



Tersedia online di
"<http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/ekonika>"

<http://dx.doi.org/10.30737/ekonika.v6i2.1500>

EkoNika
Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri

Pengaruh *Online Recruitment* dan Persepsi Pencari Kerja Terhadap Niat Melamar Pekerjaan (Studi Pada Mahasiswa Semester Akhir di Kota Malang)

¹Dr. Rina Rahmawati, S.E., MM., ²Dr. Siwi Dyah Ratnasari, S.E., MM.

^{1, 2}STIE Malangkececwara Malang

Email : siwiratna@stie-mce.ac.id

ABSTRAK

Artikel History:

Artikel masuk : 01-06-2021

Artikel revisi : 26-08-2021

Artikel diterima : 29-08-2021

Keywords:

Online recruitment, Persepsi pencari kerja, Niat melamar pekerjaan

Penelitian ini menyoroti pentingnya *online recruitment* di perusahaan. Berkat kecanggihan teknologi saat ini calon pekerja lebih tertarik mencari dan melamar lowongan kerja melalui internet. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk (1) mengetahui pengaruh *online recruitment* terhadap niat melamar pekerjaan; (2) mengetahui pengaruh persepsi pencari kerja terhadap niat melamar pekerjaan.

Populasi penelitian adalah mahasiswa semester akhir Perguruan Tinggi di kota Malang Angkatan 2014-2017 yang sedang mengambil skripsi. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan rumus slovin. Dari 136 responden, 70 kuesioner yang berhasil untuk dianalisis. Data dianalisis dengan menggunakan metode SEM dengan pendekatan PLS.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa (1) tidak terdapat pengaruh signifikan *online recruitment* terhadap niat melamar pekerjaan; (2) terdapat pengaruh signifikan persepsi pencari kerja terhadap niat melamar pekerjaan.

ABSTRACT

This study highlights the importance of online recruitment in firms. Thanks to technological sophistication, job seekers are more interested in finding and applying for job vacancies via the internet. The objectives of this study were (1) to determine the effect of online recruitment on the intention to apply for a job; (2) to determine the effect of job seekers' perceptions on the intention to apply for a job. The study population was the final semester students of higher education institutions in the city of Malang, Class of 2014-2017 who were taking their thesis. The research sample was taken using the Slovin formula. From 136 respondents, 70 questionnaires were successfully analyzed. Data were analyzed using SEM method with the PLS approach.

The research findings show (1) there is no significant effect online recruitment on the intention to apply for a job; (2) there is a significant effect on job seekers' perceptions of the intention to apply for a job.

PENDAHULUAN

Internet telah membuat berbagai aplikasi Web dinamis tersedia secara global, seperti surat elektronik, belanja online, forum kolaboratif, serta rekrutmen online dan pencarian kerja. Penggunaan Internet sebagai media bagi para pencari kerja semakin berkembang dan telah memainkan peran utama dalam memperkenalkan dinamika baru ke dalam cara pengusaha dan karyawan menemukan satu sama lain (Pavon & Brown, 2010).

Untuk bertahan di pasar yang kompetitif ini, perusahaan harus mengadopsi teknologi internet, terutama dalam mencari kandidat yang cocok untuk mengisi posisi penting di sebuah perusahaan. Seperti dikemukakan oleh Ekanayaka & Gamage (2019), mengubah metode rekrutmen tradisional menjadi metode rekrutmen *online* telah menjadi trend terkini dalam proses rekrutmen. Sebagaimana pula yang dikutip dalam sebuah riset, bahwa internet pertama kali diperkenalkan sebagai alat rekrutmen pada pertengahan tahun 1990-an (Alsultanny & Alotaibi, 2015).

Penelitian (Thielsch, Träumer, & Pytlik, 2012) menyebutkan bahwa dalam beberapa tahun terakhir semakin banyak perusahaan yang melakukan perekrutan secara *online*. Hal ini dapat menghemat biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan dalam merekrut calon pekerja dibanding perekrutan secara konvensional (Thielsch et al., 2012).

