

Pengaruh Daya Tarik Perusahaan, Reputasi Perusahaan, dan Rekrutmen Online Terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Y dan Z Muslim Pengguna Platform Tik-Tok Pada PT Kelas Digital

Muhammad Ali Ridwan Junaedi¹⁾, Dwi Dewianawati^{2*)}, Ratna Agustina³⁾

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi, Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto

*Email korespondensi: dwi.dewianawati@gmail.com

Abstract

This research aims to determine the influence of company attractiveness, reputation and online recruitment on interest in applying for work using the Tik-Tok application. The population used is GENERATION Y AND Z Muslims aged between 15 and 41 years who use the Tik-Tok application. From the results of these calculations, a sample of 96 people were obtained as respondents. The research was carried out using multiple linear regression analysis tests. Based on the test results, it can be concluded: Company attractiveness has a positive influence on interest in applying for work, company reputation has a positive influence on interest in applying for work, online recruitment has a positive influence on interest in applying for work.

Keywords: Company Attractiveness, Reputation, Online Recruitment, Interest in Applying for Jobs

Saran sitasi: Junaedi, M. A., Dewianawati, D., & Ratna. (2024). Pengaruh Daya Tarik Perusahaan, Reputasi Perusahaan, dan Rekrutmen Online Terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Y dan Z Muslim Pengguna Platform Tik-Tok Pada PT Kelas Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(01), 978-981. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12781>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12781>

1. PENDAHULUAN

Internet adalah teknologi yang saat ini mempunyai banyak manfaat untuk membantu kehidupan masyarakat. Orang dapat dengan mudah mempelajari peristiwa, kondisi, dan perkembangan terkini dari mana saja di dunia berkat internet. (Rahmawati et al., 2021) Media sosial merupakan salah satu inovasi yang dibawa oleh perkembangan teknologi komunikasi. Tik-Tok adalah salah satu aplikasi yang memungkinkan pengguna berbagi video hanya dalam beberapa detik dan merupakan bagian dari media sosial. Banyak informasi yang bisa kita temukan di platform Tik-Tok, khususnya konten yang dibuat oleh para kreator dengan berbagai topik seperti pendidikan, lowongan pekerjaan dan lainnya. (Ekhsan & Fitri, 2021).

Pemanfaatan Tik-Tok dalam menarik minat melamar kerja karena sebagian besar pengguna Tik-Tok berasal dari usia remaja atau generasi Y dan generasi Z (Purborini & Basid, 2022). Hal ini terkait dengan fakta bahwa saat ini generasi Y adalah generasi yang siap menempuh pekerjaan. (Citta et al., 2020).

Demikian juga yang dilakukan PT. Kelas Digital dalam menjaring pekerja, PT. Kelas Digital adalah bimbingan belajar Dengan Fasilitas Terlengkap Dan Terbaik Karena Selain Mendapat Fasilitas Belajar. Saat ini PT. Kelas Digital memberikan fasilitas untuk CPNS, PPPK, dan Sekolah Kedinasan. Dari beberapa layanan bimbingan online yang disebutkan hanya PT. Kelas Digital saja yang menerima layanan bimbingan belajar secara online untuk Mahasiswa dengan menyediakan beberapa materi pembelajaran.

PT. Kelas Digital sebagai pihak yang menghubungkan siswa yang membutuhkan bimbingan belajar dengan tutor yang ada sehingga menjadi penghubung dengan pihak sekolah. Saat ini PT. Kelas Digital sudah bekerjasama dengan berbagai perguruan tinggi serta mempunyai 300 tutor yang siap dalam membantu siswa yang ingin lolos dalam menghadapi tes CPNS, PPPK, dan Sekolah Kedinasan.

