



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN *DAN E-RECRUITMENT* TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA PADA *FRESH GRADUATE* FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

SKRIPSI

Lala Mutiara

1602025170

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2020



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN DAN *E-RECRUITMENT*
TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA PADA *FRESH*
GRADUATE FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

SKRIPSI

Lala Mutiara

1602025170

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **“PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN DAN *E-RECRUITMENT* TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA PADA *FRESH GRADUATE* FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR.HAMKA”** merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 26 Agustus 2020
Yang Menyatakan,



(Lala Mutiara)
NIM 1602025170

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN DAN
E-RECRUITMENT TERHADAP MINAT
MELAMAR KERJA PADA *FRESH*
GRADUATE FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PROF.DR.HAMKA


NAMA : Lala Mutiara

NIM : 1602025170

PROGRAM STUDI : Manajemen

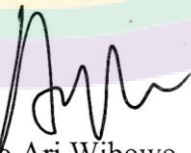
TAHUN AKADEMIK : 2020/2021

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Dr. Budi Permana Yusuf, MM.	
Pembimbing II	Faizal Ridwan Zamzamy, SE., MM	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA


Dr. Adityo Ari Wibowo, M.M.

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN DAN
E-RECRUITMENT TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA PADA
FRESH GRADUATE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

Yang disusun oleh:

Lala Mutiara
1602025170

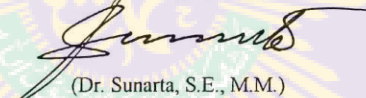
Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjaan strata-satu (S1)
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Prof. DR. HAMKA

Pada tanggal: 26 Agustus 2020

Tim penguji:

Ketua, merangkap anggota :



(Dr. Sunarta, S.E., M.M.)

Sekretaris, merangkap anggota :



(Dr. Andi Sessu, S.E., M.M.)

Anggota,



(Tupi Setyowati, S.E., M.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA



Dr. Adityo Ari Wibowo, M.M.



Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M.

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:


Nama : Lala Mutiara
NIM : 1602025170
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN DAN E-RECRUITMENT TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA PADA FRESH GRADUATE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR.HAMKA”**.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 26 Agustus 2020
Yang menyatakan,


Lala Mutiara
NIM. 1602025170

ABSTRAK

Lala Mutiara (1602025170)

PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN DAN *E-RECRUITMENT* TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA PADA *FRESH GRADUATE* FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

Skripsi: Program Strata Satu Program studi manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.DR..HAMKA. 2020. Jakarta.

Kata kunci : Reputasi Perusahaan, *E-recruitment* , Minat Melamar Kerja

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana reputasi perusahaan dan *E-recruitment* berpengaruh terhadap minat melamar kerja pada *Fresh graduate* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA. *Fresh graduate* dalam hal mencari pekerjaan dibutuhkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi dalam menentukan kemana arah minat untuk melamar pekerjaan. didalam penelitian ini faktor yang dapat mempengaruhi minat melamar kerja *fresh graduate* ialah reputasi perusahaan dan *e-recruitment*. Teori yang digunakan didalam penelitian yaitu teori Manajemen Sumber Daya Manusia yang berhubungan dengan reputasi perusahaan dan *e-recruitment*. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survey dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner, sedangkan jenis penelitiannya deskriptif kuantitatif. Sampel pada penelitian ini berjumlah 139 responden. Untuk menguji hipotesis digunakan analisis regresi linear berganda dengan melakukan uji t dan uji F.Variabel yang diteliti adalah Reputasi Perusahaan dan *E-recruitment* sebagai variabel independen dan variabel dependen adalah Minat Melamar Kerja pada *Fresh graduate* Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA.Hasil penelitian dengan menggunakan software SPSS 20.0 menunjukkan bahwa 1). Reputasi Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Melamar Kerja. 2). *E-recruitment* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Melamar Kerja. 3). Reputasi Perusahaan dan *E-recruitment* berpengaruh secara simultan terhadap Minat Melamar Kerja. Hal ini dapat diartikan bahwa Minat Melamar Kerja *Fresh graduate* Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA dipengaruhi oleh reputasi perusahaan dan *e-recruitment*.

ABSTRACT

Lala Mutiara (1602025170)

THE EFFECT OF CORPORATE REPUTATION AND E-RECRUITMENT AGAINST APPROACHING EMPLOYMENT IN FRESH GRADUATE FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH PROF.DR.HAMKA

Thesis: Strata One Program Management study program. Faculty of Economics and Business Muhammadiyah University Prof.DR.HAMKA. 2020. Jakarta

Keywords: Corporate Reputation , E-recruitment , Interest in Applying for Work

This study discusses how the company's reputation and e-recruitment affect the interest in applying for work at Fresh graduates of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA. Fresh graduates in terms of looking for work needed several factors that can influence in determining the direction of interest to apply for a job. In this research, the factors that can influence the interest of applying for fresh graduates are company reputation and e-recruitment. The theory used in this research is the theory of Human Resource Management which is related to company reputation and e-recruitment . The research method used is a survey method with data collection techniques through questionnaires, while the type of research is descriptive quantitative. The sample in this study amounted to 139 respondents. To test the hypothesis, multiple linear regression analysis is used by t-test and F-test. The variables studied are Company Reputation and E-recruitment as the independent variable and the dependent variable is Interest in Applying for Work to Fresh Graduates of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA. The results of research using SPSS 20.0 software show that 1). Company reputation has a positive and partially significant effect on Interest in Applying for Work. 2). E-recruitment has a positive and partially significant effect on interest in applying for work. 3). Company reputation and E-recruitment simultaneously influence the Interest in Applying for Work. This can be interpreted that the interest in applying for a fresh graduate job at the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA is influenced by the company's reputation and e-recruitment .