Situs web *online recruitment* yang disediakan perusahaan menggunakan desain dan aplikasi terbaik sebagai sarana mengarahkan rekrutmen mereka ke arah persaingan yang lebih kompetitif di antara para pencari kerja. Perusahaan kini lebih mengarahkan biaya proses perekrutan ke arah perbaikan situs web yang digunakan sebagai sarana *e-recruitment* (Moghddam, Rezaei, & Amin, 2015).

Selain sistem perekrutan oleh perusahaan, persepsi dari pencari kerja juga penting sebagai penentu minat pencari kerja untuk mengajukan lamaran pekerjaan di perusahaan tersebut. Dijelaskan dalam sebuah bahwa perusahaan perlu untuk mengetahui bagaimana para pelamar kerja memandang proses perekrutan *online*, karena persepsi tentang keadilan prosedural dapat mempengaruhi kepuasan pelamar kerja yang juga mempengaruhi niat mereka untuk melamar pekerjaan (Thielsch et al., 2012). Selain itu proses perekrutan secara *online* juga dapat menjadi jembatan komunikasi tentang nilai-nilai organisasi kepada calon pelamar kerja, yang dalam hal ini menjadi penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan persepsi para pencari kerja (Moghddam et al., 2015).

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap *online recruitment* mengidentifikasi enam faktor vital yang menentukan persepsi pencari kerja terhadap portal kerja melalui *online recruitment* (Venaik & Sinha, 2018). Faktor-faktor yang

diidentifikasi adalah peluang karir prospektif, kualitas informasi, kegunaan yang dirasakan, kualitas sistem, persepsi kemudahan penggunaan dan layanan yang diperluas. Meskipun penelitian tersebut hanya di lingkup Naukri.com, faktor yang mempengaruhi dapat diterapkan untuk pelaksanaan rekrutmen elektronik secara keseluruhan.

Sebuah studi serupa tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pencari kerja muda terhadap niat melamar pekerjaan mengidentifikasi tujuh faktor vital dengan referensi khusus (Venaik & Sinha, 2018). Selain faktor-faktor di atas, penelitian ini juga mengidentifikasi *perceived trust worthiness* sebagai faktor yang mempengaruhi niat pencari kerja dalam melamar kerja melalui *online recruitment*.

Penelitian Teoh, Tan, & Chong (2013) dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap rekrutmen internet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti keramahan pengguna, penyediaan informasi, dan kegunaan situs web secara signifikan berhubungan dengan persepsi mahasiswa terhadap rekrutmen internet. Dapat disimpulkan bahwa perekrutan melalui Internet akan terus menjadi terkenal, dan pemberi kerja harus memberikan perhatian yang besar pada informasi, penampilan, fitur, dan fungsi perekrutan online mereka jika mereka ingin menarik calon pekerja yang tepat.

Sebuah studi komparatif antara situs web ketenagakerjaan dan bagian karir di situs web perusahaan menyebutkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara keduanya (Chowdhury & Srimannarayana, 2013). Mereka mempertimbangkan parameter seperti efisiensi yang dirasakan, penyediaan informasi dan citra pemilihan internet perusahaan; ini membuat para pencari kerja lebih suka menggunakan bagian karir dari situs web perusahaan daripada situs web pekerjaan. Studi tersebut melaporkan bahwa dalam sebuah survei, 83% responden ingin memilih bagian karier di situs web perusahaan daripada situs portal pekerjaan atau situs web pekerjaan.

Dalam sebuah penelitian yang menganggap Monster.com hanya sebagai jalan mencari pekerjaan, ditemukan bahwa Monster.com dianggap sebagai jalan mencari pekerjaan *online* yang cukup berguna oleh 70% responden. Mayoritas orang yang menggunakan Monster.com lebih menyukai konten dan nilai pekerjaan daripada merek atau budaya perusahaan dan mereka juga lebih suka menggunakan layanan gratis (Patwardhan, 2016).

TINJAUAN PUSTAKA

Rekrutmen *Online*

Online recruitment dapat didefinisikan sebagai iklan *online* lowongan kerja perusahaan, juga sebagai cara untuk mengidentifikasi dan menarik calon potensial dengan menggunakan

internet atau sebagai alat rekrutmen melalui internet. Holm (2010) secara komprehensif mendefinisikan *e-recruitment* sebagai “pengorganisasian proses dan aktivitas rekrutmen melalui teknologi dan agen manusia, memfasilitasi kolaborasi dan interaksi yang tidak bergantung pada ruang dan waktu untuk mengidentifikasi, menarik, dan memengaruhi kandidat yang kompeten”.

