

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) dipahami sebagai proses pengelolaan tenaga kerja yang mencakup kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, serta pengendalian sumber daya manusia agar mampu memberikan kontribusi terbaik bagi pencapaian tujuan organisasi. Seiring dengan perkembangan era digital, peran MSDM mengalami pergeseran dari sekadar fungsi administratif menuju pendekatan yang lebih strategis, dengan menitikberatkan pada pengembangan kompetensi, pemanfaatan teknologi digital, serta peningkatan kemampuan adaptasi sumber daya manusia terhadap perubahan lingkungan kerja. Dalam konteks ini, organisasi dituntut untuk mengintegrasikan peran manusia dan teknologi secara efektif melalui penerapan sistem digital seperti e-recruitment, pembelajaran berbasis digital, dan pemanfaatan data sumber daya manusia, guna meningkatkan efisiensi, efektivitas, serta daya saing organisasi (Darmawan et al., 2023).

Generasi Z merupakan kelompok masyarakat yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, yang tumbuh dalam ekosistem digital yang sepenuhnya terintegrasi dengan kehidupan sehari-hari. Sejak masa kanak-kanak, generasi ini telah terbiasa dengan kehadiran teknologi digital seperti internet, media sosial, dan perangkat pintar yang menjadi bagian dari rutinitas mereka dalam berkomunikasi, belajar,

hingga bekerja (Pew Research Center, 2023). Mereka dikenal sebagai “*digital natives*” karena tidak pernah mengalami masa tanpa teknologi digital, sehingga pola pikir, perilaku, dan preferensi mereka sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Karakteristik ini membentuk kepribadian yang dinamis, adaptif, dan cenderung menuntut efisiensi serta kemudahan dalam mengakses informasi. Gen Z dikenal memiliki tingkat ketergantungan tinggi terhadap teknologi, dengan orientasi terhadap kecepatan, fleksibilitas, dan hasil yang instan. Dalam konteks dunia kerja modern, mereka menunjukkan kecenderungan memilih perusahaan yang menyediakan fleksibilitas kerja, mendukung keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional (*work-life balance*), serta memiliki nilai-nilai keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Menurut Hayes dalam Investopedia (2024), rata-rata Gen Z menghabiskan lebih dari tujuh jam per hari di dunia digital, baik untuk keperluan pendidikan, komunikasi, maupun pekerjaan. Fakta ini menunjukkan bahwa dunia digital bukan sekadar sarana pendukung aktivitas, melainkan telah menjadi bagian integral dari identitas sosial dan profesional generasi ini. Dengan demikian, memahami bagaimana Gen Z memanfaatkan teknologi digital dalam mencari, menilai, dan mengambil keputusan karier menjadi sangat penting untuk menggambarkan dinamika baru dalam pasar tenaga kerja.

Keterkaitan antara Generasi Z dan digitalisasi memiliki hubungan yang sangat erat dan bersifat simbiotik, di mana keduanya saling memperkuat satu sama lain. Generasi ini bukan hanya pengguna pasif teknologi, tetapi juga menjadi katalis utama dalam percepatan transformasi digital di berbagai aspek kehidupan. Bagi mereka, teknologi bukan sekadar alat bantu, melainkan sarana utama dalam

membangun karier, memperluas jejaring profesional, serta mempromosikan identitas diri melalui platform digital seperti *LinkedIn*, *Instagram*, hingga *TikTok*. Dalam konteks ketenagakerjaan, perusahaan-perusahaan mulai menyesuaikan strategi rekrutmennya dengan pola perilaku digital Gen Z melalui implementasi sistem *e-recruitment* yaitu proses perekrutan tenaga kerja yang berbasis teknologi informasi, memungkinkan pelamar untuk mendaftar secara daring, mengunggah dokumen lamaran, dan mengikuti seleksi secara online (Wibowo et al., 2025). Sistem ini dianggap efisien karena menghemat waktu, biaya, serta menjangkau lebih banyak kandidat potensial. Namun demikian, ketergantungan pada sistem digital juga menimbulkan sejumlah tantangan, salah satunya adalah meningkatnya risiko penipuan lowongan kerja, penyebaran informasi palsu, dan kesulitan pelamar dalam membedakan kredibilitas sumber informasi karier. Situasi ini menuntut kemampuan literasi digital yang tinggi agar generasi Z dapat memfilter informasi secara kritis dan cerdas. Oleh karena itu, kajian terhadap hubungan antara perilaku digital generasi Z, efektivitas sistem *e-recruitment*, dan tingkat minat melamar kerja menjadi penting untuk memahami sejauh mana transformasi digital berperan dalam meningkatkan kesiapan kerja generasi ini di tengah pasar tenaga kerja yang semakin kompetitif.

