



## PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN, DESKRIPSI PEKERJAAN DAN E-RECRUITMENT TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA

Putu Erika Meita Rina Dewi<sup>1</sup> Ni Wayan Mujjati<sup>2</sup> I Made Artha Wibawa<sup>3</sup> I Made Dana<sup>4</sup>

### Abstract

#### Keywords:

Company reputation;  
Job description;  
E-recruitment;  
Intention to apply a jobs.

*Intention to apply for a job is a decision made by job seekers regarding their choice of job offers and companies in the labor market. A student must have thought ahead to apply for a job, in fact they have been looking for work on the sidelines of their lectures, especially those who are already on their way to graduation. The purpose of this study is to determine the effect of company reputation, job description, and e-recruitment on intention to apply a job at the Faculty of Economics and Business, Udayana University. The population in this study amounted to 599 students, and the sample amounted to 240 students. The sampling method used is proportionate random sampling. Data was collected using a survey approach, where the research instrument used was a questionnaire. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The results showed that there was a positive and significant influence between company reputation on intention to apply a job, there was a positive and significant effect between job descriptions on intention to apply a job, there was a positive and significant effect between e-recruitment intention to apply a job on the student at the Faculty of Economics and Business, University Udayana.*

#### Kata Kunci:

Reputasi perusahaan;  
Deskripsi pekerjaan;  
E-recruitment;  
Minat melamar kerja.

#### Abstrak

Minat untuk melamar pekerjaan merupakan keputusan yang diambil pencari kerja mengenai pilihannya pada tawaran pekerjaan dan perusahaan yang ada di pasar tenaga kerja. Seorang mahasiswa pastinya sudah berpikir ke depan untuk melamar pekerjaan, bahkan mereka sudah mencari-cari pekerjaan di sela-sela perkuliahan mereka terutama yang sudah menuju kelulusan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh reputasi perusahaan, deskripsi pekerjaan, dan *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 599 orang, dan sampelnya berjumlah 240 orang mahasiswa. Metode penentuan sampel yang digunakan yaitu *proportionate random sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan pendekatan survei, dimana instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Data yang dikumpulkan tersebut kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara deskripsi pekerjaan terhadap minat melamar kerja, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.

#### Koresponding:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Udayana, Bali,  
Indonesia  
Email:  
[erika.meita@gmail.com](mailto:erika.meita@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Ketertarikan melamar pekerjaan bagi calon tenaga kerja didorong oleh adanya motivasi dalam diri seseorang untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Sejalan dengan teori motivasi yang menyatakan bahwa motivasi terjadi apabila seseorang mempunyai keinginan dan kemauan untuk melakukan suatu kegiatan atau tindakan dalam rangka mencapai tujuan tertentu (Uno, 2016: 6). Teori Motivasi yang sesuai dengan penelitian ini adalah Teori Hierarki Kebutuhan dari Maslow (*Maslow's Need Hierarchy Theory*) yang menyatakan bahwa terdapat lima jenjang kebutuhan dalam diri manusia (Robbins, 1996). Lima jenjang kebutuhan tersebut yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri.

Budiono & Suharmono (2021) menyebutkan bahwa minat untuk melamar pekerjaan merupakan keputusan yang diambil pencari kerja mengenai pilihannya pada tawaran pekerjaan dan perusahaan yang ada di pasar tenaga kerja. Demikian pula yang terjadi pada mahasiswa lulusan Universitas Udayana. Hasil pra survei yang dilakukan kepada 23 orang mahasiswa tingkat akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana mendapati suatu fenomena unik. Sebanyak 16 orang mahasiswa menunjukkan rendahnya ketertarikan untuk melamar kerja pada suatu perusahaan setelah mereka menyelesaikan pendidikan sarjananya dengan menyatakan “tidak setuju” pada pernyataan yang diajukan yaitu “setelah menyelesaikan pendidikan sarjana, saya berminat untuk melamar pekerjaan pada suatu perusahaan”, sedangkan sisanya hanya 7 orang yang menyatakan “setuju” atau tertarik untuk melamar kerja pada suatu perusahaan. Rendahnya minat melamar kerja tersebut menimbulkan berbagai alasan, diantaranya banyak dari mereka ingin melanjutkan pendidikan terlebih dahulu ke jenjang yang lebih tinggi, berencana untuk berwirausaha karena kemungkinan peluang kerja untuk *fresh graduate* sangat kecil, ingin melanjutkan usaha keluarga, serta ada pula yang memang sudah bekerja pada suatu perusahaan sehingga mereka tidak berminat untuk melamar pekerjaan pada perusahaan lain.