Menurut Borstorff, Marker dan Bennett (2006) sebagaimana dikutip dalam Monavarian et al. (2010) "Perekrutan secara *online* adalah proses perekrutan melalui situs web perusahaan atau situs pekerjaan komersial yang mempromosikan peluang kerja dan mengambil informasi calon karyawan".

Sebuah survei yang dikutip dalam Sabha (2018) tentang perekrutan elektronik menunjukkan berkurangnya pengeluaran perekrutan yang difokuskan pada perekrutan berbasis web dengan mengorbankan metode tradisional. Penulis juga melaporkan bahwa metode *online* terbukti jauh lebih populer, karena dua pertiga (66 persen) profesional HR yang disurvei mengatakan bahwa bagian pekerjaan di situs web perusahaan mereka sendiri digunakan sebagai alat rekrutmen untuk sebagian besar pekerjaan.

Lima konseptualisasi *online recruitment* muncul dari literatur berjenjang, yaitu: *e-recruitment* sebagai alat teknologi, *e-recruitment* sebagai sistem, *e-recruitment* sebagai proses, *e-recruitment* sebagai layanan dan *e-recruitment* sebagai proxy. Pada penelitian ini menggunakan level rekrutmen *online* sebagai layanan. Ada pandangan bahwa *e-recruitment* adalah layanan untuk perekrut dan pencari kerja.

Banyak platform rekrutmen elektronik tidak bergantung pada organisasi atau masyarakat yang mereka layani. Di sisi lain, istilah *online recruitment* berarti proses menemukan dan merekrut kandidat dengan kualifikasi terbaik (dari dalam atau luar organisasi) untuk suatu lowongan pekerjaan, tepat waktu dan hemat biaya (Hada & Gairola 2015).

Ditinjau dari literatur, rekrutmen *online* memiliki beberapa keunggulan dalam prosesnya, antara lain 1) Biaya per kandidat berkurang jika dibandingkan dengan proses rekrutmen secara fisik, 2) Kandidat cakupan seluruh dunia, sehingga calon pekerja dapat direkrut dari daerah manapun di dunia, 3) Keuntungan bagi pencari kerja dan calon karyawan dapat mengetahui organisasi melalui Internet. Sama seperti perusahaan yang bisa mengetahui kandidat melalui CV yang diunggah, 4) Tidak perlu menghabiskan banyak waktu untuk mencari kandidat, 5) Kandidat yang sesuai untuk penerimaan awal dapat dipilih dan direkrut melalui rekrutmen elektronik dengan mencocokkan CV kandidat berdasarkan profil pekerjaan, 6) Proses rekrutmen menjadi lebih metodelis/sistematis untuk mencatat rincian pelamar. Jadi, detail yang direkam akan dirujuk untuk penggunaan nanti (Akila, S.Vasanth, & Thirumagal, 2020).

Persepsi pencari kerja

Teoh et al. (2013) mengemukakan saat ini persepsi tentang rekrutmen *online* dibagi menjadi empat bagian berdasarkan karakteristiknya, yaitu (1) *online recruitment* dapat memberikan pandangan mengenai kemungkinan jenjang karir bagi calon kandidat di masa depan (dengan memetakan *skill*, pengetahuan, dan kemampuan mereka pada berbagai macam deskripsi pekerjaan yang dipromosikan melalui website), (2) *online recruitment* berpotensi cepat untuk memberikan gambaran peluang karir bagi mahasiswa di masa depan (melalui frekuensi lowongan kerja, jenis, sifat pekerjaan, lokasi, dan peluang promosi), (3) Rekrutmen *online* dapat menyediakan informasi jenjang karir yang dapat menjadi panduan untuk pemilihan karir yang tepat (pandangan pada perusahaan yang terbangun saat tahap pengumpulan informasi sebelum calon kandidat mendaftarkan diri), dan (4) banyaknya situs rekrutmen *online* yang memberikan pelayanan berupa tips tentang apa yang harus dilakukan, dan apa yang harus dihindari saat mengaplikasikan pekerjaan (Moghddam et al., 2015).

