

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi dan perkembangan teknologi digital yang semakin pesat, persaingan dalam dunia kerja menjadi semakin ketat. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk menghasilkan produk dan layanan yang berkualitas, tetapi juga harus mampu memperoleh sumber daya manusia yang kompeten dan berkualitas tinggi (Nendi, 2025). Perkembangan teknologi informasi turut mengubah berbagai aspek dalam dunia kerja, termasuk proses rekrutmen dan strategi perusahaan dalam membangun citra organisasi guna menarik calon tenaga kerja yang potensial. Kondisi tersebut menyebabkan lulusan perguruan tinggi dituntut memiliki kesiapan, kompetensi, serta kemampuan bersaing agar dapat memperoleh pekerjaan yang sesuai dengan bidang keahlian yang dimiliki (Sinurat *et al.*, 2026).

Meningkatnya persaingan kerja berdampak pada semakin sulitnya lulusan perguruan tinggi memasuki dunia kerja. Jumlah pencari kerja yang terus meningkat tidak selalu diimbangi dengan ketersediaan lapangan pekerjaan sehingga menyebabkan tingginya angka pengangguran, khususnya pada lulusan perguruan tinggi (Masril *et al.*, 2021). Selain itu, perusahaan juga semakin selektif dalam merekrut tenaga kerja sesuai dengan kebutuhan organisasi, sementara pencari kerja semakin mempertimbangkan berbagai faktor sebelum memutuskan untuk melamar pekerjaan pada suatu perusahaan (Indra & Widoatmodjo, 2021).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik 2025, jumlah pengangguran pada Februari 2025 mencapai 7,28 juta orang dengan Tingkat Pengangguran Terbuka

(TPT) sebesar 4,76%. Jika dilihat berdasarkan tingkat pendidikan, lulusan perguruan tinggi masih menjadi salah satu kelompok yang memiliki tingkat pengangguran cukup tinggi.

Tabel 1.1 Tingkat Pengangguran Terbuka Pendidikan Yang di Tamatkan

Karakteristik	Februari 2024 (%)	Agustus 2024 (%)	Februari 2025 (%)	Perubahan Feb 24-Feb 25 (Persenan Poin)
Perguruan Tinggi	6,30	4,58	6,33	0,03

Sumber : Badan Pusat Statistik 2025

Di Provinsi Kepulauan Riau, Tingkat Pengangguran Terbuka lulusan perguruan tinggi meningkat dari 4,58% pada Agustus 2024 menjadi 6,33% pada Februari 2025. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa lulusan perguruan tinggi perlu memiliki minat yang tinggi dalam mencari dan melamar pekerjaan agar mampu bersaing di dunia kerja, minat melamar pekerjaan menjadi salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan dalam upaya mengurangi tingkat pengangguran, karena proses melamar pekerjaan merupakan tahap awal bagi lulusan untuk memasuki dunia kerja (Shalahuddin *et al.*, 2022).

Minat melamar pekerjaan menjadi salah satu aspek penting yang mendorong calon pelamar kerja untuk mencari informasi mengenai lowongan pekerjaan dari berbagai sumber (Ekhsan *et al.*, 2022). Lulusan yang memiliki minat melamar pekerjaan tinggi cenderung lebih siap menghadapi dunia kerja melalui pencarian informasi lowongan, mempersiapkan kompetensi, serta mengikuti proses rekrutmen. Sebaliknya, lulusan yang memiliki minat melamar pekerjaan rendah cenderung bersikap pasif sehingga mengalami keterlambatan dalam transisi dari

dunia pendidikan ke dunia kerja (Rumengan & Tengker, 2025). Rendahnya minat melamar pekerjaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya persepsi terhadap perusahaan, sistem rekrutmen yang kurang efektif, serta ketidaksesuaian antara kompensasi yang ditawarkan dengan harapan calon pelamar kerja (Jannavi & Utami, (2025);(Jenny & Santosa, (2024))).