PT. Kelas Digital menggunakan Tik-Tok sebagai media untuk menarik Minat Melamar Kerja untuk menunjukkan kepada *netizen* khususnya para pencari kerja mengenai seperti apa daya tarik yang

dimilikinya. Selain itu reputasi juga menjadi hal yang dipikirkan seseorang saat mencari suatu pekerjaan. Handi & Safitri, (2023) menjelaskan bahwa suatu perusahaan dengan reputasi yang baik memiliki peluang lebih besar untuk menarik dan mempertahankan pekerja yang cakap. Dapat disimpulkan bahwa jika suatu organisasi memiliki reputasi yang baik, maka organisasi tersebut dapat menarik minat, mendapatkan dan mempertahankan pekerja yang siap. (Erlinda & Safitri, 2020).

Selain reputasi perusahaan sistem perekrutan berbasis online juga menjadi salah satu faktor untuk menarik Minat Melamar Kerja. Rekrutmen online merupakan iklan lowongan kerja berbasis online serta untuk menarik para pelamar yang berpotensi dalam menggunakan proses perekrutan berbasis online (Shalahuddin et al., 2022). Secara khusus, pencari kerja memiliki keinginan untuk melamar pekerjaan melalui internet. Disebutkan juga bahwa beberapa penelitian telah meneliti minat perilaku pencari kerja terhadap situs web rekrutmen online. (Erlinda & Safitri, 2020).

Selain reputasi, sistem rekrutmen berbasis web atau onliner juga menjadi salah satu faktor yang menarik minat untuk mencari pekerjaan. Rekrutmen online merupakan lowongan kerja berbasis online melalui media sosial (Shalahuddin et al., 2022). Pola perilaku pencari kerja yang mengunjungi situs harus terus berkunjung untuk mencari pekerjaan, dengan harapan klien situs di masa depan dapat memperoleh peluang, dan berencana untuk tetap menggunakan cara pendaftaran online untuk menangani pencarian kerja yang masuk akal (Erlinda dan Safitri, 2020).

Research gap dalam penelitian ini, bahwa terdapat perbedaan hasil pada penelitian terdahulu mengenai daya tarik perusahaan, reputasi perusahaan, rekrutmen online dengan Minat Melamar Kerja. Hasil dari penelitian yang dilaksanakan Wirohikmawan & Kustini, (2023) menghasilkan penelitian bahwa daya tarik dan reputasi perusahaan mempunyai pengaruh terhadap Minat Melamar Kerja. Sedangkan berbeda dengan yang dihasilkan Fridantara, (2018) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh daya tarik perusahaan, reputasi perusahaan dengan Minat Melamar Kerja.

Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi perusahaan Rekrutmen online dan daya Tarik perusahaan terhadap minat melamar kerja GENERASI Y DAN Z Muslim pengguna platform Tik-Tok pada PT Kelas Digital.

2. METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan ada penelitian ini adalah pengguna aplikasi Tik-Tok yang berusia di antara 15 sampai dengan 41 tahun yang menggunakan aplikasi Tik-Tok. Oleh karena itu, populasi dalam penelitian ini memiliki jumlah populasi yang tak terhingga. Peneliti menghiutng sample dengan menggunakan rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Dimana:

n = Total sampel

z = Nilai Skor z level 95% = 1.96

d = tingkat kesalahan sebesar 10%

Dengan perhitungannya, sebagai berikut:

$$n = \frac{1.96^2 \times .5(1-.5)}{.1^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times .25}{.01}$$

n = 96.04 ; dibulatkan 96

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dua variabel atau lebih secara bersama-sama terhadap variabel tergantungnya. Rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Dimana :

a = intersep

b₁, b₂, ..., b_k = koefisien regresi parsial untuk x₁, x₂, ..., x_k

x₁, x₂, ..., x_k = variabel bebas

Y = variabel terikat (Sugiono, 2016:309)

Pada dasarnya analisis regresi adalah untuk memperoleh persamaan regresi dengan cara memasukkan perubah satu demi satu sehingga dapat diketahui pengaruh yang paling kuat sampai dengan yang paling lemah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Hasil Pengujian Uji F dan uji t