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran ALLAH SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-NYA yang senantiasa diberikan kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Reputasi Perusahaan dan *E-recruitment* terhadap Minat Melamar Kerja *Fresh graduate* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA”. Dalam proses penyusunan skripsi ini banyak pembelajaran yang senantiasa didapatkan oleh penulis dan peran dari berbagai pihak turut membantu dalam proses penyusunan ini. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin memberikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M.Hum selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
2. Bapak Nuryadi Wijiharjono, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
3. Bapak Dr. Zulpahmi, S.E, M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
4. Bapak Dr. Sunarta, S.E, M.M selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
5. Bapak Tohirin, S.H.I, M.Pd.I selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
6. Bapak Aditiyo Ari Wibowo.,S.E,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah menyediakan waktu, memberikan saran, masukan, dan

kritiknya untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

7. Bapak Budi Permana, Dr. MM. Selaku dosen pembimbing I skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk melakukan bimbingan dan masukan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi.
8. Bapak Faizal Ridwan Zamzany, SE., MM. Selaku dosen pembimbing II skripsi yang sudah mengarahkan dan memberikan masukan – masukan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi.
9. Bapak Dr. Sunarta, S.E., M.M . Selaku penguji I skripsi yang sudah menguji skripsi dan memberikan masukan – masukan didalam skripsi.
10. Bapak Dr. Andi Sessu, S.E., M.M. selaku penguji II skripsi yang sudah menguji skripsi dan memberikan masukan – masukan didalam skripsi.
11. Ibu Tupi Setyowati, S.E., M.M. Selaku penguji III skripsi yang sudah menguji skripsi dan memberikan masukan – masukan didalam skripsi.
12. Seluruh responden yang sudah berkenan untuk mengisi kuesioner penelitian dan bersedia untuk meluangkan waktunya
13. Akademik FEB UHAMKA yang sudah membantu dalam proses memberikan data *fresh graduate* FEB UHAMKA
14. Orang tua yang telah memberi dukungan yang tiada henti, doa yang selalu dipanjatkan agar saya dapat menyelesaikan proses pembuatan skripsi disepanjang proses kehidupan penulis.

15. Teman – teman seperjuangan atas doa, dukungan, waktu, dan segalanya untuk penulis di sepanjang proses kehidupan penulis. Tanpa dukungan kalian penulis tidak akan bisa menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis berharap untuk dapat memberikan kritik maupun saran yang membangun dari berbagai pihak. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, 26 Agustus 2020

Penulis



Lala Mutiara

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	8
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	8
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	9
1.2.3 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Telaah Pustaka	28
2.2.1 Minat Kerja.....	28
2.2.1.1 Pengertian Minat Kerja	28
2.2.2 Reputasi Perusahaan	32
2.2.3 E-recruitment	36
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	42
2.4 Rumusan Hipotesis	43
BAB III	45
METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Metode Penelitian	45
3.2 Operasional Variabel Penelitian.....	45
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	49
3.3.1 Populasi	49
3.3.2 Sampel.....	50
3.4 Teknik dan Waktu Pengumpulan Data	51

