

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh para peneliti. Penelitian terdahulu dapat digunakan untuk bahan masukan dan bahan pengkajian terkait dengan penelitian ini, baik dari segi fokus, *locus* serta metodologi yang digunakan, diantaranya yaitu:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1.	Hardiansyah, R., Danial, R., & Nurmala, R. (2023). THE EFFECTIVENESS OF E-RECRUITMENT AND SOCIAL MEDIA IN INCREASING THE INTEREST OF GENERATION Z JOB APPLICANTS. <i>JOURNAL OF ECONOMIC, BUSINESS, AND ACCOUNTING (COSTING)</i> , 7(1), 682-691.	Membahas tentang efektivitas e-recruitment	a. Penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan sampel Gen Z, sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode kualitatif b. Penelitian terdahulu melakukan penelitian di kota Sukabumi, sedangkan penelitian sekarang melakukan penelitian di kota Malang

2.	Putri, I. D., & Zaman, K. (2024). Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan E-Rekrutment terhadap Daya Tarik Perusahaan bagi Pelamar Kerja (Studi pada Generasi Z di Tribuana Global Group). <i>Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan</i> , 18(1), 449-465.	Membahas tentang efektivitas e-recruitment	a. Penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif dengan sampel Gen Z, sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode penelitian kualitatif. b. Lokasi penelitian terdahulu berada di Tribuana Global Group sedangkan penelitian sekarang berada di Kota Malang.
3.	Rahmadi Wirohikmawan, Kustini Kustini* (2024). Pengaruh Daya Tarik dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Manajemen FEB UPN “Veteran” Jawa Timur”	Membahas terkait daya tarik perusahaan	a. Penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif dengan mahasiswa UPN sebagai sampel, sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode penelitian kualitatif. b. Lokasi penelitian terdahulu berada di UPN Veteran Jawa Timur Surabaya sedangkan penelitian sekarang dilakukan di kota Malang.

4.	Widjaya, K., & Hartono, W. (2021). PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA PERUSAHAAN CV MAHKOTA CITRA MANDIRI. <i>PERFORMA</i> , 5(3), 185–193.	Membahas terkait citra perusahaan	a. Penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif pelanggan CV Mahkota Citra Mansiri, sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode penelitian kualitatif. b. Lokasi penelitian terdahulu berada di Tribuana Global Group sedangkan penelitian sekarang berada di PT Weefer Indonesia.
----	--	-----------------------------------	--

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 E-Recruitment

E-recruitment adalah cara orang melamar pekerjaan telah mengalami perubahan, awalnya pekerjaan diiklankan melalui media cetak, tetapi sekarang dengan adanya internet, perusahaan dapat menemukan calon karyawan dengan lebih efisien. Pada saat ini, di era digital, peran yang sangat vital dalam mencari pekerjaan adalah media sosial dan platform pengumuman lowongan kerja. E-recruitment merujuk pada praktik perekrutan di mana perusahaan memanfaatkan internet untuk mencari individu yang memiliki potensi, keterampilan, dan kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Kemajuan teknologi saat ini memungkinkan penggunaan teknologi dalam mendukung berbagai proses, salah satunya adalah proses perekrutan karyawan. Penerapan e-rekrutmen dalam proses perekrutan dianggap memiliki dampak positif terhadap minat seseorang untuk melamar pekerjaan. (Putri & Zaman, 2024)

Perkembangan teknologi dan informasi membawa perubahan pada rekrutment dan prosesnya, yang pada awalnya tradisional menjadi e-recruitment. Hal ini sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, maka perusahaan membutuhkan tenaga kerja yang terampil sehingga dapat membawa perusahaan berkembang dan

bersaing dengan perkembangan teknologi, pada aspek rekrutmen karyawan merupakan salah satu bagian terpenting dan memiliki pengaruh perkembangan dan kemajuan pada perusahaan. Pada proses rekrutmen yang seringkali menjadi permasalahan adalah hasil rekrutmen yang tidak sesuai dengan kebutuhan perusahaan, dimana hal ini dapat menghambat perkembangan perusahaan. Banyak perusahaan yang ada di Indonesia dan termasuk PT. Weefer Indonesia telah mengikuti sistem E-Recruitment untuk menghemat waktu pencari kerja, membantu dan meningkatkan keberhasilan pada proses rekrutmen, yakni dengan melakukan pengurangan pada jumlah pelamar yang terlihat kurang bahkan tidak memenuhi persyaratan (Feliana & Gafar Yoedjadi, 2024)

