

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Banyak perusahaan kini berupaya sekuat tenaga untuk tampil unggul di berbagai sektor seperti layanan, kualitas produk, dan inovasi, karena persaingan yang ketat dan percepatan globalisasi. Kontribusi serta dedikasi semua karyawan yang terlibat menjadi kunci untuk mencapai kesuksesan dan daya saing perusahaan yang berkelanjutan. Bisnis harus terus menyesuaikan diri dengan tren dan terobosan teknologi terkini karena sumber daya manusia menjadi komponen yang lebih strategis dalam mengatasi kesulitan dunia korporat. Di zaman digital yang terus maju, kemajuan dalam teknologi informasi telah secara drastis mengubah berbagai elemen dalam masyarakat, termasuk lapangan pekerjaan. Salah satu perkembangan yang paling nyata adalah dalam proses perekrutan, karena banyak bisnis telah mulai beralih dari teknik konvensional menuju e-rekrutmen, sebuah strategi berbasis digital. Penggunaan teknologi dalam proses rekrutmen memungkinkan perusahaan untuk mengakses lebih banyak data pelamar, melakukan seleksi awal secara sistematis, serta mengurangi biaya dan waktu perekrutan. Sejalan dengan fenomena global tersebut, Rohana *et al* (2024) mengungkapkan bahwa perubahan dalam sistem rekrutmen di era digital telah membantu meningkatkan efisiensi serta efektivitas proses perekrutan di banyak perusahaan. Sebagian besar informan juga mengungkapkan bahwa penggunaan platform daring memberikan kemudahan dalam menjangkau calon pelamar dari berbagai latar belakang, dengan cakupan

yang lebih luas serta tingkat keberagaman yang lebih tinggi. Hal itu mencerminkan bahwa digitalisasi rekrutmen telah menjadi strategi penting dalam pengelolaan sumber daya manusia modern.

Di sisi lain, reputasi perusahaan kini juga memegang peranan penting dalam menarik minat para pencari kerja, khususnya di kalangan generasi muda yang lebih kritis terhadap nilai dan reputasi perusahaan. Dalam mempertimbangkan peluang kerja, para kandidat tidak hanya fokus pada posisi atau remunerasi, tetapi juga mempertimbangkan reputasi perusahaan sebagaimana dipersepsikan oleh masyarakat. Hal ini sejalan dengan pernyataan Siler (2022) yaitu, 75% pencari kerja akan menyelidiki reputasi perusahaan sebelum melamar pekerjaan, dan 50% karyawan saat ini tidak akan menerima pekerjaan di perusahaan yang memiliki reputasi buruk. Temuan ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan bukan hanya berdampak pada pelanggan atau investor, tetapi juga menjadi salah satu faktor penentu dalam menarik dan mempertahankan talenta terbaik. Dengan demikian, kombinasi antara pemanfaatan *E-recruitment* dan pengelolaan Reputasi Perusahaan secara strategis menjadi kunci dalam memenangkan persaingan mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas.

Lingkungan kerja saat ini semakin rumit, karena terdiri dari berbagai generasi dengan cara berpikir, nilai, dan karakter yang beragam. Keberagaman ini menciptakan dinamika unik, yang dapat menjadi kekuatan untuk perusahaan, namun juga menjadi tantangan dalam pengelolaan sumber daya manusia yang efektif. Perbedaan ini terlihat dalam cara kerja, komunikasi, penggunaan teknologi,

hingga harapan terhadap karier. Secara umum, pengelompokan generasi berdasarkan tahun kelahiran dibagi menjadi beberapa kategori sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Pengelompokkan Generasi

Tahun Lahir	Generasi
1928-1945	Generasi Silent
1946-1964	Generasi Baby Boomers
1965-1980	Generasi X
1981-1996	Generasi Y
1997-2012	Generasi Z
2013-2024	Generasi Alpha
2025-2039	Generasi Beta

