas waktu kerja	Jurnal Ekonomi & Bisnis (JEB17), Vol. 5, No. 1, 32 – 39, 2020, DOI: 10.1234/JEB1 7.V5I1.4085
3.	Prakoso dan Anggraini, 2023, Kota Malang, Indonesia	Terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja) dan Y (minat Generasi Z)	Tidak terdapat variabel X2 (<i>e-recruitment</i>)	Fleksibilitas kerja mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z	Islamic Economics and Finance In Focus, Vol. 2, No. 4, 615-629, 2023
4.	Hardiansyah, Danial, dan Nurmalia, 2023, Kota Sukabumi, Indonesia	Terdapat variabel X2 (<i>e-recruitment</i>) dan Y (minat pelamar kerja Generasi Z)	Tidak terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja)	<i>E-recruitment</i> dan media sosial berdampak positif terhadap tumbuhnya antusiasme Generasi Z dalam mencari pekerjaan	COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting, Vol. 7, No. 1, 682-691, 2023, e-ISSN : 2597-5234

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
5.	Geofanny dan Faraz, 2023, Kota Samarinda, Indonesia	Terdapat variabel X2 (<i>e-recruitment</i>) dan Y (minat melamar pekerjaan Generasi Z)	Tidak terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja)	Terdapat pengaruh <i>e-recruitment</i> terhadap minat melamar pekerjaan Generasi Z ($t=0.007 < 0,05$)	Psikostudia: Jurnal Psikologi Vol. 12, No. 1, 146-154, 2023, p-ISSN: 2302-2582 e-ISSN: 2657-0963
6.	Shalahuddin, Sari, dan Hidayat, 2022, Universitas Borneo Tarakan, Indonesia	Terdapat variabel X2 (<i>e-recruitment</i>) dan Y (minat melamar pekerjaan)	Tidak terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja)	<i>E-recruitment</i> berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan	At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen Vol. 6, No. 1, 2022, 66 – 80, DOI: 10.31602/atd.v6i1.6088
7.	Putri dan Nugroho, 2023, Provinsi Riau, Indonesia	Terdapat variabel Y (Perilaku Pencari Kerja Generasi Z)	Tidak terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja) dan X2 (<i>e-recruitment</i>)	Fleksibilitas kerja pada pencari kerja mahasiswa tingkat akhir di Provinsi Riau memengaruhi perilaku mereka dalam mencari pekerjaan	JMK: Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol.12, No.2, 2023, 297-313, P-ISSN : 2252-844X E-ISSN : 2615-1316
8.	Handi & Safitri, 2023, Kabupaten Bekasi, Indonesia	Terdapat variabel X2 (<i>e-recruitment</i>) dan Y (minat melamar kerja)	Tidak terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja)	hasil penelitian berdasarkan perhitungan SPSS dinyatakan bahwa <i>e-recruitment</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja	JAMBURA : Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, : Vol.6, No.1, 2023, P-ISSN 2620-9551, E-ISSN 2622-1616

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
9.	Lee, Chong dan Ojo, 2024, Klang Valley, Malaysia	Terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja) dan Y (minat kerja karyawan Gen Z)	Tidak terdapat variabel X2 (<i>e-recruitment</i>)	Fleksibilitas ruang kerja dan fleksibilitas operasional memiliki positif yang signifikan dengan minat kerja karyawan Gen Z	Cogent Business & Management, Vol. 11, No. 1, 2024, 2309705, https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2309705
10.	Ananda dan Santosa, 2024, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia	Terdapat variabel X2 (<i>e-recruitment</i>) dan Y (minat melamar pekerjaan Gen Z)	Tidak terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja)	Hasil penelitian menemukan <i>e-recruitment</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat generasi Z untuk melamar pekerjaan.	Journal of Business and Halal Industry, Vol. 1, No. 3, 2024, 1-16, ISSN 3026-4324
11.	Hayomi dan Suharnomo, 2024, Kota Semarang, Indonesia	Terdapat variabel X2 (<i>e-recruitment</i>) dan Y (minat melamar kerja Gen Z)	Tidak terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja)	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa <i>e-recruitment</i> berpengaruh pada minat melamar kerja pada <i>fresh graduate</i> Kota semarang	Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 10, No.1, 2024, 1147-1156, ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
12.	Putri, 2024, Kota Madiun, Indonesia	Terdapat variabel X2 (<i>e-recruitment</i>) dan Y (minat	Tidak terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja)	<i>E-recruitment</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan pada	Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 6 Fakultas