Seperti yang diungkapkan Ekanayaka & Gamage (2019) bahwa secara umum ada dua kategori pencari kerja yaitu aktif dan pasif. Pencari kerja pasif adalah pencari kerja yang sudah memiliki posisi yang baik tetapi melamar jika mereka melihat bahwa pekerjaan itu diminati, sedangkan kandidat aktif mungkin termasuk pencari kerja yang tidak puas dan kurang dapat dipekerjakan dan kandidat pasif memiliki kualitas lebih tinggi daripada kandidat aktif. Lebih lanjut, menurut Alsultanny & Alotaibi (2015) khususnya pencarian kerja melalui internet merupakan fenomena yang sangat umum di kalangan mahasiswa.

Niat Melamar Pekerjaan

Niat melamar pekerjaan merupakan proses ketertarikan memiliki pekerjaan yang dimulai dari serangkaian pencarian informasi lowongan pekerjaan, menentukan pilihan pekerjaan, dan pengambilan keputusan dari calon karyawan untuk menentukan perusahaan yang diinginkan. Dalam menggiring minat pencari kerja untuk melamar pekerjaan disuatu perusahaan, beberapa penelitian memperlihatkan bahawa terdapat tiga faktor penting yang mempengaruhi niat melamar pekerjaan, yaitu reputasi, kompensasi, dan lingkungan kerja.

Untuk setiap organisasi yang diberikan dengan semua dukungan keuangan, ekonomi dan strategis dengan teknologi terkini dan terkini, tetapi kekuatan pendorong utama bagi organisasi mana pun yang membawa mereka dari satu langkah sukses ke langkah lain hanya karena tenaga kerjanya (Khan, 2017).

Mendapatkan tenaga kerja terbaik dan berbakat hanya mungkin dilakukan jika organisasi memiliki citra yang positif sebagai pemberi kerja. Oleh karena itu niat untuk melamar pekerjaan dan keputusan pilihan pekerjaan oleh pelamar hanya dimungkinkan karena citra organisasi dan

branding perusahaan. Ada korelasi yang tinggi antara keputusan pilihan pekerjaan awal pelamar potensial dan berbakat dan citra organisasi yang positif karena setiap pelamar ingin memulai karir mereka dengan organisasi yang memiliki nama kuat di pasar (Khan, 2017).

Niat pencari kerja untuk melamar melibatkan upaya aktif dan keterlibatan dari pihak pelamar kerja untuk mempelajari lebih lanjut tentang organisasi, melakukan kontak dengan organisasi, mencoba untuk mendapatkan wawancara dengan organisasi dan mengejar pekerjaan. Rekrutmen adalah salah satu teknik kunci untuk mempengaruhi niat mengejar pencari kerja (Sellar, 2020)

Niat pencari kerja untuk melamar mengacu pada niat untuk mengejar pekerjaan agar tetap berada dalam kelompok pelamar (Karim, Miah, & Khatun, 2015). Mengidentifikasi prediktor niat pencari kerja akan memberikan wawasan penting untuk memahami faktor-faktor yang memprediksi niat perilaku pelamar muda. Menurut Sellar (2020) bahwa pada tahap memutuskan untuk menerima tawaran kerja, persepsi pencari kerja terhadap informasi terkait tanggung jawab sosial perusahaan lebih bermakna daripada tahap lain dalam proses rekrutmen.

Kebutuhan untuk menarik rekrutan terbaik telah menjadi masalah penting di antara banyak organisasi. Hal ini disebabkan oleh kesadaran bahwa kualitas karyawan yang dimiliki suatu organisasi dapat menentukan keberhasilan atau kegagalannya. Pengusaha untuk berhasil menarik dan mempertahankan talenta terbaik, mereka harus mempertimbangkan kebutuhan calon karyawan dan karyawan saat ini (Sellar, 2020).