Setelah menyelesaikan pendidikan, lulusan FEBM angkatan 2021 Universitas Maritim Raja Ali Haji dituntut mampu bersaing dalam memperoleh pekerjaan yang sesuai dengan kompetensi yang dimiliki. Kondisi tersebut menyebabkan lulusan tidak hanya mempersiapkan kemampuan akademik, tetapi juga lebih selektif dalam menentukan perusahaan tempat mereka akan melamar pekerjaan. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, lulusan semakin mudah memperoleh informasi mengenai perusahaan melalui media sosial, situs resmi perusahaan, maupun berbagai platform digital lainnya. Informasi mengenai citra perusahaan, proses rekrutmen, dan kompensasi menjadi pertimbangan sebelum memutuskan untuk melamar pekerjaan.

Employer branding menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan perusahaan yang akan dilamar. Lulusan tertarik melamar pada perusahaan yang memiliki citra perusahaan yang positif, lingkungan kerja yang nyaman, kondisi perusahaan yang stabil, serta peluang pengembangan karier yang jelas. Pentingnya *employer branding* dalam meningkatkan minat melamar pekerjaan juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Penelitian Indra & Widoatmodjo, (2021) menunjukkan bahwa *employer branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh

Jenny & Santosa, (2024) yang menyatakan bahwa *employer branding* mampu meningkatkan minat melamar pekerjaan. Namun demikian, hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian Ramadlan *et al.*, (2026) yang menunjukkan bahwa *employer branding* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat ketidakkonsistenan mengenai pengaruh *employer branding* terhadap minat melamar pekerjaan.

Hal ini sejalan dengan hasil peneliti melakukan pra-survei terhadap 35 lulusan FEBM Universitas Maritim Raja Ali Haji Angkatan 2021 yang terdiri atas 17 lulusan Program Studi Manajemen dan 18 lulusan Program Studi Akuntansi. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa 85,7% responden menyatakan bahwa *employer branding* memengaruhi minat mereka dalam melamar pekerjaan. Sebagian besar responden menyatakan lebih tertarik melamar pada perusahaan yang memiliki citra perusahaan yang baik, lingkungan kerja yang nyaman, kondisi perusahaan yang stabil, serta menyediakan peluang pengembangan karir. Pra-survei ini tidak melibatkan Program Studi Kewirausahaan dan Bisnis Digital karena pada saat penelitian dilakukan kedua program studi tersebut belum memiliki lulusan. Pra-survei dilakukan untuk mengetahui kondisi awal objek penelitian dan membantu dalam merumuskan permasalahan penelitian dengan jumlah responden minimal 30 orang (Sugiyono, 2023).

Selain *employer branding*, *e-recruitment* juga menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan perusahaan yang akan dilamar. Lulusan lebih tertarik melamar pekerjaan pada perusahaan yang menyediakan sistem rekrutmen

yang mudah diakses, proses pelamaran yang sederhana, serta informasi lowongan pekerjaan yang lengkap dan jelas. Pentingnya penerapan *e-recruitment* dalam meningkatkan minat melamar pekerjaan juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Penelitian Arum *et al.*, (2025) menunjukkan bahwa *e-recruitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada generasi z karena mampu memberikan kemudahan akses informasi serta meningkatkan efisiensi dalam proses rekrutmen. Hasil penelitian tersebut diperkuat oleh Pramudya *et al.*, (2024) yang menyatakan bahwa *e-recruitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Pekerjaan karena sistem rekrutmen yang mudah dan praktis memudahkan pelamar dalam mengirimkan dokumen lamaran secara daring.

Namun, hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian Prasetyawati & Supriatin, (2025) yang menunjukkan bahwa *e-recruitment* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Melamar Pekerjaan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat ketidakkonsistenan mengenai pengaruh *e-recruitment* terhadap Minat Melamar Pekerjaan. Berdasarkan hasil pra-survei yang telah dilakukan menunjukkan bahwa 82,9% responden menyatakan lebih tertarik melamar pekerjaan melalui sistem *e-recruitment* karena dinilai lebih praktis, cepat, dan mudah diakses.