Uji F digunakan untuk menguji cocok atau tidaknya model regresi yang dihasilkan dan uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun hasil dari uji F dan uji t adalah sebagai berikut :

Uji F dipakai untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan untuk mengetahui kecocokan model yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil uji F dan uji t adalah sebagai berikut :

Tabel 1 : Hasil Uji F ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	14.200	3	4.733	4.321	.010 ^a
Residual	44.911	41	1.095		
Total	59.111	44			

a. Predictors: (Constant), Rekrutmen Online, Daya Tarik Perusahaan, Reputasi

b. Dependent Variable: Minat Melamar Kerja

Table 2 : Hasil Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.795	2.081		5.668	.000
Daya Tarik Perusahaan	.262	.090	.404	2.918	.006
Reputasi Perusahaan	.221	.108	.283	2.043	.048
Rekrutmen Online	.258	.113	.492	2.400	.023

a. Dependent Variable: Minat Melamar Kerja

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial melalui uji t, dapat dijelaskan :

- Variabel Daya Tarik Perusahaan (X_1) memiliki nilai signifikan 0.006. Dengan nilai signifikan yang lebih kecil dari 5%, maka Daya Tarik Perusahaan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Minat Melamar Kerja.
- Variabel Reputasi Perusahaan (X_2) memiliki nilai signifikan 0,048. Dengan nilai signifikan yang lebih kecil dari 5%, maka Reputasi Perusahaan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Minat Melamar Kerja.
- Variabel Rekrutmen Online (X_3) memiliki nilai signifikan 0.023. Dengan nilai signifikan yang lebih kecil dari 5%, maka Rekrutmen Online mempunyai pengaruh yang positif terhadap Minat Melamar Kerja.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Pengaruh Daya Tarik Perusahaan Terhadap Rekrutmen Online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Daya Tarik Perusahaan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Minat Melamar Kerja pada pengguna aplikasi Tik-Tok di PT. Kelas Digital. Artinya Daya Tarik Perusahaan memberikan suatu nilai dalam mengambil keputusan melamar pekerjaan pada suatu Perusahaan. Hasil analisis deskriptif variabel Daya Tarik

Hasil uji F yang ditunjukkan pada table diatas, bahwa memiliki signifikan sebesar 0,010. Dengan nilai signifikan yang lebih kecil dari 5%, maka Daya Tarik Perusahaan, Reputasi Perusahaan, Rekrutmen Online berpengaruh terhadap Minat Melamar Kerja, sehingga model regresi yang dihasilkan adalah cocok dalam menerangkan Minat Melamar Kerja.

Perusahaan, dimensi yang memiliki kontribusi terbanyak ialah nilai ekonomis. Oleh karena itu, dengan Daya Tarik Perusahaan yang menjamin nilai ekonomis dengan baik maka akan sangat mempengaruhi Minat Melamar Kerja. Perolehan studi ini searah dengan studi yang menampilkan perolehan jika Daya Tarik Perusahaan mempunyai suatu pengaruh signifikan serta positif akan Minat Melamar Kerja (Fridantara, 2018). Maka dengan ini, Daya Tarik Perusahaan tinggi dapat meningkatkan keinginan dalam melamar suatu pekerjaan untuk calon pekerja GENERASI Y DAN Z Muslim pengguna aplikasi Tik-Tok .