Sumber: Tempo

Lahir antara tahun 1997 dan 2012, Generasi Z mulai menguasai dunia kerja. Seiring dengan meningkatnya lulusan baru dari berbagai jenjang pendidikan, kelompok ini memiliki karakteristik unik dalam memilih pekerjaan dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi Z tumbuh di era digital yang berkembang pesat, sehingga mereka lebih akrab dengan teknologi dan cenderung mencari pekerjaan yang fleksibel, berbasis digital, serta sesuai dengan nilai dan gaya hidup mereka. Hal ini sejalan dengan temuan dalam *MPG Gen Z White Paper* oleh ManpowerGroup (2025) yang menyatakan bahwa perusahaan perlu meningkatkan alat teknologi, fleksibilitas jam kerja, dan peluang pengembangan karier untuk menjadikan tempat kerja lebih menarik bagi Generasi Z. Mereka cenderung lebih selektif dalam memilih perusahaan berdasarkan reputasi dan nilai-nilai etika yang dipegang oleh perusahaan tersebut. Selain itu *MPG Gen Z White Paper* juga menyatakan Generasi Z diprediksi akan mencakup sekitar 30% dari total tenaga

kerja global pada tahun 2030, yang menunjukkan pentingnya adaptasi perusahaan terhadap kebutuhan dan harapan generasi ini.



Gambar 1. 1 Sensus BPS

Sumber: Goodstats

Di Indonesia, tren serupa juga terjadi, dalam data yang dirilis badan pusat statistik, Generasi Z menjadi kelompok terbesar dengan total populasi mencapai sekitar 74,93 juta jiwa, yang setara dengan 27,94% dari seluruh penduduk, menjadikannya kelompok usia terbesar yang akan memasuki dunia kerja dalam beberapa tahun mendatang. Kehadiran mereka di dunia profesional membawa tantangan baru bagi perusahaan dalam menarik dan mempertahankan talenta muda yang memiliki karakteristik dan preferensi unik. Sejalan dengan Nurqamar *et al.* (2022) Kehadiran Generasi Z di dunia kerja membawa tantangan tersendiri bagi perusahaan, sebab kelompok usia ini memiliki preferensi dan pertimbangan yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Beberapa faktor yang memengaruhi intensi mereka dalam melamar pekerjaan antara lain adalah dukungan perusahaan yang nyata terhadap karyawan, lingkungan kerja yang nyaman dan positif, fleksibilitas dalam sistem kerja, serta kompensasi finansial yang mencakup baik

imbalan langsung seperti gaji maupun kompensasi tidak langsung seperti tunjangan, fasilitas, atau program kesejahteraan. Mereka tidak hanya mencari pekerjaan yang menawarkan gaji tinggi, tetapi juga mengutamakan fleksibilitas kerja, keseimbangan kehidupan kerja, serta nilai dan budaya perusahaan yang sesuai dengan prinsip mereka.

Tabel 1. 2 TPT Jawa Barat

Kelompok Umur	Tingkat Pengangguran Terbuka menurut Kelompok Umur di Provinsi Jawa Barat (Persen)							
	Februari				Agustus			
	2022	2021	2020	2019	2022	2021	2020	2019
15-19	30,91	28,27	33,97	27,36	45,61	38,8	38,45	38,25
20-24	21,98	23,57	18,97	20,05	23,42	23,77	25,17	20,95
25-29	11,03	12,21	9,84	10,79	9,59	13,38	14,06	10,16
30-34	6,77	5,26	4,98	6,01	4,81	7,62	8,1	4,88

Sumber: Badan Pusat Statistik Provisni Jawa Barat

Dilihat dari data BPS Provinsi Jawa Barat, terlihat bahwa kelompok usia 15-24 tahun terus mendominasi angka pengangguran dalam beberapa tahun terakhir. Pada Agustus 2022, tingkat pengangguran untuk kelompok umur 15-19 tahun mencapai 45,61%, sedangkan kelompok umur 20-24 tahun berada di angka 23,42%. Kondisi ini menunjukkan bahwa usia muda, khususnya yang termasuk dalam kategori Generasi Z, masih menghadapi tantangan besar dalam memasuki dunia kerja. Tingginya angka tersebut menggambarkan belum optimalnya proses penyerapan tenaga kerja di kalangan usia muda, meskipun mereka berada di fase yang seharusnya memiliki semangat tinggi untuk bekerja dan berkembang secara profesional. Tingginya pengangguran di kalangan usia muda ini bisa jadi tidak hanya disebabkan oleh terbatasnya lapangan kerja, tetapi juga oleh rendahnya minat generasi muda untuk melamar pekerjaan.