Mahasiswa yang memiliki beberapa pertimbangan untuk memutuskan melamar pekerjaan pada suatu perusahaan, dengan harapan supaya mereka mendapat pekerjaan sesuai dengan apa yang mereka minati (Ekhsan & Fitri, 2021). Salah satunya adalah reputasi perusahaan, yaitu persepsi eksternal tentang bagaimana sebuah organisasi dianggap baik (Xie *et al.*, 2015). Permadi & Netra (2015) menyebutkan bahwa reputasi perusahaan yang ditawarkan perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Apabila calon lulusan mahasiswa mengetahui bahwa perusahaan memiliki reputasi yang baik, maka mereka akan memiliki minat yang lebih untuk melamar pekerjaan ke perusahaan tersebut (Saini *et al.*, 2016). Namun penelitian lain dari Gupta & Saini (2020) menyebutkan bahwa reputasi tidak mempengaruhi minat melamar kerja. Hal tersebut dijelaskan karena perusahaan telah menginformasikan deskripsi pekerjaan secara mendetail.

Deskripsi pekerjaan juga dapat mempengaruhi minat dalam melamar pekerjaan. Syelviani (2017) menyatakan deskripsi pekerjaan sangat diperlukan dalam setiap perusahaan maupun organisasi. Dengan adanya informasi mengenai kualifikasi kerja dan uraian tugas yang jelas dianggap dapat menjadi sumber informasi yang memuaskan sehingga membuat calon karyawan menjadi lebih tertarik untuk melamar pekerjaan (Sumardana dkk., 2014). Selain itu, penjelasan mengenai deskripsi pekerjaan secara tidak langsung dapat mempengaruhi minat melamar kerja bagi pelamar baru. Chrisdayanti dkk. (2021) menyatakan bahwa *job description* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan karir. Hasil penelitian Mauliadiani *et al.* (2019) menunjukkan bahwa *job description* berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas kerja pegawai. *Job description* yang diterapkan dengan jelas ternyata mampu meningkatkan kinerja proses, sehingga *job description* menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap kinerja proses (Pattisahusiwa, 2013).

Salah satu sarana yang dapat digunakan perusahaan untuk menarik minat pelamar kerja adalah melalui proses *e-recruitment* (Rumangkit & Aditiya, 2018). Semakin mudah penggunaan situs *e-recruitment* maka akan meningkatkan keinginan melamar pekerjaan pada calon karyawan, artinya *e-recruitment* berpengaruh positif terhadap keinginan melamar pekerjaan (Fridantara & Muafi, 2018). Hasil penelitian Brahmana & Brahmana (2013) menyatakan proses perekrutan melalui *e-recruitment* dinilai berpengaruh positif terhadap keinginan melamar pekerjaan. Didukung oleh penelitian dari Melanthiou *et al.* (2015) yang menyatakan proses perekrutan melalui *e-recruitment* dinilai berpengaruh positif terhadap keinginan melamar pekerjaan. Berbanding terbalik dengan penelitian dari Munawaroh & Ekhsan (2019) yang menghasilkan pengaruh negatif dan signifikan antara *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja. Erlinda & Safitri (2020) juga menyatakan *website recruitment* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat melamar kerja.

Berdasarkan uraian permasalahan dan penelitian terdahulu maka dapat diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut. H1: Reputasi Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja, H2: Deskripsi pekerjaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja, H3: *E-Recruitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi perusahaan ( $X_1$ ), deskripsi pekerjaan ( $X_2$ ), dan *e-recruitment* ( $X_3$ ) terhadap minat melamar kerja ( $Y$ ). Penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif angkatan 2018 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana yang akan lulus pada tahun 2021 berjumlah 599 orang. Sampel penelitian dihitung dengan menggunakan rumus Slovin dan didapatkan jumlah sampel sebanyak 240 responden, yang dipilih dengan metode *proportionate random sampling*. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, dimana kuesioner diukur dalam skala likert sehingga perlu dilakukan uji instrument penelitian berupa uji validitas dan uji reabilitas. Data dianalisis dengan teknik analisis regresi linier berganda. Adapun model regresi yang digunakan sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \mu_i \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

Y	:	Minat Melamar Kerja
$\alpha$	:	Konstanta
$\beta_1$ - $\beta_3$	:	Koefisien Regresi dari $X_1$ - $X_3$
$X_1$	:	Reputasi Perusahaan
$X_2$	:	Deskripsi Pekerjaan
$X_3$	:	<i>E-Recruitment</i>
$\mu_i$	:	Variabel Pengganggu ( <i>residual error</i> )