3.2.2. Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Rekrutmen Online

Berdasarkan hasil pengujian, maka dapat diketahui bahwa reputasi Perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap Minat Melamar Kerja pada pengguna aplikasi Tik-Tok di PT. Kelas Digital. Yang memiliki arti bahwa reputasi PT. Kelas Digital merupakan salah satu faktor yang berdampak positif dalam minat melamar kerja di PT. Kelas Digital. Hasil ini sesuai penelitian Erlinda & Safitri, (2020) yang menyatakan bahwa reputasi Perusahaan mempengaruhi minat melamar kerja di perusahaan. PT. Kelas Digital memberikan kesempatan dan peluang kepada seluruh pekerja terencana tanpa memberikan batasan, hal ini

menjadi satu atau lebih poin yang membuat klien usia Y dan Z panggung Tik-Tok tertarik untuk mengejar posisi pekerjaan di PT. Kelas Digital

3.2.3. Pengaruh Rekrutmen Online Terhadap Minat Melamar Kerja

Berdasarkan hasil pengujian, makadapat diketahui bahwa rekrutmen *online* mempunyai pengaruh yang positif terhadap Minat Melamar Kerja di PT. Kelas Digital, jadi dapat diartikan bahwa dengan diterapkannya rekrutmen online pada suatu organisasi dapat menarik minat para calon pekerja untuk bekerja di PT. Kelas Digital. Hal ini disebabkan karena dunia kerja saat ini mempunyai pandangan dan pekerjaan yang berbeda dengan masa lalu, sehingga mereka cenderung memutuskan untuk mencari pekerjaan melalui situs rekrutmen berbasis web. Penelitian ini sesuai dengan Shalahuddin et al., (2022) yang menyatakan bahwa rekrutmen berbasis web sangat mempengaruhi minat melamar pekerjaan.

Maka dengan melakukan rekrutmen melalui Tik-Tok tentunya semakin memudahkan dalam melamar kerja di PT. Kelas Digital. Hal inilah yang menjadi daya Tarik calon pelamar untuk melamar kerja di PT. Kelas Digital dan juga PT. Kelas Digital juga menyiapkan berbagai posisi peluang kerja untuk menambah peluang diterimanya berkerja di organisasi.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil pengujian diatas adalah sebagai berikut :

- a. Daya Tarik Perusahaan mempunyai pengaruh yang positif Terhadap Minat Melamar Kerja di PT. Kelas Digital
- b. Reputasi Perusahaan mempunyai pengaruh yang positif Terhadap Minat Melamar Kerja di PT. Kelas Digital
- c. Rekrutmen Online mempunyai pengaruh yang positif Terhadap Minat Melamar Kerja di PT. Kelas Digital.

5. REFERENSI

- Citta, A. B., Brasit, N., Hamid, N., & Yusuf, R. M. (2020). Penerapan Employer Branding Dalam Suatu Perusahaan: Studi Beberapa Literature. *Jurnal Mirai Management*, 5(1), 115–125.
- Ekhsan, M., & Fitri, N. (2021). Pengaruh employer branding terhadap Minat Melamar Kerja dengan reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 1(2), 97–107.
- Erlinda, F., & Safitri, R. (2020). The relationship between employer branding, corporate reputation, and recruitment web on intention to apply1. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(8), 1572–1583.
- 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*. Universitas Islam Indonesia.
- Handi, H., & Safitri, W. (2023). Pengaruh Reputasi Perusahaan, E-Recruitment, Dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja Di Kabupaten Bekasi. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 210–218.
- Purborini, P. S., & Basid, R. A. (2022). Pengaruh Employer Branding terhadap Intensi Melamar Pekerjaan di Perusahaan BUMN dengan Reputasi Perusahaan sebagai Pemediasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 103–114.
- Rahmawati, R., MM, S. E., Ratnasari, S. D., & MM, S. E. (2021). Pengaruh online recruitment dan persepsi pencari kerja terhadap niat melamar pekerjaan (studi pada mahasiswa semester akhir di kota malang. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 6(2), 266–277.
- Shalahuddin, S., Sari, M. F., & Hidayat, N. (2022). Peran Kompensasi dan E-Recruitment: Analisis Minat Melamar Kerja Pada Calon Karyawan/Pegawai Generasi Millennial. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), 66–80.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wirohikmawan, R., & Kustini, K. (2023). Pengaruh Daya Tarik dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Kerja Mahasiswa Manajemen FEB UPN “Veteran” Jawa Timur. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 457–462.