Permasalahan serupa juga terjadi di Kota Bandung sebagai salah satu kota metropolitan sekaligus pusat pertumbuhan ekonomi dan pendidikan di Provinsi Jawa Barat. Menurut data Badan Pusat Statistik Kota Bandung, jumlah populasi usia muda yang termasuk ke dalam Generasi Z adalah 610.451 jiwa, lalu pada Agustus 2024, Tingkat pengangguran tercatat sebesar 7,40%, angka tersebut menunjukkan bahwa pengangguran, khususnya di kalangan generasi Z, masih menjadi masalah yang belum terselesaikan. Kota Bandung yang memiliki banyak perguruan tinggi, perusahaan, serta peluang kerja di sektor kreatif dan digital, seharusnya dapat menjadi magnet bagi generasi muda untuk segera memasuki dunia kerja. Namun, kenyataannya tidak semua lulusan atau pencari kerja muda menunjukkan antusiasme yang tinggi untuk melamar pekerjaan. Fenomena ini mengindikasikan bahwa ketertarikan Generasi Z untuk melamar pekerjaan mungkin belum berkembang secara optimal, yang pada akhirnya turut menyumbang pada tingginya tingkat pengangguran. Rendahnya minat tersebut bisa dipengaruhi oleh berbagai aspek, baik dari dalam diri individu maupun dari faktor eksternal, seperti reputasi perusahaan dan metode rekrutmen yang diterapkan.

Tabel 1. 3 Hasil Pra Survei Minat Melamar Pekerjaan

No	Pernyataan	Jumlah Responden dan Presentase				Target Dalam %
		Ya		Tidak		
1	Apakah Anda melamar pekerjaan karena kebutuhan ekonomi?	14	46,7%	16	53,3%	100
2	Apakah anda selalu menyelesaikan proses lamaran hingga tahap akhir?	7	23,3%	23	76,7%	100
3	Apakah Anda selalu yakin dengan informasi yang	10	33,3%	20	66,7%	100

No	Pernyataan	Jumlah Responden dan Presentase				Target Dalam %
		Ya		Tidak		
	diberikan dalam lowongan kerja?					
4	Apakah Anda mempertimbangkan beberapa perusahaan sebelum memutuskan untuk melamar?	6	20%	24	80%	100
Rata-rata			30,8%		69,2%	
Jumlah Responden =30						

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan data awal yang diperoleh melalui pra survei pada Generasi Z di Kota Bandung, ditemukan bahwa minat melamar pekerjaan masih tergolong rendah. Dari 30 responden, hanya 14 orang yang menyatakan melamar pekerjaan karena kebutuhan ekonomi, sementara 16 orang menyatakan tidak. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak semua individu dari Generasi Z merasa terdorong untuk bekerja, bahkan oleh faktor kebutuhan ekonomi sekalipun. Selain itu, hanya 23,3% yang menyelesaikan proses lamaran hingga tahap akhir, menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung tidak melanjutkan proses seleksi kerja secara maksimal. Ketidakseriusan dalam menyelesaikan proses lamaran juga mencerminkan rendahnya komitmen dalam mencari pekerjaan. Lebih lanjut, 66,7% responden mengaku tidak selalu yakin dengan informasi yang tercantum dalam lowongan kerja, dan 80% lainnya tidak mempertimbangkan beberapa perusahaan sebelum memutuskan untuk melamar. Temuan-temuan ini memperkuat adanya indikasi bahwa Generasi Z di Kota Bandung masih memiliki minat yang rendah dalam melamar pekerjaan. Minimnya minat Generasi Z dalam melamar pekerjaan

dapat disebabkan oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan persepsi dan preferensi mereka terhadap dunia kerja.

Salah satu faktor yang diduga berpengaruh adalah reputasi perusahaan, di mana Generasi Z cenderung lebih tertarik melamar ke perusahaan dengan reputasi baik, budaya kerja yang positif, dan nilai-nilai yang sejalan dengan karakter mereka. Reputasi perusahaan juga merupakan faktor penting dalam keputusan Generasi Z untuk melamar pekerjaan. Mereka lebih selektif dan sering mencari informasi dari platform seperti forum daring sebelum menentukan pilihan. Sejalan dengan penelitian oleh Evrina & Wulansari (2023), Reputasi perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat melamar pekerjaan di kalangan mahasiswa, yang didukung oleh temuan bahwa Generasi Z cenderung mencari informasi mendalam tentang perusahaan sebelum memutuskan untuk melamar.