Oleh karena itu, pemberi kerja perlu menciptakan insentif dan citra yang menampilkan mereka sebagai tempat yang baik untuk bekerja. Menjadi "pemberi kerja pilihan" atau "tempat terbaik untuk bekerja" telah menjadi masalah utama sumber daya manusia. Jika dulu faktor seperti sistem penghargaan, lingkungan kerja mempengaruhi pilihan pekerjaan orang, saat ini orang lebih beralih ke faktor lunak seperti persepsi pencari kerja terhadap niat pencari kerja untuk memilih perusahaan sebagai tempat kerja (Sellar, 2020).

Pengembangan Hipotesis

Menurut Tannady (2017) rekrutmen merupakan proses dalam mencari, menemukan, dan mendapatkan para pencari kerja yang memiliki keahlian tertentu untuk memenuhi posisi tertentu di perusahaan. Minat melamar pekerjaan merupakan proses ketertarikan memiliki pekerjaan yang dimulai dari serangkaian pencarian informasi lowongan pekerjaan, menentukan pilihan pekerjaan, dan pengambilan keputusan dari calon karyawan untuk menentukan perusahaan yang diinginkan.

Proses *e-recruitment* dimulai dari mengunggah lowongan pekerjaan pada *website* perusahaan, dan memberikan ruang bagi pencari kerja untuk mengirimkan *resume* elektronik

mereka melalui formulir *online* maupun melalui e-mail. Proses *online recruitment* tidak hanya berhenti pada saat mengunggah lowongan pekerjaan, tetapi perusahaan juga harus memperhatikan tentang promosinya dengan menggunakan website terpercaya, dan juga mudah diakses oleh para pencari kerja sehingga hal tersebut akan menarik perhatian para pencari kerja untuk melamar pekerjaan pada perusahaan tersebut.

H₁ Terdapat pengaruh online recruitment terhadap niat melamar pekerjaan

(Teoh et al., 2013) berpendapat bahwa ada tiga faktor penting yang mempengaruhi persepsi pencari kerja tentang rekrutmen melalui elektronik, yaitu *user friendliness*, *information provision*, dan *website usability*. Hal tersebut harus dimaksimalkan oleh perusahaan agar para pencari kerja tertarik untuk mengirim aplikasi lamarannya melalui sistem *online recruitment* yang disediakan perusahaan.

Sistem yang mudah digunakan oleh pengguna dan memerlukan usaha yang lebih sedikit saat menggunakan sistem tersebut, dapat meningkatkan kemungkinan penggunaan sistem tersebut (Kashi & Zheng, 2013). *Website* yang menarik bagi pencari kerja adalah yang memberi kemudahan mencari informasi yang diinginkan, memberikan informasi karir yang diinginkan dengan cepat dan mudah dan memiliki mesin pencarian yang mudah dan tidak membingungkan penggunaannya (Holm, 2010).

Karim et al. (2015) mempelajari tentang persepsi dan perilaku pencari kerja. Penelitian ini menyelidiki persepsi dan perilaku pencari kerja tentang penggunaan Internet sebagai sumber perekrutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegunaan yang dirasakan dan kesenangan yang dirasakan secara positif dan signifikan berhubungan dengan niat perilaku untuk menggunakan Internet sebagai alat pencarian kerja.

Tong (2018) meneliti persepsi dan perilaku pencari kerja tentang adopsi teknologi rekrutmen elektronik pihak ketiga di Malaysia. Studi ini menyiratkan bahwa pembuat kebijakan perekrut elektronik pihak ketiga dan praktisi sumber daya manusia perlu meningkatkan sistem dan layanan perekrutan elektronik untuk menarik kelompok kandidat "pasif" yang berbakat ini. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat persepsi bahwa rekrutmen elektronik belum menggantikan beberapa metode rekrutmen konvensional.

H₂ Terdapat pengaruh persepsi pencari kerja terhadap niat melamar pekerjaan.