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		melamar pekerjaan)		generasi Z di Madiun.	Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun, 2024, E- ISSN: 2686 - 1771
13.	Wijjati dan chasanah, 2024, Kota Yogyakarta, Indonesia	Terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja) dan Y (pemilihan kerja Gen Z)	Tidak terdapat variabel X2 (<i>e-</i> <i>recruitment</i>)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup fleksibilitas kerja tidak berpengaruh terhadap generasi Z dalam pemilihan pekerjaan, tetapi secara simultan fleksibilitas dan kompensasi berpengaruh terhadap generasi Z dalam pemilihan pekerjaan di Yogyakarta	Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha Vol.4, No.2, 2024, 485 – 499 ISSN 2808-1617
14.	Chaeriyah dan Halomoan, 2024, PT. Es Teh Indonesia	Terdapat variabel X2 (<i>e-</i> <i>recruitment</i>) dan Y (minat	Tidak terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>online</i> rekrutmen memiliki dampak yang	JORAPI : Journal of Research and Publication Innovation Vol. 2, No. 4, 2024, 2225-

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		melamar pekerjaan)		signifikan dan positif terhadap minat melamar pekerjaan	2237, ISSN : 2985-4768
15.	Junaedi, Dewianawati, dan Agustina, 2024, PT. Kelas Digital, Indonesia	Terdapat variabel X2 (<i>e-</i> <i>recruitment</i>) dan Y (minat melamar kerja)	Tidak terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja)	Rekrutmen <i>online</i> memiliki pengaruh positif pengaruh positif terhadap minat melamar kerja	Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 10, No.1, 2024, 978- 981, ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579- 6534
16.	Cahyo dan Waksito, 2023, Solo raya, Indonesia	Terdapat variabel X2 (<i>e-</i> <i>recruitment</i>) dan Y (minat melamar pekerjaan)	Tidak terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja)	Hasil dari penelitian ini yaitu <i>e-</i> <i>recruitment</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan	INFOTECH: Jurnal Informatika & Teknologi, Vol.4, No.2, 2023, 157- 167, p ISSN 2722-9378, e ISSN 2722- 9386
17.	Sariani, Sudiartini, Adriati, Kertiriasih, 2024, Indonesia	Terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja) dan Y (motivasi pekerja memilih jenis pekerjaan)	Tidak terdapat variabel X2 (<i>e-</i> <i>recruitment</i>)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaturan fleksibilitas kerja merupakan faktor penting yang memengaruhi generasi milenial dan generasi Z dalam memilih pekerjaan.	EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Vol.3, No.5, 2024, 33-43, ISSN : 2828- 5298 (<i>online</i>)

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
18.	Alfianto, Santoso, Novitasari, dan Purnomo, 2024, Kabupaten Lamongan, Indonesia	Terdapat variabel X2 (<i>e-recruitment</i>) dan Y (minat melamar pekerjaan)	Tidak terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja)	Temuan dari studi ini menunjukkan bahwa faktor <i>e-recruitment</i> memiliki pengaruh yang positif terhadap minat seseorang dalam melamar suatu pekerjaan	Formosa Journal of Applied Sciences (FJAS) Vol. 3, No.4, 2024, 2019-2030, ISSN-E: 2962-6447
19.	Lestari dan Manggiasih, 2023, Bandung Raya	Terdapat variabel X2 (<i>e-recruitment</i>) dan Y (niat untuk melamar pekerjaan pada Gen Z)	Tidak terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>e-recruitment</i> berpengaruh terhadap niat untuk melamar pekerjaan pada generasi Z.	Asian Journal of Economics, Business and Accounting, Vol. 23, No.19, 1-8, 2023, ISSN: 2456-639X
20.	Nurqamar, Hafizhah, Sarniati, Ulfa , Nurfadillah, dan Rahmi, 2021, Kota Makassar, Indonesia	Terdapat variabel Y (intensi generasi Z dalam melamar pekerjaan)	Tidak terdapat variabel X1 (fleksibilitas kerja) dan X2 (<i>e-recruitment</i>)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 5 faktor, salah satunya fleksibilitas kerja berpengaruh secara signifikan terhadap intensi generasi Z dalam melamar pekerjaan	Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika (JBMI), Vol.18, No.3, 2022, 218-247, ISSN: 2579-7204 (Online)