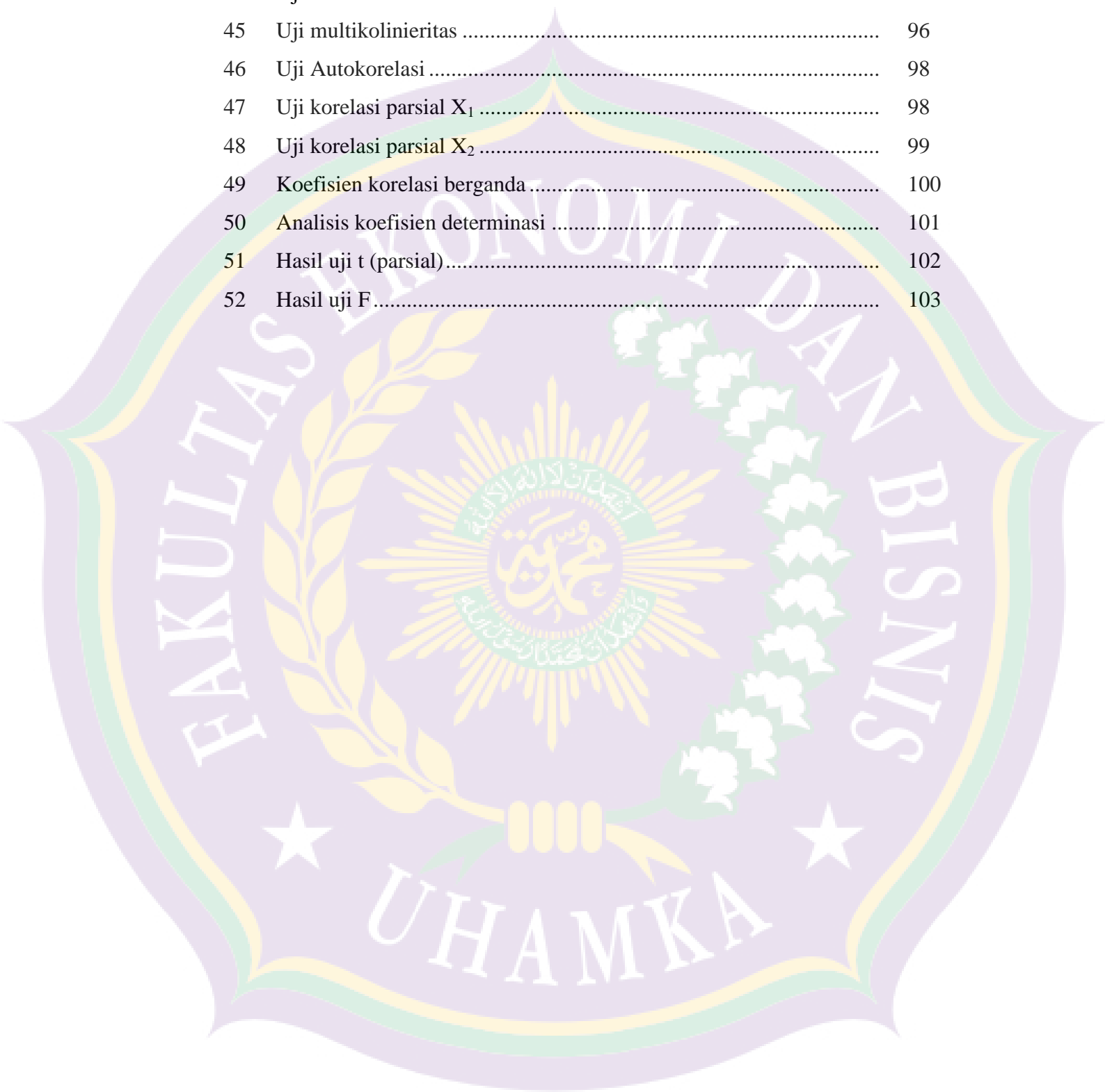
3.4.1	<i>Tempat dan Waktu Penelitian</i>	51
3.4.2	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	51
3.5	Teknik Pengolahan dan Analisis Data	53
3.5.1	<i>Teknik Pengolahan</i>	53
3.5.2	<i>Uji Kualitas Data</i>	54
3.5.3	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	55
3.5.4	<i>Analisis Regresi Linear Berganda</i>	58
3.5.5	<i>Analisis Koefisien Korelasi</i>	60
3.5.6	<i>Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R²)</i>	60
3.5.7	<i>Uji Hipotesis</i>	61
BAB IV	63
HASIL DAN PEMBAHASAN		63
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.1.1	<i>Sejarah Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof DR HAMKA</i>	63
4.1.2	<i>Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA</i>	66
4.1.3	<i>Proses Bisnis FEB UHAMKA</i>	67
4.2	Pengolahan Data dan Pembahasan	69
4.2.1	<i>Karakteristik Responden</i>	69
4.3	Uji Kualitas Data	72
4.3.1	<i>Uji Validitas</i>	72
4.3.3	<i>Jawaban responden</i>	75
4.4	Statistik Deskriptif	91
4.5	<i>Analisis Regresi Linear Berganda</i>	92
4.6	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	94
4.7	<i>Analisis Koefisien Korelasi</i>	98
4.8	<i>Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R²)</i>	100
4.9	<i>Uji Hipotesis</i>	101
4.8	Pembahasan	103
4.8.1	<i>Reputasi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Melamar Kerja</i>	103
4.8.2	<i>E-recruitment berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Melamar Kerja</i>	104
4.8.3	<i>Reputasi Perusahaan Dan E-recruitment berpengaruh simultan Terhadap Minat Melamar Kerja</i>	105
BAB V	107
PENUTUP		107
5.1	Kesimpulan	107
5.2	Saran	108
DAFTAR PUSTAKA		111
LAMPIRAN		113

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1	Ringkasan gambaran terdahulu.....	19
2	Perbandingan sistem rekrutmen tradisional & <i>e-recruitment</i>	41
3	Operasional variabel.....	47
4	Jumlah populasi <i>fresh graduate</i> FEB UHAMKA 2019-2020	49
5	Skor nilai skala likert.....	52
6	Kriteria presentase tanggapan responden	54
7	Kriteria pengambilan autokorelasi.....	58
8	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	69
9	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	70
10	Karakteristik responden berdasarkan program studi.....	71
11	Karakteristik responden berdasarkan mempunyai pekerjaan.....	71
12	Karakteristik responden berdasarkan <i>Jobseeker</i> (Pencari kerja).....	72
13	Uji validitas reputasi perusahaan.....	73
14	Uji validitas <i>e-recruitment</i>	73
15	Uji validitas minat melamar kerja.....	74
16	Reliabilitas reputasi perusahaan, <i>e-recruitment</i> dan minat melamar Kerja.....	75
17	Perasaan positif terhadap perusahaan dapat mempermudah Pekerjaan saya	76
18	Perusahaan ini menjadi salah satu yang dipikirkan ketika saya memilih pekerjaan	76
19	Kemampuan saya akan berkembang jika saya bekerja di perusahaan tersebut.....	77
20	Perusahaan tersebut memiliki produk dan jasa yang berkualitas	78
21	Karir saya akan meningkat apabila bekerja di perusahaan yang memiliki kualitas pekerjaan yang baik	78
22	Fasilitas yang diberikan oleh perusahaan membuat saya tertarik untuk bekerja.....	79