Minat melamar kerja dapat dipahami sebagai kecenderungan individu untuk menunjukkan ketertarikan, melakukan pertimbangan, serta memiliki niat mengajukan lamaran pekerjaan pada suatu organisasi. Minat ini tercermin dari respon positif pelamar terhadap informasi lowongan kerja, keinginan untuk mencari informasi lebih lanjut, serta kesediaan mengikuti tahapan proses rekrutmen yang

ditawarkan. Dalam konteks rekrutmen berbasis digital, minat melamar kerja dipengaruhi oleh persepsi pelamar terhadap kejelasan informasi, daya tarik perusahaan, serta sistem rekrutmen yang digunakan, karena informasi yang mudah diakses dan dipahami cenderung meningkatkan ketertarikan pelamar untuk melamar pekerjaan (Astuti, 2025).

Fenomena minat melamar kerja di Indonesia menunjukkan kecenderungan yang cukup tinggi, terutama di tengah dinamika pasar kerja yang semakin kompetitif dan berbasis digital. Berdasarkan hasil riset LinkedIn yang dikutip oleh Kompas.id, sekitar 70% profesional di Indonesia menyatakan memiliki keinginan untuk mencari peluang kerja baru, angka ini lebih tinggi dibandingkan rata-rata global yang berada di kisaran 58 persen. Tingginya persentase tersebut mencerminkan bahwa pencari kerja di Indonesia tidak bersikap pasif, melainkan memiliki dorongan yang kuat untuk secara aktif mencari dan melamar pekerjaan yang dianggap lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka (Kompas.id, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa minat melamar kerja menjadi fenomena yang relevan untuk dikaji, khususnya dalam konteks mahasiswa Generasi Z yang akrab dengan teknologi digital dan memanfaatkan platform daring sebagai sarana utama dalam proses pencarian kerja.

Keunggulan utama *e-recruitment* terletak pada efisiensinya dalam menghemat waktu, biaya, serta kemampuannya menjangkau calon tenaga kerja tanpa batasan wilayah. Melalui sistem ini, perusahaan dapat menyeleksi ribuan pelamar dengan lebih sistematis, sementara pencari kerja dapat memperoleh informasi lowongan dengan mudah dan cepat. Meski demikian, keberhasilan sistem

ini tidak hanya bergantung pada kecanggihan teknologinya, tetapi juga pada kualitas antarmuka pengguna serta kepercayaan pelamar terhadap kredibilitas platform yang digunakan (Adawiah & Putra, 2024). Dalam konteks mahasiswa Generasi Z, penggunaan *e-recruitment* telah menjadi bagian dari gaya hidup profesional. Generasi ini lebih memilih proses digital karena dianggap lebih cepat, transparan, dan selaras dengan kebiasaan mereka yang lekat dengan teknologi. Oleh sebab itu, *e-recruitment* dalam penelitian ini dipahami sebagai persepsi pelamar terhadap kemudahan, efektivitas, dan transparansi sistem rekrutmen daring yang berpotensi meningkatkan tingkat minat melamar kerja mahasiswa.