Tabel 1. 4 Hasil Pra Survei Reputasi Perusahaan

No	Pernyataan	Jumlah Responden dan Presentase				Target Dalam %
		Ya		Tidak		
1	Apakah Anda berminat melamar ke perusahaan yang lingkungan kerjanya tidak nyaman dan layak?	8	26,77%	22	73,3%	100
2	Apakah anda akan melamar ke perusahaan yang memiliki reputasi negatif di mata publik?	10	33,3%	20	66,7%	100
3	Apakah anda tertarik melamar ke perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang tidak stabil?	9	30%	21	70%	100
Rata-rata			30%		70%	
Jumlah Responden =30						

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Dari data hasil pra survei terhadap 30 responden di Kota Bandung, ditemukan bahwa sebagian besar responden tidak berminat melamar pekerjaan ke perusahaan dengan reputasi yang kurang baik. Sebanyak 73,3% responden menyatakan tidak bersedia melamar ke perusahaan yang memiliki lingkungan kerja yang tidak menyenangkan atau toksik, dan 66,7% responden tidak ingin melamar ke perusahaan yang memiliki reputasi negatif di mata publik. Selain itu, 70% responden juga tidak tertarik melamar ke perusahaan dengan kondisi keuangan yang tidak stabil. Hasil ini mengindikasikan bahwa reputasi perusahaan memainkan peran penting dalam membentuk minat Generasi Z untuk melamar pekerjaan. Oleh karena itu, reputasi perusahaan menjadi faktor yang relevan untuk diteliti lebih lanjut dalam hubungannya dengan minat melamar pekerjaan, terutama pada Generasi Z di Kota Bandung.

Selain reputasi perusahaan, dalam era digital seperti sekarang, sistem rekrutmen juga menjadi pertimbangan penting. Perkembangan teknologi di Indonesia telah mendorong banyak perusahaan untuk mengadopsi sistem *E-recruitment* guna meningkatkan efisiensi dalam proses rekrutmen. Perkembangan tren rekrutmen melalui media online di Indonesia dari waktu ke waktu semakin meningkat (Wijoyo *et al.*, 2023). Generasi Z dikenal sebagai generasi yang melek teknologi dan mengutamakan pengalaman digital yang cepat serta responsif, termasuk dalam proses pencarian kerja. Mereka menginginkan sistem *E-recruitment* yang tidak hanya praktis, tetapi juga transparan dan ramah pengguna. Hambatan seperti proses seleksi yang terlalu panjang, kurangnya komunikasi dari perusahaan, serta informasi pekerjaan yang tidak jelas dapat mengurangi minat

mereka dalam melamar. Menurut Rizwan Naqvi *et al.* (2023), meskipun *E-recruitment* meningkatkan efisiensi proses rekrutmen, namun juga dapat menyebabkan tantangan seperti komunikasi yang tidak personal dan kurangnya umpan balik yang memadai kepada pelamar, yang pada akhirnya dapat mengurangi minat mereka untuk melamar.

Tabel 1. 5 Hasil Pra Survei *E-recruitment*

No	Pernyataan	Jumlah Responden dan Presentase				Target Dalam %
		Ya		Tidak		
1	Apakah Anda selalu merasa nyaman menggunakan <i>E-recruitment</i> untuk melamar pekerjaan?	13	43,3%	17	56,7%	100
2	Apakah informasi lowongan kerja di <i>E-recruitment</i> selalu jelas dan mudah dipahami?	9	30%	21	70%	100
3	Apakah Anda jarang mengalami kendala saat mengisi formulir atau mengunggah dokumen di <i>E-recruitment</i> ?	7	23,3%	23	76,7%	100
4	Apakah proses <i>E-recruitment</i> di perusahaan yang pernah Anda lamar selalu cepat dan transparan?	8	26,7%	22	73,3%	100
Rata-rata			30,8%		69,2%	
Jumlah Responden =30						

