

PENGARUH *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* DAN KOMPENSASI TERHADAP MINAT MELAMAR PEKERJAAN PADA GENERASI Z DI KOTA MADIUN

Firmansyah Bayu Prasetyo¹⁾, Karuniawati Hasanah²⁾, Metik Asmike³⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: firmansyahbayu1308@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: aan.karuniawati@unipma.ac.id

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: smikemetik@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyajikan data empiris tentang dampak daya tarik pemberi kerja dan kompensasi terhadap minat pencari kerja Generasi Z di Kota Madiun. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan kuesioner, 366 anggota demografi Generasi Z Kota Madiun menjadi populasi penelitian. Pengambilan sampel secara purposive digunakan bersamaan dengan pendekatan Nonprobability Sampling sebagai strategi pengambilan sampel untuk pengumpulan data penelitian. Pendekatan analisis data penelitian ini memanfaatkan perangkat lunak SPSS 27. Uji Regresi Linier Berganda, Uji-t, dan Uji Asumsi Klasik digunakan untuk menganalisis data. Temuan penelitian menunjukkan bahwa employer attractiveness secara signifikan dan positif memengaruhi minat Generasi Z dalam melamar pekerjaan di Kota Madiun. Di Kota Madiun, minat Generasi Z dalam melamar pekerjaan secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh kompensasi.

Kata Kunci: *Employer Attractiveness*, Kompensasi, Minat Melamar Pekerjaan

Abstract

The purpose of this study is to present empirical data regarding the impact of employer attractiveness and compensation on generation Z's interest in applying for jobs in Madiun City. Quantitative research methodologies are employed in this study. Using questionnaires, 366 members of Madiun City's Generation Z demographic was the study's population. Purposive sampling was utilized in conjunction with the Nonprobability Sampling approach as the sample strategy for gathering research data. The SPSS 27 software is used in the data analysis procedure for study. The t test, multiple linear regression test, and classical assumption test were used to analyze the data. The study's findings demonstrate that: 1) Generation Z's interest in applying for jobs in Madiun City is positively and significantly impacted by employer attractiveness. 2) Pay significantly and favorably influences applicants' interest in applying for jobs in Madiun City for Generation Z.

Keywords: *Employer Attractiveness, Compensation, Job Application Interest*

A. PENDAHULUAN

Bisnis masa kini menghadapi persaingan ketat satu sama lain saat mereka berusaha untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan bertahan di pasar global yang semakin ketat. Kinerja perusahaan dan nilai tambah yang diberikannya melalui metode khas yang tidak dimiliki para pesaingnya menunjukkan keunggulan kompetitif ini. Keunggulan kompetitif perusahaan sebagian besar ditentukan oleh sumber daya manusianya, yang merupakan kunci persaingan ini. Perusahaan dapat lebih menarik dan memilih karyawan potensial dengan menggunakan proses rekrutmen yang efisien untuk memperoleh sumber daya manusia berkualitas tinggi ini. Dengan demikian, mendorong para pencari kerja untuk mengirimkan lamaran ke organisasi sangat penting untuk membantu inisiatif ini.

Proses rekrutmen perusahaan di Indonesia dapat berbeda tergantung pada beberapa faktor. Pertama, ukuran perusahaan dan industrinya sangat penting. Perusahaan besar biasanya memiliki proses rekrutmen yang formal, termasuk tes kemampuan dan tahapan seleksi. Sebaliknya, perusahaan kecil mungkin memiliki proses yang lebih informal, dengan wawancara dan rekomendasi pribadi. Selain itu, industri seperti keuangan dan teknologi mungkin memiliki persyaratan rekrutmen yang lebih khusus, seperti pengalaman kerja atau sertifikasi. Kedua, tingkat posisi yang dipekerjakan juga memengaruhi cara rekrutmen. Pekerjaan di tingkat senior biasanya membutuhkan proses rekrutmen yang lebih panjang dan menyeluruh dengan tahapan wawancara dan penilaian tambahan, sedangkan pekerjaan di tingkat entry-level biasanya membutuhkan proses rekrutmen yang lebih sederhana yang berfokus pada skrining CV dan wawancara akhir.