Selain *employer branding*, dan *e-recruitment*, kompensasi juga menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan perusahaan yang akan dilamar. Lulusan tertarik melamar pekerjaan pada perusahaan yang menawarkan kompensasi yang sesuai dengan harapan, seperti gaji, tunjangan, insentif, dan fasilitas kerja.

Pentingnya kompensasi dalam meningkatkan minat melamar pekerjaan juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Penelitian Jannavi & Utami, (2025) menunjukkan bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melamar Pekerjaan karena kompensasi yang kompetitif mampu meningkatkan ketertarikan generasi z untuk melamar pekerjaan. Hasil penelitian tersebut diperkuat oleh Hayomi & Suharnomo, (2024) yang menyatakan bahwa penawaran kompensasi yang baik mampu meningkatkan minat lulusan untuk melamar pekerjaan. Namun demikian, hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian Handi & Safitri, (2023) yang menunjukkan bahwa kompensasi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat melamar pekerjaan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat ketidakkonsistenan mengenai pengaruh kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan. Berdasarkan hasil pra-survei menunjukkan bahwa 91,4% responden menyatakan bahwa kompensasi menjadi pertimbangan utama dalam melamar pekerjaan. Responden berpendapat bahwa kejelasan informasi mengenai gaji, tunjangan, insentif, dan fasilitas yang diberikan perusahaan menjadi faktor yang memengaruhi keputusan mereka untuk melamar pekerjaan.

Adanya perubahan pola pikir dalam mencari pekerjaan, dimana faktor teknologi dan citra perusahaan semakin memainkan peran penting selain imbalan finansial. Kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk tidak hanya menawarkan kompensasi yang kompetitif, tetapi juga memperkuat strategi *employer branding* serta mengoptimalkan sistem *e-recruitment* guna menarik minat calon pelamar kerja, khususnya dari kalangan lulusan. Selain hasil penelitian yang berbeda,

penelitian terdahulu umumnya dilakukan pada karyawan, generasi z, atau pencari kerja secara umum. Penelitian yang secara khusus mengkaji lulusan FEBM UMRAH masih sangat terbatas.

Oleh karena itu, penelitian mengenai "Pengaruh *Employer Branding*, *E-Recruitment*, dan Kompensasi terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Lulusan FEBM Angkatan 2021 Universitas Maritim Raja Ali Haji" menjadi relevan untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi perusahaan dalam memperkuat strategi rekrutmen dan citra perusahaan, serta bagi pihak universitas dalam memberikan edukasi karir dan pembekalan yang sesuai bagi mahasiswa. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan solusi konkret untuk meningkatkan minat melamar pekerjaan dikalangan lulusan, memperkuat sinergi antara dunia pendidikan dan dunia kerja, serta mendorong peningkatan kualitas sumber daya manusia di Provinsi Kepulauan Riau.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang dipaparkan diatas, maka didapat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Lulusan FEBM cenderung semakin selektif dalam memilih pekerjaan, dimana faktor citra perusahaan, lingkungan kerja yang baik, dan peluang pengembangan karir menjadi pertimbangan penting, namun belum diketahui secara pasti seberapa besar pengaruh *employer branding* terhadap minat melamar pekerjaan pada lulusan FEBM UMRAH.
2. Penerapan *e-recruitment* yang dinilai lebih praktis, cepat, dan mudah diakses menjadi preferensi utama lulusan dalam melamar pekerjaan, namun masih

terdapat perbedaan hasil penelitian terkait pengaruh *e-recruitment* terhadap minat melamar pekerjaan.