2.2 Kerangka Pemikiran

Lingkungan kerja modern semakin beragam dengan hadirnya berbagai generasi, yang membawa perbedaan dalam pola pikir, karakteristik, dan preferensi mereka masing-masing. Setiap generasi memiliki harapan, nilai, dan cara berinteraksi yang berbeda di tempat kerja, yang menciptakan tantangan baru bagi organisasi. Untuk mencapai tujuan bersama, perusahaan perlu mengelola keberagaman ini dengan baik, karena setiap kelompok usia memiliki pandangan dan kebutuhan unik dalam bekerja.

Generasi Z, yang saat ini merupakan bagian signifikan dari angkatan kerja produktif, memiliki karakteristik khas. Mereka tumbuh di era digital dan sangat terbiasa dengan teknologi, menjadikan mereka lebih adaptif terhadap perubahan dan cepat dalam mengakses informasi. Terbiasa dengan interaksi global melalui media sosial dan platform digital lainnya, Generasi Z membawa perspektif yang lebih terbuka dan inovatif dalam bekerja. Keterampilan dan pandangan yang mereka miliki memberi potensi besar bagi perusahaan dalam mendorong inovasi dan mengikuti perkembangan dunia yang dinamis.

Bagi perusahaan, menarik dan mempertahankan talenta dari Generasi Z dapat menjadi keuntungan strategis. Generasi ini tidak hanya membawa keterampilan yang relevan dengan kebutuhan zaman, tetapi juga dapat mendukung perusahaan dalam membangun citra sebagai organisasi yang modern dan progresif. Citra yang positif ini penting dalam persaingan ketat untuk mendapatkan talenta terbaik. Dengan strategi

yang tepat, perusahaan dapat memaksimalkan potensi Generasi Z sekaligus menciptakan lingkungan kerja yang inklusif bagi semua generasi.

Dengan pemahaman yang mendalam tentang keberagaman generasi di tempat kerja, perusahaan memiliki peluang untuk menciptakan budaya yang mendukung kolaborasi lintas generasi. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan produktivitas, tetapi juga membantu perusahaan mencapai tujuan jangka panjang dengan tenaga kerja yang kompeten dan loyal.

Minat melamar kerja 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 et al., 2022).

Indikator 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 et al., 2021).

Berdasarkan penelitian terdahulu bahwa salah satu faktor yang memengaruhi Gen Z minat melamar kerja yaitu fleksibilitas kerja (Nurqamar et al., 2022). Fleksibilitas kerja adalah kebijakan formal yang ditetapkan oleh manajemen sumber daya atau pengaturan informal terkait dengan fleksibilitas di suatu perusahaan (Carlson et al., 2010). Indikator fleksibilitas kerja adalah pengaturan kerja secara fleksibel yang berarti pemilihan tempat dan waktu untuk bekerja, baik formal atau informal, yang memfasilitasi karyawan dalam kebijakan berapa lama (*time flexibility*), kapan (*timing flexibility*) dan di mana (*place flexibility*) karyawan bekerja (Carlson et al., 2010).

Bagi Generasi Z, fleksibilitas kerja menjadi sangat penting karena memungkinkan mereka untuk menjaga keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan (*work-life balance*). Perusahaan yang menawarkan kebijakan fleksibilitas kerja cenderung lebih menarik bagi Generasi Z, karena mereka mencari lingkungan yang memungkinkan mereka untuk bekerja secara produktif sambil tetap memiliki kontrol atas kehidupan pribadi mereka (Nurqamar et al., 2022). Maka fleksibilitas ini tidak hanya membantu meningkatkan kesejahteraan mereka, tetapi juga dapat berkontribusi pada loyalitas dan produktivitas yang lebih tinggi di tempat kerja.