Menurut studi Emerging Issues Institute (2012) yang dikutip oleh (Rachmawati, 2019), Generasi Z dianggap sebagai kelompok yang memiliki daya saing yang unik, beragam, dan berteknologi maju. Mereka memanfaatkan keterampilan komunikasi seperti informasi dan sering menggunakan media sosial dengan daya saing dan integritas pribadi dalam kehidupan sehari-hari. Generasi ini dikenal karena kegemarannya bermain mandiri dan melakukan berbagai hal sesuai kecepatannya sendiri. Menurut (Annisa, 2022), Gen Z cenderung fokus pada uang, generasi, toleransi, dan kesabaran, serta kurang terpengaruh oleh uang dibandingkan Gen Y. Dia memiliki perspektif yang lebih realistis dan lebih optimis

terhadap masa depan uang. Sementara itu, penelitian White Piper (2011) terhadap Gen Z cenderung menunjukkan tingkat keterampilan yang lebih rendah, berpikir lebih cepat, dan kurang tegas dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka sering mencari perhatian, mengandalkan teknologi untuk memperhatikan, dan mengaku memiliki rentang perhatian yang pendek. Selain itu, mereka individualistis, egois, menuntut, serakah, ambisius, dan mengejar kebajikan khusus dibandingkan generasi lainnya.

Hasil survei menunjukkan bahwa 85% pencari kerja generasi Z menganggap stabilitas pekerjaan sebagai hal yang paling penting. Selain itu, 81% menyatakan bahwa tunjangan sangat penting, dan 80% mengatakan bahwa gaji awal yang tinggi bisa menjadi faktor utama dalam menerima tawaran pekerjaan. Pekerja generasi Z menginginkan stabilitas untuk membangun karier dan mengatasi kenaikan biaya hidup serta resesi. (www.cnbcindonesia.com).

Tabel 1. Jumlah Generasi Z dalam dunia kerja

Golongan Umur	Angkatan Kerja (AK)			
	Bekerja	Pengangguran	AK	Presentase
15-19	4.668.215	1.123.495	5.791.710	80,60%
20-24	13.195.089	2.397.136	15.592.225	84,63%
25-29	16.000.069	1.213.435	17.213.504	92,95%

Sumber: Data BPS Tahun 2023 Februari

Angkatan kerja generasi Z dalam kelompok umur 15-19, 20-24, dan 25-29 tahun memiliki total 38.597.439 orang. Pada ketiga kelompok umur ini, jumlah angkatan kerja yang memiliki pekerjaan lebih banyak daripada yang menganggur. Terlihat bahwa pada kelompok umur 25-29 tahun, persentase angkatan kerja generasi Z yang telah memiliki pekerjaan mencapai 92,95 persen. Keterlibatan individu dalam dunia kerja sangat penting untuk mencapai tujuan, dan merupakan kebahagiaan tersendiri jika potensi yang dimiliki dapat berkontribusi pada perkembangan perusahaan.

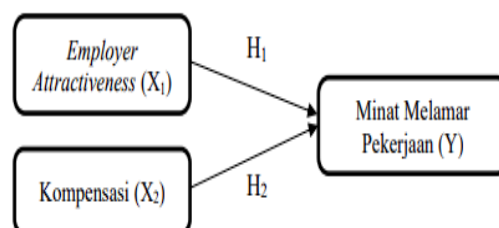
Menurut (Bonaiuto et al., 2013) perusahaan – perusahaan saat ini mengalami *war for talent*. Hal ini disebabkan karena tenaga kerja yang ada di pasar tenaga kerja tidak semua memiliki standar dari perusahaan, sehingga perusahaan – perusahaan berebut untuk mendapatkan tenaga kerja yang memiliki kualifikasi tinggi. Diprediksi bahwa kondisi SDM Indonesia satu dekade mendatang, khususnya perusahaan besar tidak akan mampu memenuhi kebutuhan akan posisi *entry-level* dengan kandidat yang berkualitas baik. Oleh

karena itu, isu mendapatkan karyawan terbaik perlu mendapat perhatian perusahaan. Cara untuk mewujudkan hal tersebut adalah dengan meningkatkan *employer attractiveness*.