3. Kompensasi menjadi pertimbangan utama bagi lulusan dalam melamar pekerjaan, terutama terkait gaji, tunjangan, dan fasilitas namun belum diketahui secara pasti sejauh mana kompensasi mempengaruhi minat melamar pekerjaan pada lulusan FEBM.
4. Belum banyak peneliti empiris yang secara spesifik mengkaji pengaruh *employer branding*, *e-recruitment*, dan kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa lulusan FEBM.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, peneliti akan membatasi penelitian ini agar berfokus pada topik dan permasalahan yang telah ditentukan sehingga tidak terlalu luas. Berikut beberapa batasan masalah dalam penelitian:

1. Penelitian ini hanya membahas pengaruh *employer branding*, *e-recruitment*, dan kompensasi sebagai variabel independen terhadap minat melamar pekerjaan sebagai variabel dependen.
2. Objek penelitian dibatasi pada lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim angkatan 2021 Universitas Maritim Raja Ali Haji, yang terdiri dari program studi Manajemen dan Akuntansi.
3. Dalam penelitian ini tidak menyatakan dua program studi Kewirausahaan dan Bisnis Digital karena belum memiliki lulusan. Dan tanpa melibatkan responden dari universitas lain atau perusahaan di luar wilayah Tanjungpinang.

4. Data yang digunakan adalah data primer dari kuesioner dan data sekunder dari penelitian terdahulu dan buku-buku literasi.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah di jelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah *employer branding* berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan pada lulusan FEBM angkatan 2021 Universitas Maritim Raja Ali Haji?
2. Apakah *e-recruitment* berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan pada lulusan FEBM angkatan 2021 Universitas Maritim Raja Ali Haji?
3. Apakah kompensasi berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan pada lulusan FEBM angkatan 2021 Universitas Maritim Raja Ali Haji?
4. Apakah *employer branding*, *e-recruitment*, dan kompensasi berpengaruh simultan terhadap minat melamar pekerjaan pada lulusan FEBM angkatan 2021 Universitas Maritim Raja Ali Haji?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *employer branding* berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan pada lulusan FEBM angkatan 2021 Universitas Maritim Raja Ali Haji.
2. Untuk mengetahui apakah *e-recruitment* berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan pada lulusan FEBM angkatan 2021 Universitas Maritim Raja Ali Haji.

3. Untuk mengetahui apakah kompensasi berpengaruh terhadap minat melamar pekerjaan pada lulusan FEBM angkatan 2021 Universitas Maritim Raja Ali Haji.
4. Untuk mengetahui apakah *employer branding*, *e-recruitment*, dan kompensasi berpengaruh simultan terhadap minat melamar pekerjaan pada lulusan FEBM angkatan 2021 Universitas Maritim Raja Ali Haji.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti:

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti dalam memahami pengaruh *employer branding*, *e-recruitment*, dan kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan, serta melatih kemampuan analisis ilmiah dalam bidang manajemen sumber daya manusia.

2. Bagi Perusahaan:

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan strategi rekrutmen melalui penguatan citra perusahaan, penerapan sistem rekrutmen digital yang efektif, dan pemberian kompensasi yang kompetitif guna menarik calon tenaga kerja berkualitas.

3. Bagi Pembaca:

Penelitian ini memberikan wawasan bagi pembaca mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat melamar pekerjaan serta dapat dijadikan referensi dalam penelitian sejenis dimasa mendatang.

1.7 Sistematika Penelitian

Sistematika ini untuk memberikan pembaca pandangan yang jelas dan terorganisir tentang tulisan dalam penelitian ini. Berikut adalah deskripsi luas dari setiap bab:

BAB I : PENDAHULUAN

Latar belakang, Identifikasi masalah, Pembatasan masalah, Perumusan masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, dan Sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bagian ini berisi kajian teoritis yang relevan dengan penelitian, meliputi teori-teori tentang *Employer Branding*, *E-Recruitment*, dan Kompensasi. Dan bab ini memuat hasil-hasil penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini, kerangka berpikir yang menggambarkan hubungan antara variabel, serta perumusan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini berisi tentang pendekatan penelitian yang digunakan, jenis, dan metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, teknik pengambilan data, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi tentang pemaparan hasil penelitian yang diperoleh dari pengolahan data, termasuk deskripsi data responden, uji instrumen penelitian, analisis data, pengujian hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian yang di kaitkan dengan teori dan penelitian terdahulu.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, saran-saran yang dapat diberikan kepada pihak terkait berdasarkan temuan penelitian, serta keterbatasan penelitian yang dapat menjadi acuan bagi penelitian berikutnya.