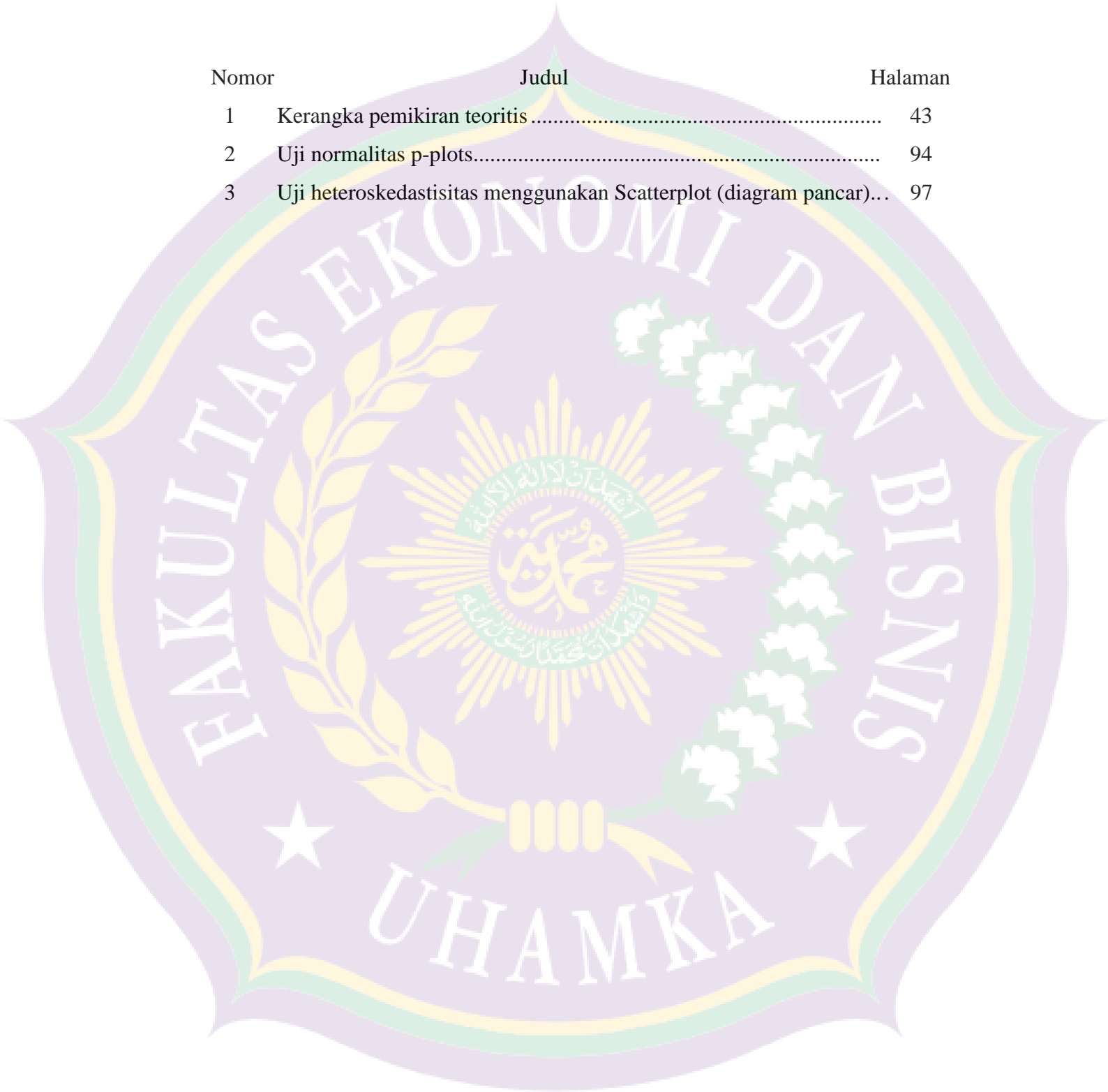
23	Saya yakin perusahaan telah memberikan kontribusi terhadap sosial...	79
24	Ketika sedang bekerja saya diperlakukan secara baik dan profesional..	80
25	Rata-rata jawaban responden mengenai reputasi perusahaan	81
26	Saya merasa bangga jika bisa bekerja di perusahaan dengan reputasi baik..	81
27	Sistem <i>e-recruitment</i> membuat pengeluaran saya menjadi berkurang..	82
28	Saya menggunakan situs <i>e-recruitment</i> dan jejaring sosial untuk mencari pekerjaan	83
29	Menggunakan situs <i>e-recruitment</i> memudahkan saya mencari pekerjaan dengan cepat.....	83
30	Saya mempunyai ketertarikan dalam hal mempelajari tugas atau peran baru.....	84
31	Saya merasa puas dengan perolehan gaji yang diterima	85
32	Rata-rata responden mengenai indikator <i>e-recruitment</i>	85
33	Pendapatan yang saya peroleh dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari saya	86
34	Saya bisa membeli kebutuhan penunjang selain kebutuhan sehari-hari.....	86
35	Saya melihat informasi lowongan pekerjaan perusahaan melalui internet	87
36	Saya mengetahui informasi lowongan pekerjaan dari kerabat yang bekerja di perusahaan tersebut	88
37	Perusahaan ini adalah perusahaan yang saya inginkan sejak dahulu	88
38	Saya bekerja di perusahaan sesuai dengan minat.....	89
39	Saya bekerja di perusahaan ini atas dasar keinginan diri sendiri	89
40	Tidak ada paksaan dari pihak lain ketika saya menerima pekerjaan di perusahaan	90
41	Rata-rata tanggapan responden indikator minat melamar kerja.....	91
42	Statistik Deskriptif.....	92
43	Hasil regresi linear berganda.....	93

