

ABSTRAK

PENGARUH *E-RECRUITMENT* DAN *EMPLOYER BRANDING* TERHADAP MINAT *FRESH GRADUATED* MELAMAR PEKERJAAN DI PT. TELKOM KOTA BENGKULU

Oleh :
Adelia Ananda¹
Eti Arini²

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-recruitment* dan *employer branding* terhadap minat *fresh graduated* melamar pekerjaan di PT. Telkom Kota Bengkulu, baik secara parsial maupun simultan. Objek penelitian ini adalah *fresh graduated* angkatan 2021 fakultas ekonomi dan bisnis dengan sampel 46 orang. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-recruitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat *fresh graduated* melamar pekerjaan di PT. Telkom Kota Bengkulu, variabel *employer branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat *fresh graduated* melamar pekerjaan di PT. Telkom Kota Bengkulu. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa *e-recruitment* dan *employer branding* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat *fresh graduated* melamar pekerjaan di PT. Telkom Kota Bengkulu.

Kata Kunci : *E-Recruitment*, *Employer Branding*, dan Minat Melamar Pekerjaan

ABSTRACT

THE EFFECT OF E-RECRUITMENT AND EMPLOYER BRANDING ON FRESH GRADUATES' INTEREST IN APPLYING FOR JOBS AT PT. TELKOM BENGKULU

By :
Adelia Ananda
Eti Arini

This study aims to determine the influence of *e-recruitment* and *employer branding* on the interest of *fresh graduated* to apply for jobs at PT. Telkom Bengkulu City, both partially and simultaneously. The object of this research is *fresh graduated* of the 2021 batch of the Faculty of Economics and Business with a sample of 46 people. In this study, data collection methods were used by observation and questionnaires. The data analysis techniques used in this study used instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, determination coefficients (R²), and hypothesis tests.

The results of this study show that *e-recruitment* has a positive and significant effect on the interest of *fresh graduated* to apply for jobs at PT. Telkom Bengkulu City, *the variable of employer branding* has a positive and significant effect on the interest of *fresh graduated* to apply for jobs at PT. Telkom City of Bengkulu. From the results of the research conducted, it can be concluded that *e-recruitment* and *employer branding* have a partial and simultaneous effect on the interest of *fresh graduated* to apply for jobs at PT. Telkom City of Bengkulu.

Keywords: *E-Recruitment, Employer Branding, and Interest in Applying for Jobs*

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PENGAJUAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI	iv
SERTIFIKASI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	6
BAB II STUDI PUSTAKA	
2.1 Deskripsi Konseptual.....	7
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	23
2.3 Kerangka Berpikir.....	26
2.4 Definisi Operasional	27
2.5 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.2 Jenis Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Teknik Analisis Data	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil	40
4.2 Pembahasan	57

BAB V KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 2.2 Definisi Operasional Masing-Masing Variabel	27
Tabel 3.1 Jumlah dan Distribusi Populasi Penelitian	30
Tabel 3.2 Jumlah Sampel di Setiap Prodi.....	31
Tabel 3.3 Instrumen Skala Linkert	32
Tabel 3.4 Hasil Uji Realibilitas	34
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	42
Tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan prodi.....	42
Tabel 4.3 Tanggapan responden terhadap Y.....	43
Tabel 4.4 Tanggapan responden terhadap X_1	45
Tabel 4.5 Tanggapan responden terhadap X_2	47
Tabel 4.6 Hasil uji normalitas	51
Tabel 4.7 Hasil uji multikolinieritas.....	53
Tabel 4.8 Hasil uji regresi linier berganda	53
Tabel 4.9 Hasil uji R^2	55
Tabel 4.10 Hasil uji t	56
Tabel 4.11 Hasil uji f.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 4.1 Scatterplot uji heteroskedastisitas	52