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Tabel 1.**  
**Karakteristik Responden**

No	Variabel	Klasifikasi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki – Laki	116	48.3
		Perempuan	124	51.7
<b>Jumlah</b>			<b>240</b>	<b>100</b>
2	Usia	20 Tahun	96	40.0
		21 Tahun	121	50.4
		22 Tahun	18	7.5
		23 Tahun	5	2.1
<b>Jumlah</b>			<b>240</b>	<b>100</b>
3	Jurusan	Ekonomi Pembangunan	53	22.1
		Manajemen	93	38.8
		Akuntansi	94	39.2
<b>Jumlah</b>			<b>240</b>	<b>100</b>

*Sumber:* Data primer diolah, 2021

Jumlah mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana yang di jadikan sampel sebanyak 240 orang. Jika di lihat dari jenis kelamin, responden dengan jenis kelamin perempuan lebih mendominasi dalam penelitian ini yaitu dengan persentase sebesar 51,7 persen. Jika di lihat dari usia, responden yang berusia 21 tahun lebih mendominasi yaitu dengan presentase sebesar 50,4 persen. Jika di lihat dari jurusan, responden dengan jurusan akuntansi lebih mendominasi yaitu dengan persentase sebesar 39,2 persen.

Uji instrument penelitian dilakukan dengan uji validitas dan uji reabilitas. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor faktor dengan skor total dan bila korelasi tiap faktor tersebut bernilai positif ( $r > 0,3$ ), maka instrumen penelitian tersebut dapat dikatakan *valid*. Hasil uji ditemukan bahwa seluruh koefisien korelasi dari indikator variabel minat melamar kerja, reputasi perusahaan, deskripsi pekerjaan, dan *e-recruitment* yang diuji dalam penelitian ini memiliki nilai kolerasi item total lebih besar dari 0,30 ( $r > 0,3$ ). Hasil uji ditemukan bahwa seluruh indikator yang terdapat pada penelitian ini *valid*. Sementara uji reabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi suatu variabel pada penelitian. Instrumen dikatakan reliabel bila memiliki nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ . Hasil pengujian ditemukan bahwa masing-masing nilai *Cronbach's Alpha* pada tiap instrumen tersebut lebih besar dari 0,60. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua instrumen sudah reliabel dalam mengukur variabel, sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

Persepsi responden mengenai variabel minat melamar kerja dengan nilai rata-rata sebesar 3,60 yang masuk kriteria baik. Hal ini berarti bahwa minat melamar kerja mahasiswa tingkat akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana tergolong baik. Pernyataan dengan nilai terendah adalah “mulai tertarik mencari informasi lowongan pekerjaan yang disediakan oleh suatu perusahaan”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,32 masuk dalam kriteria cukup baik, tetapi memiliki nilai rata-rata paling rendah dibandingkan dengan pernyataan yang lainnya. Hal ini berarti secara umum responden menganggap belum tertarik untuk mencari informasi lowongan pekerjaan yang disediakan oleh suatu perusahaan. Sementara pernyataan dengan nilai tertinggi adalah “tertarik melamar pekerjaan karena adanya suatu kebutuhan akan pekerjaan untuk menghasilkan pendapatan”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,74 masuk dalam kriteria baik. Hal ini berarti secara umum responden tertarik melamar pekerjaan karena adanya suatu kebutuhan akan pekerjaan untuk menghasilkan pendapatan.

Persepsi responden mengenai variabel reputasi perusahaan dengan nilai rata-rata sebesar 3,62 yang masuk kriteria baik. Pernyataan yang memiliki rata-rata terendah adalah “akan melamar

pekerjaan di perusahaan yang dapat memanfaatkan dengan baik setiap peluang yang ada”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,40 masuk dalam kriteria cukup baik, tetapi memiliki nilai rata-rata yang rendah dibandingkan dengan pernyataan yang lainnya. Hal ini berarti secara umum responden menganggap belum tertarik melamar pekerjaan di perusahaan yang dapat memanfaatkan dengan baik setiap peluang yang ada. Sementara pernyataan dengan nilai tertinggi adalah “akan melamar pekerjaan pada perusahaan yang disukai.”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,80 masuk dalam kriteria baik. Hal ini berarti secara umum responden akan tertarik melamar pekerjaan pada perusahaan yang disukai.