44	Uji normalitas	94
45	Uji multikolinieritas	96
46	Uji Autokorelasi	98
47	Uji korelasi parsial X_1	98
48	Uji korelasi parsial X_2	99
49	Koefisien korelasi berganda	100
50	Analisis koefisien determinasi	101
51	Hasil uji t (parsial)	102
52	Hasil uji F	103



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1	Kerangka pemikiran teoritis	43
2	Uji normalitas p-plots.....	94
3	Uji heteroskedastisitas menggunakan Scatterplot (diagram pancar)...	97



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	1/35
2	Tabel hasil skor variabel reputasi perusahaan.....	7/35
3.	Tabel hasil skor variabel <i>e-recruitment</i>	11/35
4.	Tabel hasil skor variabel minat melamar kerja.....	15/35
5.	Hasil <i>output SPSS Versi 20.0</i>	19/35
6.	Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$	27/35
7.	Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160).....	28/35
8.	Distribusi F.....	29/35
9.	Surat Tugas	30/35
10.	Formulir Pengajuan Judul Proposal Skripsi	31/35
11.	Formulir Pengajuan Persetujuan Judul Proposal Skripsi	32/35
12.	Catatan Konsultasi Skripsi Pembimbing I (Satu).....	34/35
13.	Catatan Konsultasi Skripsi Pembimbing II (Dua).....	35/35

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi seperti sekarang ini, persaingan antar perusahaan terjadi untuk sama – sama meningkatkan keunggulan dari perusahaan sehingga sumber daya manusia (SDM) dituntut mampu untuk mengembangkan potensi. Peran teknologi didalam perusahaan tidak lepas kaitannya dari sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas dan dapat diandalkan oleh perusahaan. Saat ini perusahaan membutuhkan SDM yang mampu dan sanggup menguasai teknologi dengan cepat, adaptif dan responsif terhadap perubahan – perubahan terhadap teknologi. Dengan adanya kondisi tersebut integritas pribadi dari SDM semakin penting untuk memenangkan persaingan.

Menurut situs *We are Social 2020*, data yang di *publish* pada bulan Februari 2020 menyatakan Indonesia menjadi salah satu diantara berbagai negara yang mengakses internet tertinggi di dunia. Orang yang menggunakan internet di Indonesia menyentuh angka 64 persen dengan total pengakses sebesar 174 juta orang. LinkedIn menjadi satu – satunya aplikasi lowongan pekerjaan yang paling sering diakses di Indonesia dengan urutan ke delapan di dunia. Jumlah *reach* sudah mencapai 15 juta untuk LinkedIn.

Manfaat internet bisa dirasakan dan dipergunakan ke hal – hal yang bersifat positif salah satu contoh dari manfaat adanya internet ialah internet dapat digunakan untuk mencari lowongan pekerjaan. Dengan adanya informasi lowongan pekerjaan di internet, calon kandidat karyawan dapat dengan mudah

mendapatkan informasi mengenai perusahaan yang ingin dilamar. Serta calon kandidat dapat mengefisiensi waktunya dalam hal mencari pekerjaan karena calon kandidat tidak perlu mengunjungi perusahaan untuk mengetahui info lowongan pekerjaan.

Pencarian informasi lebih sering diakses oleh *Fresh graduate* yang baru menamatkan studinya, berbagai informasi pekerjaan sangat dibutuhkan. Peran aplikasi informasi pekerjaan dapat memudahkan *Fresh graduate* untuk mendapatkan informasi dalam hal ini informasi dari internet dapat menarik minat melamar kerja *Fresh graduate* karena menjadi salah satu tolak ukur mahasiswa untuk menentukan perusahaan mana yang nantinya akan mahasiswa lamar dalam hal pekerjaan, untuk sebagian *Fresh graduate* reputasi perusahaan menjadi salah satu tolak ukur untuk menentukan perusahaan mana yang akan dipilih karena reputasi perusahaan menjadi awal pengenalan perusahaan kepada calon karyawannya dan masalah selanjutnya yang mempengaruhi minat melamar kerja ialah *E-recruitment*, *E-recruitment* menjadi indikator permasalahan dari minat melamar kerja karena alur proses *recruitment* yang mudah dan sudah jelas ditentukan dari awal membuat mahasiswa *Fresh graduate* menjadi lebih dipermudah.

Mahasiswa yang sudah menjadi alumni Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof Dr HAMKA tentunya ketika sudah lulus dari bangku perkuliahan ingin mendapatkan pekerjaan yang baik dan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh *Fresh Graduate*. Didukung dengan mengetahui reputasi perusahaan yang baik dan juga *E-recruitment* yang memudahkan dan

jelas. Sehingga *Fresh graduate* lebih terbantu dalam hal mencari pekerjaan yang sesuai dengan yang diinginkan dan sesuai dengan kemampuannya.