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memasuki dunia kerja merupakan fase krusial bagi *fresh graduated*. Minat melamar pekerjaan bukan sekadar tindakan mengirimkan berkas, melainkan sebuah proses psikologis yang kompleks yang melibatkan ketertarikan, perhatian, dan keinginan seseorang untuk mencurahkan tenaga serta pikirannya pada perusahaan tertentu. Menurut Barber (1998), minat ini muncul melalui tahapan pencarian informasi hingga pengambilan keputusan. Bagi seorang lulusan baru, minat melamar sangat dipengaruhi oleh pandangan mereka terhadap masa depan karier dan stabilitas yang ditawarkan oleh perusahaan. Tingginya minat melamar dari talenta-talenta muda berkualitas sangat penting bagi perusahaan untuk menjaga keberlangsungan inovasi dan regenerasi perusahaan. Di Indonesia, salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang menjadi incaran para lulusan baru (*fresh graduated*) adalah PT Telkom Indonesia, Tbk. Sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, PT Telkom memiliki reputasi yang kuat, stabilitas finansial yang baik, dan program pengembangan karier yang terstruktur. Sebagai perusahaan penyedia layanan telekomunikasi terbesar di Indonesia, PT. Telkom terus berinovasi dalam berbagai aspek bisnis, termasuk dalam sistem manajemen SDM. PT. Telkom telah menggunakan platform digital resmi seperti *rekrutment.telkom.co.id* dan *careers.telkom.co.id* untuk membuka lowongan kerja, magang, hingga program *management trainee*.

Implementasi *e-recruitment* atau sistem rekrutmen berbasis elektronik diyakini menjadi salah satu faktor yang memengaruhi minat *fresh graduated* untuk melamar pekerjaan di PT Telkom. Sebagai generasi *digital native*, kemudahan dalam mengakses informasi lowongan kerja melalui platform digital dan media sosial perusahaan menjadi pertimbangan utama bagi mereka. Secara teoritis, sistem rekrutmen yang transparan, informatif, dan memiliki aksesibilitas tinggi tidak hanya mempermudah calon pelamar, tetapi juga memperkuat citra profesionalisme serta efisiensi manajemen perusahaan di mata publik.

Selain faktor teknologi yang diwujudkan melalui penerapan *e-recruitment* dan *employer branding* juga memegang peranan penting dalam meningkatkan minat *fresh graduated* untuk melamar pekerjaan. Strategi ini merupakan upaya perusahaan dalam membangun citra sebagai tempat kerja ideal yang membedakannya dari para kompetitor. Hal tersebut mencakup berbagai dimensi, mulai dari skema kompensasi dan budaya kerja hingga reputasi sosial perusahaan. Bagi lulusan baru, perusahaan dengan identitas branding yang kuat tidak hanya memberikan rasa bangga, tetapi juga jaminan keamanan emosional. Ketika sebuah perusahaan dipandang memiliki nilai-nilai positif yang mendukung pengembangan diri, maka nilai tawar perusahaan tersebut di mata calon pelamar akan semakin meningkat.

Meskipun PT. Telkom Indonesia memiliki reputasi yang kuat secara nasional, kondisi di tingkat daerah tidak selalu menunjukkan tingkat daya tarik yang sama. Salah satunya terjadi pada PT. Telkom Kota Bengkulu yang masih menghadapi tantangan dalam menarik minat *fresh graduated* untuk melamar pekerjaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak *Human Resources* (HR) PT. Telkom Kota Bengkulu, jumlah pelamar *fresh graduated* masih relatif terbatas dibandingkan kebutuhan regenerasi tenaga kerja perusahaan. Struktur kepegawaian saat ini justru masih didominasi oleh pegawai tetap senior dan lulusan tingkat SMK, yang mengindikasikan adanya kesenjangan antara ketersediaan peluang kerja dengan antusiasme pelamar dari jenjang pendidikan tinggi di wilayah tersebut.

Rendahnya minat *fresh graduated* untuk melamar di PT Telkom Bengkulu juga dipicu oleh kendala dalam implementasi *e-recruitment*, baik dari sisi literasi maupun teknis. Masih terdapat defisit pemahaman mengenai mekanisme, prosedur penggunaan, hingga alur kerja sistem rekrutmen digital tersebut di kalangan lulusan baru. Selain keterbatasan pemahaman, hambatan teknis seperti akses jaringan yang tidak stabil sering kali menyebabkan proses aplikasi menjadi lambat dan tidak responsif. Kendala-kendala tersebut menciptakan pandangan inefisiensi yang menyebabkan sistem *e-recruitment* belum dimanfaatkan secara optimal oleh calon pelamar, sehingga berdampak pada minimnya jumlah partisipan yang masuk ke dalam *database* kandidat perusahaan.