Selain faktor sistem rekrutmen itu sendiri, aspek lain yang tidak kalah penting adalah kredibilitas informasi. Kredibilitas informasi dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang mempercayai keaslian, akurasi, dan keandalan informasi yang diperoleh melalui media digital (Metzger & Flanagin, 2023). Dalam proses rekrutmen daring, kredibilitas informasi mencerminkan tingkat kepercayaan pelamar terhadap kejujuran dan keakuratan data yang disajikan, baik mengenai deskripsi pekerjaan, reputasi perusahaan, maupun kejelasan prosedur seleksi. Mengemukakan bahwa keterbukaan, kejelasan, dan konsistensi informasi menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan persepsi keadilan dan kepercayaan pelamar terhadap organisasi. Sebaliknya, apabila informasi yang diterima bersifat tidak akurat, berlebihan, atau bahkan menyesatkan, hal tersebut dapat menurunkan minat pelamar dan menciptakan persepsi negatif terhadap perusahaan Lo Piccolo et al. (2024).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan yang konsisten antara *e-recruitment* dengan meningkatnya minat melamar kerja. Hasil penelitian Pramudya et al. (2024) menunjukkan bahwa sistem *e-recruitment* yang mudah diakses, efisien, dan informatif mampu meningkatkan ketertarikan individu untuk mengajukan lamaran kerja, khususnya pada kalangan mahasiswa dan *fresh graduate*. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *e-recruitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja Generasi Z karena memberi kemudahan akses informasi lowongan dan mendukung proses seleksi daring (Haq & Sukmawati, 2024). Selain itu, penelitian internasional yang dilakukan oleh menjelaskan bahwa kualitas informasi yang disajikan dalam iklan rekrutmen digital berperan penting dalam membentuk niat pelamar untuk melamar pekerjaan. Dengan demikian, *e-recruitment* tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi lowongan kerja, tetapi juga sebagai faktor strategis yang mendorong munculnya minat individu untuk melamar pekerjaan di era digital Esra Alniacik dan Umit Alniacik (2025).

Kredibilitas informasi merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi minat kerja individu dalam proses pencarian pekerjaan berbasis digital. Kredibilitas informasi merujuk pada tingkat keakuratan, kejelasan, dan keandalan informasi lowongan kerja yang diterima oleh pencari kerja (Sari & Nugroho, 2021). Informasi lowongan yang disajikan secara jelas dan dapat dipercaya mampu mengurangi ketidakpastian serta meningkatkan kepercayaan pencari kerja terhadap perusahaan (Putri & Handayani, 2021). Tingkat kepercayaan tersebut berperan dalam membentuk ketertarikan individu untuk melanjutkan

proses lamaran kerja (Rahmawati et al., 2023). Mahasiswa cenderung memiliki minat melamar kerja yang lebih tinggi ketika informasi lowongan kerja disampaikan secara transparan dan konsisten (Egaputri & Satrya, 2023). Sebaliknya, informasi yang tidak lengkap dan ambigu dapat menimbulkan keraguan serta menurunkan minat melamar pekerjaan (Sari & Nugroho, 2021). Dalam konteks mahasiswa Generasi Z, kredibilitas informasi menjadi aspek penting karena kelompok ini sangat bergantung pada sumber informasi digital dalam mencari pekerjaan (Putri & Handayani, 2021). Dengan demikian, kredibilitas informasi dipandang sebagai variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kerja mahasiswa (Rahmawati et al., 2023).

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengonfirmasi adanya pengaruh *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja. Namun demikian, sebagian besar kajian tersebut masih dilakukan pada konteks pencari kerja secara umum atau lingkungan organisasi tertentu, sehingga belum banyak yang secara khusus menyoroti mahasiswa Generasi Z sebagai subjek penelitian. Selain itu, fokus penelitian *e-recruitment* cenderung menitikberatkan pada aspek teknis sistem atau citra perusahaan, sementara kajian yang mengaitkan peran *e-recruitment* dengan kredibilitas informasi dalam membentuk minat melamar kerja masih relatif terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan akan penelitian yang lebih kontekstual untuk memahami bagaimana sistem rekrutmen digital dan kualitas informasi lowongan kerja secara bersamaan memengaruhi minat melamar kerja mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi.