Fresh graduate menjadi bahasan yang menarik untuk ditelusuri dalam minatnya untuk melamar pekerjaan, setelah melewati masa perkuliahan *Fresh graduate* akan memikirkan perusahaan mana yang akan dilamar untuk menjadi tempat bekerja. Untuk membantu *Fresh graduate* dalam memudahkan mendapatkan informasi mengenai perusahaan, Universitas mempunyai portal karir yang diperuntukan untuk *Fresh graduate*. Menurut Santi Rimadias (2017) Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA menjadi salah satu universitas negeri di Jakarta yang tidak mempunyai portal karir karena belum tergabung dengan CDC (*Career Development Center*).

Fenomena saat ini masih ada beberapa alumni Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA yang belum mendapatkan pekerjaan, perlu kita tau dalam melamar pekerjaan ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi calon karyawan untuk dapat diterima oleh perusahaan. Diawali dengan minat melamar kerja dari alumni UHAMKA yang sudah disiapkan ketika ingin melamar kerja dan juga mengetahui detail perusahaan yang ingin dilamar supaya mempermudah proses rekrutmen dari perusahaan. Fenomena yang kerap terjadi ketika alumni FEB UHAMKA yang sudah lulus dan sedang mencari pekerjaan, alumni harus menunggu beberapa waktu sampai dia mendapatkan pekerjaan yang diinginkan. Mengapa alumni harus menunggu sampai beberapa bulan sampai ia mendapatkan pekerjaan yang diinginkan, apakah ada

permasalahan yang terjadi didalam minatnya dalam mencari kerja atau ada ketidaksesuaian didalam pekerjaan yang diminati oleh alumni FEB UHAMKA.

Beberapa indikator yang dapat mempengaruhi perusahaan untuk dapat bersaing dan unggul diantara perusahaan yang lain. Dalam hal ini, perusahaan akan bersaing dalam hal keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan dan persaingan yang lebih penting yaitu persaingan untuk mendapatkan karyawan yang kompeten karena karyawan ialah aset bagi perusahaan untuk dapat menjalankan roda kegiatan didalam perusahaan, berhasil atau tidaknya perusahaan ditentukan dari kualitas karyawan yang dimiliki oleh perusahaan. Investasi jangka panjang yang dilakukan oleh perusahaan ialah berinvestasi melalui *recruitment* karyawan untuk melakukan proses seleksi karyawan yang kompeten yang nantinya karyawan tersebut di recruit untuk dapat bergabung kedalam perusahaan.

Perusahaan harus tau minat melamar kerja yang dapat mempengaruhi calon kandidat karyawan untuk melamar bekerja di perusahaan. Untuk dapat menarik minat calon karyawan dalam hal melamar ke perusahaan, perusahaan harus melakukan strategi – strategi *recruitment* untuk mendapatkan pelamar kerja dengan jumlah yang banyak, dengan jumlah pelamar kerja yang banyak perusahaan akan mendapatkan peluang yang besar untuk dapat menyeleksi calon karyawan dan kemudian merekrut karyawan yang kompeten. Setelah melakukan proses *recruitment* masukan yang diberikan dari calon karyawan dapat menentukan minat para calon karyawan didalam melamar pekerjaan karena masukan yang diberikan calon karyawan dapat berguna untuk perusahaan dalam

menjalankan strategi *recruitment* dalam hal menarik minat melamar kerja untuk calon karyawan perusahaan.

Perusahaan dalam hal mencari calon kandidat karyawan dibutuhkan strategi – strategi yang unggul dalam menarik minat para calon kandidat karyawan karena perusahaan harus menentukan strategi yang tepat supaya mendapatkan calon kandidat karyawan yang banyak. Gomes dan Neves (2011) minat melamar dapat menjadi sebuah objek yang mampu memprediksi terkuat dalam proses melamar pekerjaan didalam proses rekrutmen. Ketika sebuah perusahaan dinilai menarik oleh calon pelamar maka akan timbul keinginan untuk melamar ke perusahaan tersebut, Foster (2010).

Reputasi perusahaan menjadi penting karena reputasi perusahaan ialah wajah perusahaan yang ditunjukkan kepada publik. Apabila reputasi perusahaan dinilai bagus oleh publik maka *track recorde* dari karyawan yang bekerja didalam perusahaan tersebut juga akan dinilai bagus.

Reputasi perusahaan bisa juga berupa penilaian ataupun masukan yang diberikan kepada perusahaan oleh seseorang yang ada dilingkungan perusahaan maupun yang tidak dilingkungan perusahaan, yang memiliki peran untuk menentukan suatu perusahaan dalam hal keberhasilan dan sebagai acuan untuk dapat menarik minat calon kandidat karyawan untuk melamar pekerjaan di perusahaan. Selain menarik minat calon kandidat karyawan, reputasi perusahaan juga dapat berguna bagi perusahaan yakni karena reputasi perusahaan akan sangat berguna untuk jalannya perkembangan dari perusahaan.

Reputasi perusahaan adalah persepsi dari *stakeholder* mengenai kinerja, kepercayaan terhadap perusahaan, aktivitas komunikasi yang dilakukan perusahaan dan rasa emosional terhadap perusahaan dari waktu ke waktu (Fomburn, 1996; Walsh *et al.*, 2008). Reputasi perusahaan menjadi perhatian penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja, keunggulan bersaing dan menelaraskan kebijakan yang diambil oleh perusahaan (Wang, 2006; Lewis, 2001).