Persepsi responden mengenai variabel deskripsi pekerjaan dengan nilai rata-rata sebesar 3,56 yang masuk kriteria baik. Pernyataan yang memiliki rata-rata terendah adalah “akan melamar pekerjaan di perusahaan yang memiliki fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan pekerjaan”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,43 masuk dalam kriteria baik, tetapi memiliki nilai rata-rata yang rendah dibandingkan dengan pernyataan yang lainnya. Hal ini berarti secara umum responden belum tertarik melamar pekerjaan di perusahaan yang memiliki fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan pekerjaan. Sementara pernyataan dengan nilai tertinggi adalah “akan melamar pekerjaan di perusahaan yang memiliki kejelasan koordinasi dalam melaksanakan pekerjaan”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,70 masuk dalam kriteria baik. Hal ini berarti secara umum responden akan tertarik melamar pekerjaan di perusahaan yang memiliki kejelasan koordinasi dalam melaksanakan pekerjaan.

Persepsi responden mengenai variabel *e-recruitment* dengan nilai rata-rata sebesar 3,47 yang masuk dalam kriteria baik, pernyataan yang memiliki rata-rata terendah adalah “penggunaan *e-recruitment* sangat efektif dalam pencarian pekerjaan”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,38 masuk dalam kriteria cukup baik, tetapi memiliki nilai rata-rata yang rendah dibandingkan dengan pernyataan yang lainnya. Hal ini berarti secara umum responden merasa penggunaan *e-recruitment* belum efektif dalam pencarian pekerjaan mereka. Sementara pernyataan dengan nilai tertinggi adalah “penggunaan *e-recruitment* akan mempercepat proses pencarian pekerjaan”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,53 masuk dalam kriteria baik. Hal ini berarti secara umum responden merasa penggunaan *e-recruitment* akan mempercepat proses pencarian pekerjaan mereka.

**Tabel 2.**  
**Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>	
<i>N</i>	240
Test Statistic	0,044
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

*Sumber:* Data primer diolah, 2021

Hasil uji normalitas dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu 0,200 lebih besar dari 0,05 maka mengindikasikan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini terdistribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model memenuhi asumsi normalitas.

**Tabel 3.**  
**Uji Multikolinieritas**

<b>Variabel</b>	<b>Collinearity Statistics</b>	
	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>
Reputasi Perusahaan	0,363	2,755
Deskripsi Pekerjaan	0,301	3,326
<i>E-Recruitment</i>	0,395	2,534

*Sumber:* Data primer diolah, 2021

Hasil uji menunjukkan bahwa tidak terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 dan juga tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *VIF* lebih dari 10. Maka dari pada itu model regresi bebas dari gejala multikoleniaritas.

**Tabel 4.**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	T	Sig.
Reputasi Perusahaan	-1,259	0,209
Deskripsi Pekerjaan	-0,094	0,925
<i>E-Recruitment</i>	-0,212	0,832

Sumber: Data primer diolah, 2021

Hasil uji diperoleh masing-masing variabel yaitu reputasi perusahaan (0,209), deskripsi pekerjaan (0,925), dan *e-recruitment* (0,832) memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 5 persen (0,05) mengindikasikan bahwa variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu *absolute error*, maka dari itu, penelitian ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 5.**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi		t	Sig
	B	Std. Error		
Reputasi Perusahaan	0,257	0,048	5,360	0,000
Deskripsi Pekerjaan	0,369	0,052	7,062	0,000
<i>E-Recruitment</i>	0,149	0,059	2,519	0,012
(Constant)	: 0,842			
F Statistik	: 189,465			
Sig F	: 0,000			
R <sup>2</sup>	: 0,707			

Sumber: Data primer diolah, 2021

Hasil uji F diperoleh nilai F-hitung sebesar 189,465 dengan sigifikansi sebesar 0,000 yang berada di bawah 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi *fit* dengan data observasi dan layak digunakan sebagai alat analisis untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Diperkuat oleh nilai  $R^2 = 70,7$  persen, yang berarti bahwa sebesar 70,7 persen minat melamar kerja mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana dipengaruhi oleh variabel reputasi perusahaan ( $X_1$ ), deskripsi pekerjaan ( $X_2$ ), *e-recruitment* ( $X_3$ ) dan sisanya sebesar 29,3 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti kompensasi, lingkungan kerja, fasilitas kerja, dan lain-lain.