METODE PENELITIAN

Data

Populasi penelitian adalah Perguruan Tinggi di Malang. PT yang digunakan sebagai populasi penelitian adalah dengan Kategori Sekolah Tinggi, dengan ketentuan Sekolah Tinggi

yang memiliki Akreditasi A. Sekolah tinggi di Malang dengan akreditasi A yaitu STIE Malangkecewara. Jumlah mahasiswa semester akhir mulai Angkatan 2014-2017 untuk program studi akuntansi berjumlah 171, sedangkan jumlah mahasiswa semester akhir program studi manajemen mulai Angkatan 2014-2017 berjumlah 207 mahasiswa. Sampel penelitian di ambil dari Program Studi Manajemen. Jumlah sampel yang diambil dengan menggunakan rumus slovin. Metodologi survei dibangun dan divalidasi sebelum digunakan untuk menguji model penelitian dan hipotesisnya. Kemudian survei online dikirimkan kepada responden yaitu mahasiswa semester akhir yang sedang aktif berkuliah yaitu sebanyak 136 responden. Kuesioner yang berhasil terkumpul sebanyak 70 kuesioner.

Desain kuesioner dan keandalannya

Kuesioner dirancang dengan 14 item dalam kuesioner, dan reliabilitas masing-masing item diuji dengan *cronbach alpha*. Dimensi pada studi ini adalah *Online Recruitment (OR)*, Persepsi Pencari Kerja (PPK), dan Niat Melamar Pekerjaan (NMP). Semua item dibangun dengan mengadopsi dan mengadaptasi penelitian sebelumnya pada skala Likert 5-Poin.

Reliabilitas item diuji dengan melihat nilai alpha Cronbach. Uji reliabilitas adalah keakuratan atau ketepatan suatu alat ukur yaitu sejauh mana responden dapat menjawab pertanyaan yang sama atau kira-kira sama dengan cara yang sama setiap waktu. Meskipun Sekaran (2003) mengemukakan bahwa nilai alpha 0,5 dianggap memenuhi, kami mengikuti nilai ambang Nunnally & Bernstein (1998). Mereka menyarankan bahwa nilai Cronbach Alpha 0,7 ke atas dianggap dapat diandalkan. Ini menunjukkan item homogen dan mengukur konstruksi yang sama.

Tabel 1 Hasil Uji Reliabilitas

Konstruk	Item	Cronbach Alpha	Notes
<i>Online Recruitment</i>	5	0.882	Diadopsi dari Khan (2017) dan Ekanayaka & Gamage (2019)
Persepsi Pencari Kerja	5	0.773	Diadopsi dari Khan (2017) dan Ekanayaka & Gamage (2019)
Niat Melamar Pekerjaan	4	0.856	Diadopsi dari Khan (2017) dan Ekanayaka & Gamage (2019)

Ditunjukkan pada Tabel 1, nilai alpha tiap konstruk lebih tinggi dari 0.7. Ini menunjukkan bahwa item pada konstruksi cukup andal untuk digunakan dalam survei. Nilai terendah adalah 0.773 yang merupakan bagian dari Persepsi Pencari Kerja. Sedangkan *Online Recruitment* memiliki nilai tertinggi dengan alpha 0.882. Tabel ini dengan jelas menunjukkan bahwa inter-konsistensi tercapai. Oleh karena itu, tidak ada item yang akan dihapus dalam tes karena reliabilitasnya cukup tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebaran kuisioner dilakukan secara daring, dan angket yang kembali sejumlah 70 responden. Informasi lain dari deskripsi responden diperoleh bahwa dominan usia mereka adalah 21 tahun (61.4%), 22 tahun (21.4%), 23 tahun 14.3% dan 24 tahun (2.9%). Sebanyak 70% responden adalah perempuan dan sisanya 30% laki-laki. Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan *Smart PLS* versi 3.0 diperoleh nilai *R-Square* sebagai berikut:

Tabel 2 Nilai R-Square

Kode Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
NMP	0.674	0.653

Tabel 3 Nilai Path Coefficient

Kode Variabel	Nilai Path Coefficient
OR → NMP	0.261
PPK → NMP	0.619

Berdasarkan dari data yang disajikan pada Tabel 3 diketahui bahwa nilai hubungan antara variabel OR dan NMP sebesar 0.261 yang berarti termasuk ke arah positif dan nilai hubungan variabel PPK dan NMP sebesar 0.619 yang juga ke arah positif.

Untuk menilai signifikansi model prediksi dalam pengujian model struktural dapat dilihat dari Tabel 4 yang menunjukkan bahwa *Online Recruitment* berpengaruh tidak signifikan terhadap niat melamar pekerjaan, dan persepsi pencari kerja berpengaruh signifikan terhadap niat melamar pekerjaan.