Menurut Berthon et al. (2005) dalam (A. M. Sivertzen et al., 2013), *employer attractiveness* adalah keuntungan yang dilihat calon karyawan dalam posisi di perusahaan tertentu. Lievens et al. (2002) menyatakan dalam Franca & Pahor (2012) bahwa suatu perusahaan lebih terkenal dan menarik untuk bekerja ketika memasang lowongan pekerjaan karena barang dan jasanya juga terkenal dan dikenal secara umum. Minat seseorang untuk melamar pekerjaan dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk paket gaji perusahaan selain daya tarik pemberi kerja. Setiap hadiah atau pembayaran yang diberikan kepada karyawan sebagai imbalan atas upaya mereka atas nama bisnis dianggap sebagai kompensasi (Sinaga & Pramudita, 2023). Studi oleh Hoang et al. (2020) dalam (Sinaga & Pramudita, 2023) menunjukkan bagaimana faktor-faktor seperti gaji, keseimbangan kehidupan kerja, dan kemajuan karier memengaruhi keinginan pencari kerja untuk melamar posisi. Menurut penelitian ini, aspek terpenting dalam menarik pelamar adalah gaji. Berdasarkan justifikasi tersebut, remunerasi baik moneter maupun non-moneter sangat penting untuk diperhatikan guna menarik pelamar yang kompeten dan membantu pencapaian tujuan strategis perusahaan. Berdasarkan hal tersebut di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan data faktual mengenai dampak *employer attractiveness* dan kompensasi terhadap kecenderungan penduduk generasi Z Madiun untuk melamar pekerjaan.

Kerangka Berfikir

Modifikasi berikut telah dilakukan pada kerangka konseptual penelitian dari "Pengaruh *employer attractiveness* dan Kompensasi terhadap Minat Melamar Pekerjaan" (Sinaga & Pramudita, 2023):



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : *Employer Attractiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar pekerjaan

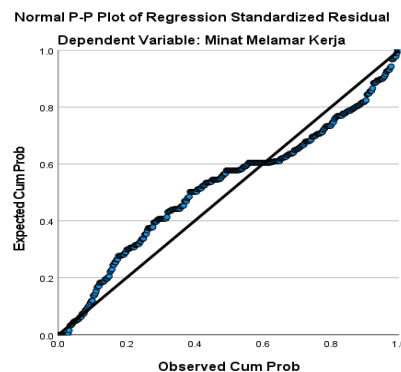
H2 : *Kompensasi* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar

B. METODE

Penelitian ini dilakukan di Kota Madiun. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Target demografi penelitian ini adalah generasi Z Kota Madiun, yang memiliki tingkat pendidikan terendah SMA atau SMK atau sederajat atau pencari kerja, mahasiswa, lulusan baru, atau keduanya. Sampel pada penelitian ini sebanyak 366 responden dengan kriteria berusia 17-27 tahun, sedang mencari pekerjaan, tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK sederajat, berdomisili Kota Madiun.

C. HASIL DAN DISKUSI

Uji Normalitas



Sumber: *Output SPSS*

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi normal berdasarkan Gambar 2 di atas karena terlihat titik-titik terdistribusi di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal sehingga mendukung asumsi normalitas yang dipenuhi oleh model regresi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas Penelitian	Variance Influence Factor (VIF)	Tolerance	Keterangan
Employer Attractiveness (X1)	5.388	0.186	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kompensasi (X2)	5.388	0.186	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: *Output SPSS*

Karena nilai toleransinya lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF tidak melebihi 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas atau data lolos uji multikolinearitas berdasarkan hasil data di atas, nilai toleransi variabel daya tarik atasan (0,186) dan kompensasi (0,186).

Uji Heterokedastisitas

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Bebas Penelitian	$> \alpha$	Sig	Keterangan
Employer Attractiveness (X1)	0.05	0.845	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kompensasi (X2)	0.05	0.174	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: *Output SPSS*

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada faktor-faktor yang terkait dengan employer attractiveness dan kompensasi. Nilai signifikansi masing-masing variabel untuk uji Glejser lebih besar dari 0,05.

Uji Autokorelasi

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.815 ^a	.664	.661	2.324	1.847

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan Tabel 4, temuan autokorelasi nilai Durbin Watson (DW) adalah 1,847. Nilai DU yang berasal dari Durbin Watson adalah 1,815 jika dibandingkan dengan nilai signifikansi 5% dengan menggunakan ukuran sampel 366 dan ukuran variabel 3. Berdasarkan hal tersebut, nilai $DU < DW < 4-DU = 1,815 < 1,847 < 2,185$ menunjukkan tidak adanya autokorelasi..