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Hasil pra survei terhadap 30 responden di Kota Bandung menunjukkan bahwa mayoritas responden masih mengalami berbagai kendala saat menggunakan sistem *E-recruitment*. Sebanyak 56,7% responden menyatakan tidak merasa nyaman menggunakan *E-recruitment* untuk melamar pekerjaan. Sebanyak 70%

menyebut bahwa informasi lowongan kerja tidak selalu jelas dan mudah dipahami, serta 76,7% menyatakan mengalami kesulitan dalam mengisi formulir atau mengunggah dokumen saat proses *E-recruitment* berlangsung. Selain itu, 73,3% merasa proses *E-recruitment* yang pernah dialami tidak selalu cepat dan transparan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun *E-recruitment* menawarkan kemudahan secara teknis, ketidakefektifan dalam pelaksanaannya justru dapat mengurangi minat generasi muda untuk melamar pekerjaan. Dengan demikian, penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana sistem *E-recruitment* yang diterapkan oleh perusahaan dapat dioptimalkan agar selaras dengan ekspektasi Generasi Z, khususnya di Kota Bandung.

Menurut penelitian Ekhsan & Ernasari (2022), rekrutmen elektronik tidak memiliki pengaruh langsung terhadap minat pelamar kerja. Namun, rekrutmen elektronik memengaruhi reputasi perusahaan, yang pada gilirannya memengaruhi minat calon pelamar. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa rekrutmen elektronik dan minat terhadap lamaran kerja mungkin dimediasi oleh reputasi perusahaan. Sementara itu, hasil penelitian oleh Prasetya & Suryono (2025), menemukan bahwa reputasi perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja. Perbedaan temuan dari kedua penelitian ini menegaskan kebutuhan akan studi lanjutan untuk mengeksplorasi pengaruh reputasi perusahaan dan *E-recruitment* terhadap minat melamar kerja.

Selain perbedaan hasil penelitian sebelumnya, perbedaan karakteristik tiap kelompok usia juga penting untuk di pertimbangkan saat meneliti ulang hubungan antar variable tersebut. Sebagian besar penelitian terdahulu belum secara spesifik

menyoroti generasi Z, khususnya di Kota Bandung. Misalnya, studi yang dilakukan oleh Wijaya *et al.* (2023) menemukan bahwa *Employer branding* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat melamar kerja pada generasi milenial, sementara *E-recruitment* tidak menunjukkan pengaruh serupa. Hal ini mengindikasikan bahwa tiap generasi memiliki preferensi dan cara pandang yang berbeda dalam menilai perusahaan dan proses rekrutmen. Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya, termasuk dalam cara mereka mencari pekerjaan dan menilai perusahaan. Perkembangan teknologi yang pesat, maraknya platform digital pencari kerja, serta munculnya perusahaan dengan budaya kerja fleksibel menjadi faktor-faktor yang memengaruhi pilihan karier generasi ini. Dengan penekanan pada Generasi Z Kota Bandung, penting untuk mengkaji bagaimana reputasi perusahaan dan e-rekrutmen memengaruhi minat lamaran pekerjaan.

Khususnya dalam konteks mahasiswa semester akhir, kelompok ini menjadi representasi nyata dari Generasi Z yang sedang berada pada tahap transisi menuju dunia kerja. Mahasiswa semester akhir umumnya sedang aktif mencari peluang kerja atau magang untuk mempersiapkan masa depan karier mereka. Universitas Sangga Buana YPKP Bandung sebagai salah satu perguruan tinggi di Kota Bandung, memiliki populasi mahasiswa semester akhir yang relevan untuk dijadikan subjek penelitian. Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini mengambil studi kasus pada mahasiswa semester akhir di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, guna memperoleh gambaran yang lebih spesifik dan mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat mereka dalam melamar pekerjaan.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti menetapkan judul skripsi ini yaitu: "Pengaruh Reputasi Perusahaan dan *E-Recruitment* terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Generasi Z di Kota Bandung (Studi Kasus pada Mahasiswa Semester Akhir di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung)."

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan data hasil dari pra survei yang telah diuraikan sebelumnya, sebagai acuan dalam penelitian ini peneliti mengidentifikasi permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pra survei banyak responden yang memilih untuk tidak menyelesaikan proses lamaran sampai tahap akhir
2. Banyak responden yang tidak berminat melamar ke perusahaan yang lingkungan kerjanya tidak nyaman dan layak.
3. Banyak responden yang sering mengalami kendala saat mengisi formulir atau mengunggah dokumen di *E-recruitment*?