Adapun kendala teknologi, efektivitas *employer branding* PT Telkom di tingkat lokal juga menghadapi tantangan besar dalam menarik minat *fresh graduated*. Meskipun secara nasional identitas perusahaan ini sangat kuat sebagai bagian dari BUMN, namun penjabaran mendalam mengenai profil dan keunggulan spesifik perusahaan tersebut belum tersampaikan secara detail kepada para lulusan baru di daerah. Kondisi ini diperburuk oleh minimnya promosi tentang perusahaan tersebut dalam memberikan gambaran nyata mengenai dunia kerja di PT Telkom

menyebabkan adanya kesenjangan informasi, sehingga potensi daya tarik perusahaan tidak terserap secara optimal oleh calon pelamar potensial.

Berdasarkan permasalahan penelitian diatas, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis secara mendalam Pengaruh *E-Recruitment* dan *Employer Branding* Terhadap Minat *Fresh Graduated* Melamar Pekerjaan Di PT Telkom Kota Bengkulu. Oleh karena itu, peneliti menetapkan judul penelitian: **“Pengaruh *E-Recruitment* dan *Employer Branding* Terhadap Minat *Fresh Graduated* Melamar Pekerjaan Di PT Telkom Kota Bengkulu”.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Masih terdapat keterbatasan pemahaman mahasiswa *fresh graduated* mengenai mekanisme dan penggunaan sistem *e-recruitment* PT. Telkom.
2. *Employer Branding* belum tersosialisasikan secara optimal kepada mahasiswa *fresh graduated* sehingga informasi mengenai reputasi, peluang karier, dan lingkungan kerja perusahaan masih terbatas.
3. Rendahnya minat mahasiswa *fresh graduated* di Kota Bengkulu untuk melamar pekerjaan di PT Telkom.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka penulis membatasi masalah yaitu Pengaruh *E-Recruitment*, dan *Employer Branding* Terhadap Minat

Fresh Graduated Melamar Pekerjaan di PT Telkom Kota Bengkulu. Subjek dan objek penelitian adalah *fresh graduated* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2021 Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *E-Recruitment* berpengaruh positif terhadap Minat *Fresh Graduated* Melamar Pekerjaan di PT Telkom Kota Bengkulu?
2. Apakah *Employer Branding* berpengaruh positif terhadap Minat *Fresh Graduated* Melamar Pekerjaan di PT Telkom Kota Bengkulu?
3. Apakah *E-Recruitment* dan *Employer Branding* berpengaruh positif secara simultan terhadap Minat *Fresh Graduated* Melamar Pekerjaan di PT Telkom Kota Bengkulu?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *E-Recruitment* terhadap Minat *Fresh Graduated* Melamar Pekerjaan di PT Telkom Kota Bengkulu.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Employer Branding* terhadap Minat *Fresh Graduated* Melamar Pekerjaan di PT Telkom Kota Bengkulu.

3. Untuk mengetahui pengaruh *E-Recruitment* dan *Employer Branding* secara simultan terhadap Minat *Fresh Graduated* Melamar Pekerjaan di PT Telkom Kota Bengkulu.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu :

a. Bagi Perusahaan (PT Telkom)

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan evaluasi efektivitas dan kemudahan penggunaan sistem *e-recruitment*. Hasil penelitian ini juga dapat dimanfaatkan untuk memperkuat strategi *employer branding* yang sesuai dengan karakteristik *fresh graduated* di Kota Bengkulu, Sehingga perusahaan dapat meningkatkan efisiensi penjangkaran lulusan baru dan memperkuat citra sebagai tempat kerja pilihan tingkat lokal.

b. Bagi Peneliti

Memberikan kontribusi ilmiah dalam bidang manajemen sumber daya manusia, khususnya dalam konteks *digital recruitment* dan *employer branding* di wilayah non-pusat.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi empiris yang memperkaya kajian mengenai minat *fresh graduated* melamar pekerjaan, serta menjadi dasar untuk mengembangkan penelitian lanjutan dengan ruang lingkup variabel, metode, atau populasi yang lebih luas.