Analisis Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	3.225	1.247	
	Employer Attractiveness	.193	.047	.294
	Kompensasi	.443	.059	.537

Sumber: *Output SPSS*

Temuan berikut dari persamaan regresi di atas dapat dijelaskan::

1. Tanda positif untuk nilai konstanta (α) sebesar 3,225 menunjukkan bahwa nilai Y akan menjadi 3,225 jika variabel yang terkait dengan kompensasi dan employer attractiveness tetap konstan.
2. Dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diperhatikan dalam penelitian ini, nilai koefisien regresi employer attractiveness (X1) sebesar 0,193 menunjukkan bahwa variabel daya tarik pemberi kerja memiliki efek positif terhadap minat melamar pekerjaan. Ini berarti bahwa untuk setiap peningkatan satu unit pada variabel daya tarik pemberi kerja, minat melamar pekerjaan akan meningkat sebesar 0,193.
3. Dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diperhatikan dalam penelitian ini, nilai koefisien regresi kompensasi (X2) sebesar 0,443 menunjukkan bahwa variabel kompensasi memiliki efek positif terhadap minat melamar pekerjaan. Ini berarti bahwa untuk setiap peningkatan satu unit pada variabel kompensasi, minat melamar pekerjaan akan meningkat sebesar 0,443.

Uji Parsial (t)

Tabel 6. Hasil Uji Parsial (T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.225	1.247		2.585	.010
EMPLOYER ATTRACTIVENESS	.193	.047	.294	4.142	.000
KOMPENSASI	.443	.059	.537	7.565	.000

Sumber: *Output SPSS*

Setiap uji-t adalah sebagai berikut, berdasarkan hasil uji-t pada tabel 6 di atas:

1. Employer attractiveness, atau variabel X1, menghasilkan hasil uji parsial t-hitung = 4.142 dan t-tabel = 1,962, yang menunjukkan bahwa t-hitung lebih besar daripada t-tabel. Employer attractiveness, memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Pembeneran yang diberikan mendukung penerimaan nilai H1.
2. Dengan nilai t-hitung 7.565, dan t-tabel 1,962, hasil uji parsial variabel X2, atau kompensasi, menunjukkan bahwa t-hitung lebih besar daripada t-tabel. Kompensasi memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai H2 dapat diterima berdasarkan pembeneran sebelumnya.

Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 ^a	.660	.658	2.333

Sumber: *Output SPSS*

Koefisien determinasi, atau R Square, adalah 0,813, atau 81,3%, menurut data di atas. Menurut gambar ini, variabel employer attractiveness (X1) dan kompensasi (X2) memengaruhi variabel minat melamar pekerjaan (Y) sebesar 81,3% jika keduanya dipertimbangkan secara bersama-sama. Namun, faktor lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti memiliki dampak pada $100\% - 81,3\% = 18,7\%$ sisanya.

PEMBAHASAN

Pengaruh Employer Attractiveness terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z Kota Madiun

Employer attractiveness yang tinggi menarik pelamar yang lebih berkualitas, terampil, dan bermotivasi tinggi. Hal ini dapat meningkatkan retensi karyawan dan berkontribusi pada kesuksesan perusahaan secara keseluruhan. Citra perusahaan yang positif, gaji yang kompetitif, lingkungan kerja yang dinamis, budaya kerja yang positif dan suportif, peluang untuk promosi dan kenaikan gaji dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, termasuk talenta Generasi Z terbaik di Kota Madiun.

Pengaruh Kompensasi terhadap Minat Melamar Pekerjaan Generasi Z Kota Madiun

Generasi Z menghargai gaji yang kompetitif dan sesuai dengan keterampilan dan pengalaman mereka. Selain gaji, Generasi Z juga mencari benefit yang menarik seperti insentif yang menarik, tunjangan kesehatan, fasilitas kerja yang nyaman, tunjangan pensiun, program pengembangan karyawan, dan work-life balance yang baik. Perusahaan di Kota Madiun menawarkan benefit yang menarik dan inovatif untuk bersaing dengan perusahaan lain dalam menarik Generasi Z.