Basya (2016) menjelaskan bahwa reputasi ialah suatu nilai yang diberikan kepada individu, institusi atau negara. Reputasi tidak bisa diperoleh dalam waktu singkat karena harus dibangun bertahun – tahun untuk menghasilkan sesuatu yang bisa dinilai oleh publik. Reputasi pada dasarnya adalah nama baik yang dinilai dari pihak internal maupun dari pihak eksternal.

Salah satu permasalahan yang ada didalam minat melamar kerja ialah *e-recruitment*. Di zaman yang serba canggih seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk dapat berkembang salah satu contohnya ialah perusahaan harus dapat menggunakan metode *recruitment* yang berbeda dari sebelumnya. Hal ini dilakukan supaya perusahaan dapat menarik *job seeker* dari generasi Z yang memiliki potensi yang lebih unggul. *E-recruitment* menjadi salah satu cara yang ditempuh perusahaan untuk meningkatkan nilai organisasinya dan bersaing dengan organisasi lainnya untuk mengumpulkan sebanyak – banyaknya calon karyawan yang potensial dan berkualitas tinggi yang akan membawa organisasi mencapai tujuannya.

Organisasi menggunakan metode *E-recruitment* karena selain menghemat biaya, brand organisasi dapat lebih dikenal dan memperbesar peluang mendapatkan calon karyawan yang sesuai kriteria yang telah ditetapkan organisasi. Dengan metode *E-recruitment* para pencari informasi lowongan pekerjaan juga lebih mudah mengakses dibandingkan jika harus membeli surat kabar atau datang langsung ke perusahaan dengan resiko belum tentu ada lowongan pekerjaan yang sesuai dengan keahlian calon karyawan. Juwita (2013)

Purnomo (2013) mendefinisikan *Electronic Recruitment* atau *E-recruitment* sebagai penggunaan internet untuk menarik karyawan yang potensial untuk sebuah organisasi yang dapat mencakup penggunaan situs web perusahaan serta penggunaan papan pekerjaan komersial.

Beberapa penelitian terdahulu yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Perusahaan dan *E-recruitment* terhadap Minat Melamar Kerja secara parsial. Menurut Zahrudini dan Afrianty (2020), Perdana (2019), Rumangkit dan Aditya (2018), Gracia, Chan dan Rivani (2018), Wasis L (2018), Wulandari (2018), Rahayu (2018), Cannaby (2018), Diansyah (2017), Atmoko (2017), Sitindaon (2017), Hermanto (2017), Nanda dan Prasetya (2017), Budiman (2016), Herlyana (2016), Zain, Nik Jaafar, dkk (2016), Permadi dan Netra (2015), dan Sumardana (2014). Variabel *E-recruitment* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Melamar Kerja. Dikarenakan sistem *E-recruitment* dari perusahaan dinilai kurang menarik minat calon karyawan dan kurang efisien bagi calon karyawan yang ingin mendaftar pekerjaan.

Penelitian ini melibatkan *Fresh graduate* Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA Tahun 2019 – 2020 yang nantinya akan dijadikan sebagai populasi. Dari populasi tersebut nantinya akan dipilih sesuai dengan kriteria – kriteria tertentu. Sehingga sampel yang terpilih nantinya dapat digunakan sebagai sampel penelitian. Dalam hal ini penulis mengambil kesimpulan bahwa Reputasi perusahaan dan *E-recruitment* menjadi faktor yang penting dalam hal minat melamar kerja pada *Fresh Graduate*. Oleh karena itu penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Reputasi Perusahaan dan *E-recruitment* terhadap Minat Melamar Kerja *Fresh graduate* Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA”**.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Reputasi perusahaan menjadi tolak ukur *Fresh graduate* dalam hal melamar kerja.
2. Internet memudahkan proses *E-recruitment* dalam hal menarik minat melamar kerja.
3. Kebutuhan akan pekerjaan menjadi indikator dalam minat melamar kerja.
4. *E-recruitment* dapat membantu *fresh graduate* dalam mencari pekerjaan yang menjadi minat
5. Reputasi perusahaan menjadi persoalan yang penting untuk *Fresh graduate*

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis hanya membahas masalah variabel bebas (Independent) yaitu variabel yang mempengaruhi yakni Reputasi Perusahaan (X1) dan *E-recruitment* (X2) serta variabel terikat (Dependent), yaitu variabel yang dipengaruhi yaitu Minat Melamar Kerja (Y).

1.2.3 Perumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Kerja pada *Fresh graduate* Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof .DR. HAMKA?
2. Bagaimana pengaruh *E-recruitment* terhadap Minat Melamar Kerja pada *Fresh graduate* Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof .DR. HAMKA?
3. Bagaimana pengaruh Reputasi Perusahaan dan *E-recruitment* terhadap Minat Melamar Kerja pada *Fresh graduate* Fakultas Ekonomi & Bisnis Manajemen Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah dan pernyataan penelitian diatas maka tujuan yang ingin dicapai penulis untuk melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Kerja pada *Fresh graduate* Fakultas Ekonomi & Bisnis Manajemen Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *E-recruitment* terhadap Minat Melamar Kerja pada *Fresh graduate* Fakultas Ekonomi & Bisnis Manajemen Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Reputasi Perusahaan dan *E-recruitment* terhadap Minat Melamar Kerja pada *Fresh graduate* Fakultas Ekonomi & Bisnis Manajemen Universitas Muhammadiyah Prof.DR. HAMKA.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi dunia akademik

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat menjadi acuan dalam melakukan penelitian yang kedepannya akan memudahkan akademik untuk mencari data penelitian terdahulu.