2.2.2 Talent Club

Dalam era digital saat ini, hampir semua Perusahaan telah memanfaatkan teknologi untuk menyederhanakan segala proses human resource yang ada di Perusahaan salah satunya adalah proses untuk rekrutmen. Salah satu bentuk transformasi yang dilakukan oleh Perusahaan yaitu dengan mengubah metode rekrutmen yang mereka gunakan, yang awalnya mereka menggunakan metode konvensional sekarang mereka beralih untuk menggunakan metode yang telah terdigitalisasi yaitu e-rekrutmen. Penggunaan aplikasi Talent Club ini merupakan salah satu bukti bahwa Perusahaan telah melangkah lebih maju mengikuti perkembangan teknologi. Talent Club merupakan sebuah platform rekrutmen yang dirancang untuk mempertemukan antara pencari kerja atau calon kandidat dengan Perusahaan yang sedang membutuhkan tenaga kerja. Aplikasi ini dikembangkan untuk menjawab kebutuhan Perusahaan dalam mencari kandidat yang potensial dan sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan oleh Perusahaan. Talent Club juga memberikan ruang untuk saling menjawab antara Perusahaan dengan calon kandidat.

Sejumlah layanan yang ditawarkan oleh Talent Club memfasilitasi proses perekrutan dari awal hingga akhir lowongan, mengunggah resume dan profil digital dan melacak status lamaran adalah beberapa fungsi utama yang disediakan, melihat daftar posisi yang terbuka pada platform ini, beserta rincian lengkap tentang masing-masing posisi, termasuk deskripsi pekerjaan, kualifikasi yang dibutuhkan, lokasi kerja, dan fasilitas atau benefit yang ditawarkan. Dengan adanya fitur dashboard status

lamaran, pelamar juga bisa memantau sejauh mana progres aplikasi mereka, apakah masih dalam tahap seleksi awal atau sudah lanjut ke tahap wawancara.

Talent Club juga menyediakan fitur profil perusahaan yang dapat digunakan untuk menampilkan logo, slogan, budaya kerja, serta testimoni karyawan. Fitur ini memungkinkan perusahaan membangun citra employer branding secara digital. Dengan pendekatan visual dan informasi yang terintegrasi, aplikasi ini turut memengaruhi daya tarik perusahaan di mata pelamar. Selain itu, notifikasi otomatis dan sistem komunikasi yang terpusat membantu mempercepat koordinasi dan meningkatkan akurasi informasi. Oleh karena itu, Talent Club tidak hanya berperan sebagai media e-recruitment, tetapi juga sebagai kanal yang memperkuat hubungan antara perusahaan dan kandidat sejak tahap awal seleksi.

2.2.3 Daya Tarik Perusahaan

Daya Tarik Perusahaan ialah paket akan fungsi atas ekonomi serta psikologi yang berada pada perusahaan serta dengan pekerjaan yang telah sesuai. Dengan tujuan untuk bisa mengembangkan pekerja dalam membentuk suatu citra perusahaan melalui pelatihan agar para pekerja mempunyai rasa peduli yang tinggi untuk industri. Daya Tarik Perusahaan merupakan suatu manfaat yang diinginkan pekerja saat dirinya dapat bekerja pada organisasi. Daya Tarik Perusahaan ialah rangkaian keuntungan secara ekonomis, fungsional serta psikologis pada perusahaan. Menjadi seorang pekerja yang mempunyai Daya Tarik Perusahaan, pekerja merasakan adanya kesempatan guna adanya peningkatan jenjang untuk masa mendatang (Wirohikmawan & Kustini, 2023).