Hasil analisis diperoleh bahwa tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang berarti bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat melamar kerja. Koefisien regresi sebesar 0,257 menunjukkan bahwa semakin meningkatnya reputasi perusahaan maka akan meningkatkan minat melamar kerja mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Fajrina (2012) menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Chhabra & Sharma (2014) juga menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh terhadap minat melamar kerja. Penelitian lain dari Yu & Davis (2019) juga memperoleh hasil bahwa reputasi perusahaan berpengaruh terhadap daya tarik organisasi. Nilai inovasi, nilai psikologis, nilai aplikasi, dan penggunaan media sosial berhubungan positif dengan reputasi perusahaan, yang pada gilirannya berhubungan positif dengan niat melamar pekerjaan (Sivertzen *et al.*, 2013).

Hasil analisis diperoleh bahwa tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang berarti bahwa deskripsi pekerjaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat melamar kerja. Koefisien regresi sebesar 0,369 menunjukkan bahwa semakin meningkatnya deskripsi pekerjaan maka akan meningkatkan minat melamar kerja mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Hal itu didukung penelitian dari Sumardana dkk. (2014) menyatakan bahwa deskripsi pekerjaan yang ditawarkan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Penelitian lain dari Chrisdayanti dkk. (2021) juga menyatakan bahwa *job description* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan karir. Penelitian dari Astiari & Sudarma (2012) menunjukkan bahwa deskripsi pekerjaan berpengaruh terhadap motivasi kerja. Semakin jelas deskripsi pekerjaan yang diberikan maka motivasi kerja akan semakin meningkat, sehingga deskripsi pekerjaan yang jelas dapat memberikan motivasi pula kepada calon pelamar kerja untuk dapat bekerja pada suatu perusahaan.

Hasil analisis diperoleh bahwa bahwa tingkat signifikansi  $0,012 < 0,05$ , yang berarti bahwa deskripsi pekerjaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat melamar kerja. Koefisien regresi sebesar 0,149 menunjukkan bahwa semakin meningkatnya deskripsi pekerjaan maka akan meningkatkan minat melamar kerja mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Brahmana & Brahmana (2013) menyatakan *e-recruitment* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pencari kerja serta memberikan bukti bahwa *erecruitment* harus *user friendly* dan menyenangkan untuk digunakan menarik minat pencari kerja. Semakin mudah penggunaan situs *e-recruitment* maka akan meningkatkan keinginan melamar pekerjaan pada calon karyawan, artinya *e-recruitment* berpengaruh positif terhadap keinginan melamar pekerjaan (Fridantara & Muafi, 2018). Terdapat pula penelitian dari Baum & Kabst (2014) menunjukkan bahwa situs web memiliki dampak yang lebih kuat secara signifikan terhadap daya tarik pelamar daripada iklan cetak.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat disimpulkan sebagai berikut. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Hal ini berarti semakin baik reputasi perusahaan, maka semakin meningkat pula minat melamar kerja. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara deskripsi pekerjaan terhadap minat melamar kerja mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Hal ini berarti semakin baik penjelasan mengenai deskripsi pekerjaan, maka semakin meningkat pula minat melamar kerja. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *e-recruitment* terhadap minat melamar kerja mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Hal ini berarti semakin baik proses *e-recruitment*, maka semakin meningkat pula minat melamar kerja.

Pihak penyedia lapangan pekerjaan harus dapat mempertahankan reputasi perusahaan, memberikan penjelasan mengenai deskripsi pekerjaan, dan melakukan proses perekrutan melalui *e-recruitment*, untuk dapat meningkatkan minat melamar kerja khususnya mahasiswa. Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan setiap peluang yang ada dengan baik untuk tetap dapat menarik minat melamar kerja mahasiswa, memiliki informasi yang jelas mengenai fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan pekerjaan, serta sebisa mungkin proses *e-recruitment* pun harus dilakukan dengan efektif oleh penyedia lapangan pekerjaan, sehingga minat melamar kerja khususnya bagi calon lulusan di jaman sekarang akan meningkat. Peneliti selanjutnya diharapkan tidak hanya berpaku pada faktor-faktor dalam penelitian ini yaitu reputasi perusahaan, deskripsi pekerjaan dan *e-recruitment* saja,

namun dapat menambah faktor-faktor lain yang mungkin dapat mempengaruhi minat melamar kerja, serta diharapkan untuk dapat menambahkan atau menggunakan subjek penelitian lain