Tabel 4 Nilai T-Statistic dan P-Value

Kode Variabel	T-statistic	P-value
OR → NMP	1.860	0.058
PPK → NMP	4.892	0.000

Dalam konteks layanan rekrutmen elektronik, kegunaan yang dirasakan menunjukkan keyakinan pencari kerja pada kemampuan untuk memperoleh informasi karir, meningkatkan efektivitas pencarian kerja, dan meningkatkan peluang untuk menemukan pekerjaan yang sesuai. Fenomena ini menyiratkan bahwa sikap pencari kerja terhadap situs web pencarian kerja dapat didorong oleh cara mereka memandang kegunaan situs web pencarian kerja. Pada akhirnya, pencari kerja mengeksploitasi situs web pencarian kerja karena mereka merasa situs tersebut berguna untuk kebutuhan informasi pekerjaan atau tugas pencarian mereka.

Hasil temuan ini berbeda dengan pendapat Karim et al. (2015) yang menyatakan bahwa manfaat dari rekrutmen online adalah memberikan jangkauan global yang lebih luas dan tidak

terbatasi apapun, dalam waktu yang cepat, sehingga sangat membantu mendapatkan sejumlah kandidat yang potensial. Hasil temuan ini mendukung pendapat Teoh et al. (2013) yang menyatakan bahwa banyaknya jenis pekerjaan yang ditawarkan oleh perusahaan sangat penting karena itu merupakan salah satu informasi yang dicari oleh pencari kerja, sehingga mereka memiliki ketertarikan untuk memasukkan lamaran kerja.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini memberikan kesimpulan walaupun *online recruitment* dapat mempercepat proses rekrutmen yang diadakan perusahaan, namun kurang mempengaruhi niat melamar pekerjaan dari seseorang yang lokasinya jauh dari perusahaan yang mengadakan proses rekrutmen tersebut. Rata-rata responden adalah mahasiswa semester akhir yang masih aktif berkuliah. Mahasiswa semester akhir di kota Malang menunjukkan perilaku bahwa mereka belum siap melakukan *apply* lamaran kerja *online* secara riil karena masih menunggu sampai syarat-syarat pelamaran kerja sudah lengkap (ijasah, transkrip nilai akhir dan lain-lain).

Persepsi pencari kerja berpengaruh positif, dan signifikan terhadap niat melamar pekerjaan. Dari analisis deskriptif dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang menyediakan beragam jenis pekerjaan akan sangat mempengaruhi niat melamar pekerjaan dari pencari kerja.

Reputasi perusahaan terbukti secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan. Perusahaan harus membangun, mempertahankan serta mengembangkan reputasi yang baik agar perusahaan dapat menarik minat dan mendapatkan calon tenaga kerja handal. Kompensasi yang ditawarkan perusahaan terbukti secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan, perusahaan harus mampu memberikan kompensasi yang sesuai dengan keinginan calon pelamar agar minimal kebutuhan kehidupan calon pelamar bisa terpenuhi. Lingkungan kerja perusahaan terbukti secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan perusahaan harus memiliki lingkungan kerja yang baik sesuai dengan harapan calon tenaga kerja agar calon tenaga kerja tertarik untuk mengajukan lamaran.

Berdasarkan temuan dari penelitian ini, terungkap bahwa terdapat hubungan yang signifikan positif antara persepsi pencari kerja dan niat melamar kerja. Oleh karena itu, penyedia layanan *online recruitment* disarankan untuk mempertimbangkan faktor ini saat merancang situs web *e-recruitment*. Untuk meningkatkan kegunaan, mereka dapat memasukkan informasi mengenai gaji, tunjangan, dan penghargaan serta kebijakan dan praktik organisasi lainnya sehingga pencari kerja dapat membuat keputusan tentang calon pemberi kerja mereka.