Daya tarik perusahaan merupakan konstruk multidimensi yang berhubungan dengan persepsi atas karakteristik pekerjaan dan organisasi. Perusahaan, sebagai pemberi kerja, memiliki daya tarik yang bisa menjadi keunggulan bersaing untuk mendapatkan karyawan yang potensial. Perusahaan dengan daya tarik akan memberikan hasil investasi yang baik dengan memperoleh dan mempertahankan para pencari kerja bertalenta. Daya tarik perusahaan bagi para pelamar kerja (eksternal) meliputi: (Rizky et al., 2023)

1. Lokasi kerja
2. Kondisi perusahaan
3. Citra organisasi

4. Keamanan kerja
5. Kondisi ketenagakerjaan
6. Keterbiasaan

Daya tarik perusahaan adalah keuntungan yang didambakan oleh karyawan ketika dirinya bekerja dalam suatu organisasi. Tujuan untuk menginformasikan kelebihan yang dimiliki perusahaan agar calon pelamar tertarik adalah langkah awal dalam menarik perhatian calon karyawan. Langkah awal tersebut berkaitan dengan persaingan untuk mendapatkan kandidat karyawan yang terbaik, bahwa informasi mengenai daya tarik perusahaan dapat digunakan saat proses rekrutmen. Perusahaan dapat mengkomunikasikan kepada pelamar bahwa perusahaannya memberikan tawaran-tawaran yang menarik pelamar untuk bekerja diperusahaan terkait. (Fish, 2020)

Daya tarik suatu perusahaan merujuk pada faktor-faktor yang menjadi keinginan karyawan ketika mereka memilih untuk bergabung dengan organisasi tersebut. Setiap organisasi harus memiliki karakteristik unik yang mampu menarik perhatian calon karyawan. Keunikan yang dimiliki oleh perusahaan merupakan faktor psikologis yang berperan penting dalam menjaring minat calon karyawan untuk menjadi bagian dari perusahaan tersebut. Oleh karena itu, PT Weefer Indonesia juga memiliki beberapa daya tarik yang ditawarkan, sehingga calon kandidat dapat mempertimbangkan. Di antaranya:

1. Budaya Perusahaan yang Modern dan Adaptif

Lingkungan kerja startup yang *agile* dan kolaboratif dan budaya kerja fleksibel dan terbuka terhadap ide baru.

2. Pengembangan Talenta Digital

Melalui program seperti Weefer Academy dan Internship Program, serta program-program lain Weefer aktif mencetak dan membina talenta digital dari kalangan mahasiswa. Kesempatan belajar langsung dari proyek nyata dengan teknologi terkini.

3. Inovasi dan Teknologi

Terlibat dalam pengembangan produk digital yang impactful, seperti sistem e-recruitment, HRIS, dan lainnya. Cocok untuk generasi muda yang ingin

berkembang di dunia teknologi dan digital transformation.

4. Citra Perusahaan sebagai Partner Akademik, dll.

Aktif menjalin kerja sama dengan kampus-kampus, meningkatkan eksposur dan kepercayaan mahasiswa terhadap reputasi perusahaan.

Semakin besar daya tarik perusahaan, semakin tinggi minat untuk mengajukan lamaran kerja di perusahaan tersebut. Daya tarik suatu perusahaan mencakup berbagai aspek, termasuk nilai-nilai sosial, ekonomi, minat, aplikasi, dan pengembangan. Dalam konteks ini, nilai minat mencakup elemen inovasi serta minat terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Nilai sosial mencerminkan situasi di lingkungan kerja dan interaksi dengan rekan kerja lainnya. Sementara itu, nilai ekonomis terkait dengan aspek keuntungan dalam konteks ekonomi. Nilai pengembangan mengacu pada peluang karier yang bisa dikejar di masa depan. Sedangkan nilai aplikasi menyangkut potensi penerapan pengetahuan yang telah diperoleh dan sejauh mana organisasi berfokus pada kepuasan konsumen. (Putri & Zaman, 2024).

2.2.4 Citra Perusahaan

Di era digitalisasi saat ini, kompetisi di dunia kerja semakin sengit. Pencarian pekerjaan bukan hanya tentang kemampuan dan kualifikasi, tetapi juga tentang bagaimana perusahaan membangun citra mereka di mata calon pelamar. Citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, serta kesan seseorang pada suatu objek. Citra perusahaan yang positif dapat menjadi faktor penentu dalam menarik calon pelamar yang berkualitas. Selain itu, peran media sosial juga semakin penting dalam proses rekrutmen. Karena kemajuan pesat dalam teknologi, informasi, dan peralatan industri, kita kini memiliki kendali atas dunia (Feliana & Gafar Yoedtadi, 2024)

Image (citra) positif suatu organisasi/perusahaan dapat tercapai apabila public relation dalam organisasi/perusahaan tersebut mampu melakukan komunikasi timbal balik dengan pihak lain secara baik. Aktivitas public relations sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two way communications*) antara perusahaan atau suatu lembaga dengan pihak publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi barang atau pelayanan jasa, dan sebagainya, demi

kemajuan perusahaan atau citra positif bagi lembaga bersangkutan (Mulyadi Pane et al., 2024).