Di sisi lain, Generasi Z, sebagai generasi yang sangat akrab dengan teknologi, secara aktif mencari informasi melalui internet dan media sosial, termasuk dalam proses pencarian kerja. Generasi Z adalah generasi yang cenderung menginginkan segala sesuatu dengan cepat dan mudah, termasuk dalam proses melamar pekerjaan, salah satunya melalui sistem aplikasi pekerjaan secara *online* (Fadillah dalam

Geofanny & Faraz, 2023). Sistem *e-recruitment* sangat diminati oleh Generasi Z untuk mendapatkan informasi mengenai pekerjaan yang mereka inginkan (Rumangkit & Dwiyani Aditiya, 2018).

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 et al., 2022).

Indikator *e-recruitment* diantaranya *Perceived of Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. *Perceived of Usefulness*, berhubungan dengan seberapa jauh orang percaya bahwa dengan menggunakan *e-recruitment* dapat meningkatkan efektifitas seseorang dalam pencarian kerja. Sedangkan, *Perceived Ease of Use*, berkaitan dengan sejauh mana orang percaya bahwa *e-recruitment* mudah digunakan (Wicaksono, 2022).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya pengaruh *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja generasi Z (Geofanny & Faraz, 2023). Artinya ketika sebuah perusahaan menggunakan model *e-recruitment* yang baik pada sistem rekrutmen mereka, maka akan meningkatkan minat melamar pekerjaan generasi Z.

Fleksibilitas kerja dan *e-recruitment* ini sangat relevan dan saling melengkapi dalam menarik minat melamar kerja generasi Z. Generasi Z tumbuh dalam lingkungan

yang sangat digital dan memiliki harapan tinggi terhadap keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi. Oleh karena itu, fleksibilitas kerja menjadi daya tarik utama karena memungkinkan mereka mengelola waktu dan tempat kerja sesuai kebutuhan pribadi, yang menciptakan rasa otonomi dan kesejahteraan.

Di sisi lain, *e-recruitment* adalah solusi yang sangat cocok untuk generasi ini, yang menginginkan proses yang cepat, mudah, dan dapat diakses secara *online*. Proses melamar pekerjaan secara digital meminimalkan hambatan fisik dan administratif, memberikan mereka kebebasan untuk mencari informasi pekerjaan kapan saja dan dari mana saja. Dengan memanfaatkan teknologi ini, perusahaan tidak hanya membuat proses rekrutmen lebih efisien, tetapi juga lebih menarik bagi generasi yang sangat terbiasa dengan kemudahan teknologi.

Fleksibilitas kerja mencerminkan perusahaan yang peduli pada kesejahteraan karyawannya, yang menjadi faktor penting bagi Gen Z dalam memilih tempat bekerja. Sementara itu, *e-recruitment* menunjukkan bahwa perusahaan siap beradaptasi dengan teknologi modern, memperkuat citra sebagai organisasi yang inovatif dan efisien. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya tarik perusahaan bagi calon karyawan berkualitas, tetapi juga memperkuat citra perusahaan di tengah persaingan ketat untuk mendapatkan tenaga kerja kompeten. Kombinasi dari kedua faktor ini akan membuat perusahaan lebih menonjol di mata Generasi Z dan lebih efektif dalam menarik minat mereka untuk melamar pekerjaan.

Beberapa penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa fleksibilitas kerja dan *e-recruitment* secara parsial memberikan efek meningkatnya minat melamar kerja. Oleh karena itu fleksibilitas kerja dan *e-recruitment* perlu diperhatikan untuk meningkatkan minat melamar kerja. Dalam kondisi tersebut, perlu adanya penelitian tentang bagaimana pengaruh fleksibilitas kerja dan *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja secara bersama-sama.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang sudah dipaparkan tersebut, selanjutnya disusun hipotesis sebagai berikut.

H₁: Terdapat pengaruh fleksibilitas kerja terhadap minat melamar kerja mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

H₂: Terdapat pengaruh *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

H₃: Terdapat pengaruh fleksibilitas kerja dan *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.