2. Manfaat bagi mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam proses pembelajaran penulis yang nantinya akan sangat bermanfaat. Dan dapat mengembangkan wawasan mengenai teori – teori yang sudah dipelajari ketika duduk dibangku kuliah.

3. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat untuk *Fresh graduate* dalam menentukan langkah yang diambil sebelum masuk kedalam dunia kerja. Karena mencari dan menemukan sebuah pekerjaan yang sesuai dengan

keinginan pelamar kerja menjadi salah satu indikator paling penting didalam menentukan pekerjaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Aryska, M., & Kasmirudin, K. (2017). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru) (Doctoral dissertation, Riau University).
- Atmoko, F. K. (2017). Pemakaian Rekrutmen Online di Indonesia Pada Perusahaan-Perusahaan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Agora*, 5(2).
- Billy Ronaldo Potale, V. L. (2016). *Pengaruh Proses Rekrutmen dan Seleksi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Sulutgo*, 453-464.
- Budiman, T., & Handayani, N. P. (2016). Pengaruh Recruitment Source dan Job Seeker's Perception terhadap JOB Seeker's Intention to Pursue the Job di Kompas Gramedia Group. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 64-78.
- Diansyah, F. E. (2017). Pengaruh kompensasi dan waktu bekerja yang ditawarkan oleh perusahaan terhadap minat melamar kerja (studi kasus keputusan masyarakat memilih bekerja sebagai driver Gojek di PT. Gojek Indonesia Semarang) (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).
- Fridantara, A. S. (2018). Pengaruh Daya Tarik Perusahaan dan *E-recruitment* terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan pada Calon Karyawan Generasi Y: Peran Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Mediasi (Master's thesis, Universitas Islam Indonesia).
- Gracia, A., Chan, A., & Adinegara, R. (2018). Analisis Penerapan *E-recruitment* pada PT. X. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1), 13-19.
- Herlyana, M. (2016). *Pengaruh employer attractiveness dan use of social media terhadap corporate reputation, serta implikasinya terhadap intention to apply for a job, telaah pada job seeker di pt net mediatama televisi* (Doctoral dissertation, Universitas Multimedia Nusantara).
- Lc, B. W. (2019). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Freshgraduate Ke Bank Syariah Dengan Lingkungan Keluarga Sebagai Variabel Intervening (Doctoral Dissertation, Iain Salatiga).
- Nanda, K. D., & Prasetya, A. (2017). Efektifitas Penerapan Metode Rekrutmen Online (E-Recruitment)(Studi Pada PT Industri Kereta Api (INKA)–Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 53(1), 96-104.
- Perdana, I. A. (2019). Peran Persepsi Pencari Kerja terhadap CSR Perusahaan pada Organizational Attractiveness dan Minat Melamar Pekerjaan: Worker Electronic Word-of-Mouth sebagai Variabel Moderator.
- Permadi, K. D., & Netra, I. G. S. K. (2015). Pengaruh Reputasi, Kompensasi, dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa Universitas Udayana. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(10).
- Rahayu, T. E. (2018). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan (Studi Pada Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung).

- Rahyuda, A. G., Sumardana, O., & Sintaasih, D. K. Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, dan Kompensasi yang Ditawarkan Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Buletin Studi Ekonomi*, 44249.
- Ramadhan, B. (2020, Februari 16). Data Internet di Indonesia dan Perilakunya Tahun 2020. Dipetik Juni 30, 2020, dari TEKNOIA: <https://teknoia.com/data-internet-di-indonesia-dan-perilakunya>.
- Rimadiaz, S., & Pratiwi, L. K. (2017). Planned Behavior pada *E-recruitment* sebagai Penggerak Intention to Apply for Work (Kasus *Fresh graduate* pada Universitas Swasta di Jakarta).
- Rumangkit, S., & Aditiya, M. D. (2018, August). Minat Generasi Z pada Penggunaan E-Rekrutmen. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, No. 1, pp. 46-50).
- Simulasikredit.com. (2013). Dipetik Juni 28, 2020, dari Pengertian kebutuhan primer vs sekunder vs tersier: <https://www.simulasikredit.com/pengertian-kebutuhan-primer-vs-sekunder-vs-tersier/>
- Sitindaon, J. R. (2017). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Word Of Mouth Terhadap Niat Menggunakan Situs Online Bukalapak (Doctoral Dissertation, Universitas Widyatama).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sutrisno, D. E. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana.
- Wasis, Moh. Eka (2018). Pengaruh Website Rekrutmen Terhadap Daya Tarik Pelamar Dimediasi Reputasi Perusahaan. Jakarta: UII.
- Wulandari, N. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa Program Magister Universitas Widyatama (Studi pada Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Widyatama Bandung) (Doctoral dissertation, Tesis Program Magister Management Universitas Widyatama Bandung).
- Zahrudini, N., & Afrianty, T. W. (2020). The Impact of Electronic Recruitment towards Employer Branding through Candidate Experience (Survey on Recent Graduates of Business Administration, Faculty of Administrative Science, University of Brawijaya Batch 2013). *WACANA, Jurnal Sosial dan Humaniora*, 23(1).
- Zin, S. M., JAAFAR, N., Mat, R. C., Alias, W. N. I. W., & Ashari, E. H. M. E. H. (2016). *E-recruitment technology: the effective source of recruitment*. *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*, 6, 84-89.