Melalui situs rekrutmen elektronik yang berguna, pencari kerja dapat mengumpulkan informasi seperti penulisan resume yang efektif, informasi wawancara, pendidikan berkelanjutan melalui rekrutmen elektronik. Informasi seperti ini mengarah pada peningkatan niat pencari kerja untuk menggunakan rekrutmen elektronik. Lebih lanjut, penelitian ini mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan niat pencari kerja untuk melamar kerja memiliki hubungan positif yang kuat. Oleh karena itu, disarankan untuk merancang sistem perekrutan elektronik yang mudah sehingga pencari kerja dapat dengan mudah mengadopsi dan dapat digunakan dengan sedikit usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Akila, B., S.Vasanth, D., & Thirumagal, D. P. G. (2020). Effectiveness Of E-Recruitment For Man Power Selection Process. *Journal of Critical Reviews*, 7(5), 306–310.
- Alsultanny, Y. A., & Alotaibi, M. F. (2015). Evaluating the Factors Affecting on Intension to Use of E-Recruitment. *American Journal of Information Science and Computer Engineering*, 1(5), 324–331.
- Chowdhury, T. R., & Srimannarayana, M. (2013). No Title. *Management and Labour Studies*, 38(3), 185–199.
- Ekanayaka, E. M. M. S., & Gamage, P. P. (2019). Factors Influencing Job Seeker's Intention to Use E-Recruitment: Evidence from a State University in Sri Lanka. *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, 7(8), 1–12.
- Hada, D. B. S., & Gairola, S. (2015). Opportunities & Challenges of E- Recruitment. *Journal of Management Engineering and Information Technology (JMEIT)*, 2(2), 1–4.
- Holm, A. B. (2010). *The Effect of E-recruitment On the Recruitment Process : Evidence from Case Studies of Three Danish MNCs Research Background*. (570), 91–111.
- Karim, M. R., Miah, M. S., & Khatun, A. (2015). E-Recruitment in Practice : A Study Jobseekers' Perception in Bangladesh. *Global Disclosure of Economics and Business*, 4(1), 33–42.
- Kashi, K., & Zheng, C. (2013). Extending Technology Acceptance Model to the E-recruitment Context in Iran. *International Journal of Selection and Assessment*, 21(1), 121–129.
- Khan, R. N. (2017). Relationship between Reputation Perception and Job Pursuit Intention in Private Sector. *International Journal of Economics & Management Sciences*, 6(3), 1–10.
- Moghddam, H. A., Rezaei, S., & Amin, M. (2015). Examining job seekers' perception and behavioural intention toward online recruitment: A PLS path modelling approach. *J for*

- Monavarian, A., Kashi, K., & Ramin-mehr, H. (2010). Applying Technology Acceptance Model to E-recruitment Context. *Researchgate.Net*, (May).
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1998). *Psychometric Theory*. New York: Mc- Graw Hill.
- Patwardhan, D. U. B. (2016). Perception of Job Seekers Towards Monster.Com as an Online Job Seeking Avenue. *Journal for Contemporary Research in Management*.
- Pavon, F., & Brown, I. (2010). Factors influencing the adoption of the World Wide Web for job-seeking in South Africa. *SA Journal of Information Management*, 12(1), 9 pages.
- Sabha, D. S. (2018). Impact of Online recruitment on recruitment. *International Journal of Education and Research*, 6(4), 47–52.
- Sekaran, U. (2003). *Research methods for business: A skill building approach* (4th ed.). New York: John Wiley and Sons.
- Sellar, T. (2020). Does Job Seekers' Perception towards Corporate Social Responsibility Impact on Job Seekers' Intention to Apply for the Jobs? *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 9(4), 139–144.
- Tannady, H. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: EXPERT.
- Teoh, W. M.-Y., Tan, S.-C., & Chong, S. C. (2013). Factors Influencing Perceptions Of University Students Towards Internet Recruitment. *Asian Academy of Management Journal*, 18(1), 123–142.
- Thielsch, M. T., Träumer, L., & Pytlik, L. (2012). E-Recruiting and fairness—the applicant's point of view. *Information Technology and Management*, 13(2), 59–67.
- Tong, D. Y. (2018). A Study of E-recruitment Technology Adoption in Malaysia. *Journal of Industrial Management*.
- Venaik, A., & Sinha, S. (2018). Factors affecting Students Perception towards E-Recruitment: A Study of Naukri.Com. *International Journal of Management*, 10(1).