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan tidak menyimpang, maka peneliti membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Variabel bebas (independent) dalam penelitian ini adalah Reputasi Perusahaan dan *E-recruitment*, sedangkan variabel terikat (dependen) adalah minat melamar pekerjaan.

2. Penelitian ini hanya difokuskan pada mahasiswa semester akhir yaitu Angkatan 2021 di universitas sangga buana YPKP Bandung yang termasuk kedalam kategori generasi Z.
3. Penelitian hanya menyoroti persepsi dari calon pelamar kerja terhadap reputasi perusahaan dan proses *E-recruitment* yang disediakan oleh perusahaan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan identifikasi masalah, maka ada beberapa hal yang akan menjadi pembahasan utama dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana Reputasi Perusahaan, *E-recruitment*, dan Minat Melamar Pekerjaan pada Generasi Z di Kota Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan pada Generasi Z di Kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh *E-recruitment* terhadap minat melamar pekerjaan pada Generasi Z di Kota Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh Reputasi Perusahaan dan *E-recruitment* terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Generasi Z di Kota Bandung?

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat Generasi Z dalam melamar pekerjaan, khususnya di Kota Bandung, dengan menitikberatkan pada peran Reputasi Perusahaan dan efektivitas sistem *E-recruitment* yang diterapkan. Penelitian ini juga dilakukan sebagai salah satu syarat penyelesaian studi untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur, mendeskripsikan dan menganalisis:

1. Reputasi Perusahaan, *E-recruitment*, dan Minat Melamar Pekerjaan pada Generasi Z di Kota Bandung
2. Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan pada Generasi Z di Kota Bandung.
3. Pengaruh *E-recruitment* terhadap minat melamar pekerjaan pada Generasi Z di Kota Bandung.
4. Pengaruh Reputasi Perusahaan dan *E-recruitment* terhadap minat melamar pekerjaan pada Generasi Z di Bandung.

1.6 Kegunaan Peneliitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi referensi ilmiah yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen sumber daya manusia, khususnya terkait dengan minat melamar pekerjaan pada Generasi Z serta pengaruh Reputasi Perusahaan dan *E-recruitment*.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada perusahaan mengenai pentingnya membangun reputasi yang baik dan menerapkan sistem *E-recruitment* yang efektif untuk menarik minat Generasi Z dalam melamar pekerjaan, khususnya di wilayah Kota Bandung.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, yang berlokasi di Kota Bandung. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Universitas Sangga Buana merupakan salah satu institusi pendidikan tinggi di Kota Bandung. Mahasiswa semester akhir dinilai menjadi

subjek yang relevan karena mereka sedang berada dalam fase transisi menuju dunia kerja dan aktif mencari informasi serta peluang kerja.

Selain itu, Kota Bandung sendiri merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi, pendidikan, serta industri kreatif yang menjadi magnet bagi para pencari kerja dari kalangan Generasi Z. Oleh karena itu, pengambilan lokasi penelitian di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung diharapkan dapat memberikan gambaran yang representatif mengenai pengaruh Reputasi Perusahaan dan *E-recruitment* terhadap minat melamar pekerjaan pada Generasi Z, khususnya mahasiswa semester akhir di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

1.7.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada semester genap tahun ajaran 2024/2025. Dimulai dari bulan Februari 2025 sampai dengan bulan Agustus 2025, dengan jadwal penelitian sebagai berikut pada Tabel 1.6.

Tabel 1. 6 Jadwal Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Feb-25				Mar-25				Apr-25				May-25				Jun-25				Jul-25				Aug-25			
		Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pra Penelitian																												
	a. Penentuan Objek Penelitian																												
	b. Survei																												
	c. Penyebaran Kuisisioner Pra Survei																												
	d. Pengelolaan Data Kuesioner Pra Survei																												
	e. Pengajuan Judul																												
2	Pelaksanaan																												
	a. Pengumpulan Data																												
	b. Proses Bimbingan																												
	c. Pengelolaan Data																												
3	Penyusunan																												
	a. Pengelolaan Data																												
	b. Pengetikan Data																												
	c. Laporan Akhir																												

Sumber: Data diolah Peneliti 2025