Urgensi penelitian ini didasarkan pada meningkatnya intensitas pencarian kerja di era digital, di mana pencari kerja semakin bergantung pada platform daring sebagai sumber utama informasi lowongan. Meskipun minat mencari pekerjaan tergolong tinggi, tidak seluruh pencari kerja memiliki keyakinan dan ketertarikan yang sama dalam menindaklanjuti informasi lowongan yang tersedia secara online. Mahasiswa Generasi Z, sebagai calon tenaga kerja yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital, menghadapi tantangan dalam memilah informasi lowongan kerja yang valid dan terpercaya. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh *e-recruitment* dan kredibilitas informasi terhadap minat melamar kerja menjadi penting untuk memberikan pemahaman empiris mengenai faktor-faktor yang mendorong ketertarikan mahasiswa dalam melamar pekerjaan, sekaligus sebagai dasar perumusan strategi rekrutmen digital yang lebih efektif dan relevan dengan karakteristik Generasi Z.

Dari permasalahan tersebut, Penulis mencoba penelitian tersebut dalam sebuah skripsi dengan judul:

**“PENGARUH *E-RECRUITMENT* DAN KREDIBILITAS
INFORMASI TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA MAHASISWA
GENERASI Z”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *e-recruitment*, kredibilitas informasi, dan minat melamar kerja pada Mahasiswa generasi Z Universitas Siliwangi?
2. Bagaimana *e-recruitment* berpengaruh terhadap minat melamar kerja mahasiswa generasi Z Universitas Siliwangi?
3. Bagaimana kredibilitas berpengaruh terhadap minat melamar kerja mahasiswa generasi Z Universitas Siliwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan Penelitian Sebagai Berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa *e-recruitment*, kredibilitas informasi, minat melamar kerja pada mahasiswa generasi Z Universitas Siliwangi.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa Pengaruh *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja mahasiswa Generasi Z Universitas Siliwangi.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kredibilitas informasi terhadap minat melamar kerja mahasiswa Generasi Z Universitas Siliwangi.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan berbagai manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan pihak-pihak yang berkepentingan, sebagaimana dijelaskan berikut ini:

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan keilmuan di bidang manajemen sumber daya manusia, khususnya yang berkaitan dengan praktik rekrutmen di era digital. Temuan penelitian ini dapat

menambah referensi akademik mengenai peran e-recruitment dan kredibilitas informasi dalam memengaruhi minat melamar kerja, terutama pada mahasiswa Generasi Z yang memiliki kedekatan tinggi dengan teknologi digital. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai perilaku pencari kerja dalam merespons informasi lowongan kerja berbasis daring. Dengan demikian, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji topik serupa maupun pengembangan teori terkait rekrutmen dan perilaku pencari kerja di era digital.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai guna bagi beberapa pihak, antara lain:

a. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh perguruan tinggi sebagai bahan evaluasi dalam menyiapkan mahasiswa menghadapi dunia kerja, khususnya melalui peningkatan literasi digital dan pemahaman terhadap proses rekrutmen berbasis daring. Dengan demikian, perguruan tinggi dapat berperan lebih aktif dalam meningkatkan kesiapan karier mahasiswa.

b. Bagi Mahasiswa (Generasi Z)

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman mahasiswa mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat melamar kerja di era digital, terutama terkait penggunaan *e-recruitment* dan kualitas informasi lowongan

kerja. Pemahaman tersebut diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam mengambil keputusan karier secara lebih tepat dan terencana.

c. Bagi Perusahaan atau Praktisi Sumber Daya Manusia (*HR Practitioner*)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi perusahaan dalam menyusun dan mengelola sistem *e-recruitment* yang lebih efektif serta selaras dengan karakteristik Generasi Z. Temuan penelitian ini juga dapat dijadikan pertimbangan dalam penyampaian informasi lowongan kerja yang jelas dan dapat dipercaya agar mampu menarik minat pelamar.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti berikutnya yang ingin mengkaji topik sejenis. Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk pengembangan penelitian lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain, memperluas objek penelitian, atau menggunakan pendekatan metodologis yang berbeda guna memperkaya kajian mengenai perilaku pencari kerja di era digital.

1.5 Tempat dan Lokasi Penelitian

1.5.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Siliwangi, yang beralamat di Jl. Siliwangi No. 24, Tasikmalaya, Jawa Barat.

1.5.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian direncanakan berlangsung selama 5 bulan, yaitu mulai dari September 2025 hingga Maret 2026.