Citra perusahaan dinilai penting bagi setiap perusahaan karena merupakan kesan yang terbentuk di benak masyarakat tentang perusahaan. Citra dapat berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi dan kesan pada kualitas komunikasi yang merupakan interaksi antara konsumen dengan perusahaan. Citra perusahaan merupakan penilaian yang menyeluruh kepada perusahaan oleh konsumen yang dipercaya memberi pengaruh kepuasan. Perusahaan diharapkan mengkomunikasikan secara jelas tentang bagaimana perusahaan memenuhi keinginan dan kebutuhan pasar yang berorientasi pada pelanggan sehingga dapat mengarahkan masyarakat dalam mencitrakan perusahaan secara positif (Maryati et al., 2020).

Citra perusahaan berperan sebagai fondasi awal yang membentuk persepsi publik terhadap PT Weefer Indonesia. Ketika citra tersebut positif, sebagai perusahaan yang inovatif, suportif terhadap talenta muda, dan terbuka terhadap kolaborasi dengan institusi pendidikan, maka akan muncul efek domino berupa meningkatnya daya tarik perusahaan di mata calon karyawan. Dengan kata lain, citra yang positif mendukung peningkatan *employer branding* dan memperkuat posisi perusahaan dalam menarik dan mempertahankan talenta terbaik.

2.2.5 Minat Melamar Kerja

Minat melamar pekerjaan merupakan proses dimana seseorang bekerja dalam mendapatkan pekerjaan yang diinginkannya dengan melakukan berbagai macam usaha untuk mencari informasi tentang lowongan pekerjaan, kemudian dapat membuat pemilihan dan keputusan. Minat melamar pekerjaan merupakan daya Tarik dalam diri individu atas suatu pekerjaan dengan memberikan upaya guna mengambil sebuah keputusan dalam mendapatkan pekerjaan yang diinginkan. Minat melamar pekerjaan diawali dari segala upaya pencarian informasi mengenai lowongan pekerjaan, berdasarkan informasi tersebut calon akan menentukan pilihan perusahaan mana yang diinginkan. Beberapa faktor yang memengaruhi minat melamar pekerjaan, seperti kondisi pekerjaan, sistem pendukung, dan pribadi bekerja. Karena adanya permintaan akan pekerjaan yang dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari, maka calon karyawan akan memikirkan beberapa hal tentang perusahaan tempat mereka ingin bekerja. Oleh

karena itu, untuk memaksimalkan potensi karyawan dan menciptakan identitas yang berbeda di mata karyawan dan pencari kerja, serta memanfaatkan keuntungan yang terkait dengan bekerja di perusahaan tertentu, bisnis harus menawarkan manfaat terbaik bagi karyawan mereka. Selain itu, karyawan memerlukan sistem pendukung yang cukup untuk menyelesaikan suatu tugas agar mencapai hasil yang maksimal.

Minat melamar pekerjaan adalah sebagai suatu proses ketertarikan memiliki pekerjaan yang diawali dari segala upaya pencarian informasi tentang lowongan pekerjaan. Berdasarkan informasi-informasi tersebut, calon karyawan kemudian menentukan pilihan dan mengambil suatu keputusan untuk menentukan perusahaan yang diinginkan. Mayoritas calon karyawan akan memperhitungkan beberapa hal yang berkaitan dengan perusahaan yang akan dituju untuk melamar pekerjaan. Oleh karenanya dengan melakukan *employer branding* perusahaan berusaha memberikan penawaran kepada karyawannya untuk meningkatkan potensinya dengan tujuan untuk membangun identitas yang berbeda dalam pandangan karyawan dan pencari kerja, dan juga sebagai upaya untuk mengkomunikasikan manfaat bekerja pada perusahaan tertentu (Ekhsan & Fitri, 2021).