## REFERENSI

- Astiari, P. T. D., & Sudarma, I. N. (2012). Pengaruh Deskripsi Pekerjaan dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Bappeda Kabupaten Tabanan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(7), 2116–2132.
- Baum, M., & Kabst, R. (2014). The Effectiveness of Recruitment Advertisements and Recruitment Websites: Indirect and Interactive Effects on Applicant Attraction. *Human Resource Management*, 53(3), 353–378.
- Brahmana, R. K., & Brahmana, R. (2013). What Factors Drive Job Seekers Attitude in Using E-Recruitment? *The South East Asian Journal of Management*, 7(2), 39–50.
- Chhabra, N. L., & Sharma, S. (2014). Employer Branding: Strategy for Improving Employer Attractiveness. *International Journal of Organizational Analysis*, 22(1), 48–60.
- Chrisdayanti, I. S., Minarsih, M. M., & Seputro, A. (2021). Pengaruh Deskripsi Pekerjaan, Spesifikasi Pekerjaan, Rotasi Pekerjaan dan Pencapaian Kerja terhadap Pengembangan Karir. *Journal of Management*, 7(1), 1–11.
- Ekhsan, M., & Fitri, N. (2021). Pengaruh Employer Branding Terhadap Minat Melamar Pekerjaan 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 Apply. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(8), 1572–1583.
- Fajrina, R. S. (2012). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Komunikasi Word-Of-Mouth terhadap Pembuatan Keputusan (Studi Pada Mahasiswa/I Komunikasi Pascasarjana Universitas Indonesia). In Tesis. Universitas Indonesia.
- Fridantara, A. S., & Muafi. (2018). Pengaruh Daya Tarik Perusahaan dan E-Rekrutment terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan pada Calon Karyawan Generasi Y: Peran Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Ekonomi*.
- Gupta, S., & Saini, G. K. (2020). Information Source Credibility and Job Seekers' Intention to Apply: The Mediating Role of Brands. *Global Business Review*, 21(2), 1–20.
- Mauliadiani, R. S., Siahaan, E., & Harahap, R. H. (2019). The Influence of Job Description and Leadership on the Employees' Work Effectiveness at the Sanitation and Landscaping Agency of Medan with Supervision as Moderating Variable. *International Journal of Research & Review (IJRR)*, 6(8), 478–493.
- Melanthiou, Y., Pavlou, F., & Constantinou, E. (2015). The Use of Social Network Sites as an E-Recruitment Tool. *Journal of Transnational Management*, 20(1), 31–49.
- Munawaroh, S., & Ekhsan, M. (2019). Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja dan E-Recruitment terhadap Minat Melamar Kerja (Studi Kasus Generasi Z Wilayah Cikarang Utara).
- Pattisahusiwa, S. (2013). Pengaruh Job Description dan Job Specification Terhadap Kinerja Proses. *Jurnal Akuntabel*, 10(1), 57–65.
- 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), 3256–3286.
- Rumangkit, S., & Aditiya, M. D. (2018). Minat Generasi Z pada Penggunaan E-Rekrutmen. *Seminar Nasional Teknologi Dan Bisnis. IIB DARMAJAYA Bandar Lampung*, 46–50.
- Saini, G. K., Gopal, A., & Kumari, N. (2016). Employer Brand and Job Application Decisions: Insights from the Best Employers. *Management and Labour Studies*, 40(1–2), 34–51.
- Sharma, R., & Prasad, A. (2018). Employer Brand and Its Unexplored Impact on Intent to Join. *International Journal of Organizational Analysis*, 26(3), 536–566.
- Sivertzen, A. M., Nilsen, E. R., & Olafsen, A. H. (2013). Employer Branding: Employer Attractiveness and The Use of Social Media. *Journal of Product and Brand Management*, 22(7), 473–483.
- Sumardana, O., Rahyuda, A. G., & Sintaasih, D. K. (2014). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, dan Kompensasi yang Ditawarkan Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 19(2), 184–192.
- Syelviani, M. (2017). Pengaruh Deskripsi Pekerjaan Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Kantor Camat Tembilahan. *Journal of Economy, Business and Accounting (COSTING)*, 1(1), 43–55.

- Uno, Hamzah B. (2016). *Teori Motivasi dan Pengukurannya: Analisis di Bidang Pendidikan (Edisi Satu)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Xie, C., Bagozzi, R. P., & Meland, K. V. (2015). The Impact of Reputation and Identity Congruence on Employer Brand Attractiveness. *Marketing Intelligence & Planning*, 33(3), 238–257.
- Yu, K. Y. T., & Davis, H. M. (2019). Integrating Job Search Behavior into The Study of Job Seekers' Employer Knowledge and Organizational Attraction. *International Journal of Human Resource Management*, 30(9), 1448–1476..