D. SIMPULAN

Dari data yang diuji dan pembahasan tentang hubungan antara daya tarik tempat kerja dan gaji dapat disimpulkan bahwa employer attractiveness secara signifikan mempengaruhi minat kandidat generasi Z dalam melamar pekerjaan di kota Madiun. Di kota Madiun, minat pelamar kerja generasi Z sangat dipengaruhi oleh kompensasi.

E. SARAN

Diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang mempengaruhi minat melamar kerja. Selain itu, disarankan agar penelitian mendatang menyusun kuesioner dengan pernyataan yang lebih jelas agar responden dapat memahami pertanyaan dengan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, S. (2022). Studi Pemetaan Sistematis: Strategi Employer Branding dalam Keberlanjutan Organisasi di Era VUCA. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 19(3), 163–176. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v19i3.15666>
- April, V. N., & Darajat, T. A. (2020). *Effect of Product Quality , Brand Image And Life Style Against Buying Decision Journal of Management Science (JMAS)*. 3(2), 51–57.
- Bonaiuto, M., De Dominicis, S., Illia, L., Rodríguez-Cánovas, B., & Lizzani, G. (2013). Managing employer brand attributes to attract potential future leaders. *Journal of Brand Management*, 20(9), 779–792. <https://doi.org/10.1057/bm.2013.18>
- Cahyo, I. N., & Waskito, J. (2023). Pengaruh e-recruitment, reputasi perusahaan, dan persepsi pencari pekerjaan terhadap minat melamar kerja (studi kasus pada generasi z solo raya). *INFOTECH: Jurnal Informatika & Teknologi*, 4(2), 157–167. <https://doi.org/10.37373/infotech.v4i2.558>
- Ekombis Review -Jurnal, J., Ekonomi, I., Bisnis, D., Rizky, G., Dwi,) ;, Puterisari, U., Yuni,) ;, & Yustisi, P. (2023). Daya Tarik Perusahaan dan Kompetensi Karir yang Memengaruhi Niat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa Tingkat Akhir. *Jurnal Ekombis Review*, 11(2), 1317–1328.
- El-Menawy, S. M. A., & Saleh, P. S. (2023). How does the mediating role of the use of social media platforms foster the relationship between employer attractiveness and generation Z intentions to apply for a job? *Future Business Journal*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00233-0>
- Febrianti, D. I., & Hendratmoko, C. (2022). Pengaruh kompensasi, karakteristik pekerjaan, tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. *Kinerja*, 19(2), 257–267. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i2.10927>
- Franca, V., & Pahor, M. (2012). The Strength of the Employer Brand: Influences and Implications for Recruiting. In *Journal of Marketing and Management* (Vol. 3, Issue 1).
- Fredy Ardiansyah, F. P. S. (2024). The Influence Of Employer Attractiveness And Company Reputation On The Intention Of Applying For Jobs In Startup Companies In Final Level Students Of Universitas Telkom. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 7(2), 2227–2242.
- Geofanny, R., & Faraz, F. (2023). Employer Branding and E-recruitment Against Interest in Applying for Generation Z Jobs. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 12(1), 146. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v12i1.9922>
- Hartaningtyas Rani, I., Hardiyanti Jalih, J., & Adhi Widjowati, L. (2022). Generation Z's Intention to Apply: An Approach to Job Preferences, Organization Attractiveness, Person-Organization Fit, and Social Media Usage. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Manajemen*, 8(3), 168–186.

- Indra, I. R., & Widoatmodjo, S. (2021). Analisa Strategi Employer Branding terhadap Minat Melamar Kerja. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(4), 414. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i4.12803>
- Junaedi, M. A. R., Dewianawati, D., & Ratna, R. (2024). Pengaruh Daya Tarik Perusahaan, Reputasi Perusahaan, dan Rekrutmen Online Terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Y dan Z Muslim Pengguna Platform Tik-Tok Pada PT Kelas Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 978. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12781>
- Kholifah, C. D. (2021). Pengaruh daya tarik perusahaan, reputasi perusahaan, dan rekrutmen online terhadap minat melamar pekerjaan generasi y dan z pengguna platform Tiktok di Perusahaan Abc. *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*.
- Martoyo. (2017). *E-BookMSDMFinalFull*.
- Nurhabibah, F., Riadi, F., Adinata, U. W. S., & Adang, A. (2023). Effect of Compensation and Work Discipline on Employee Performance. *Acman: Accounting and Management Journal*, 3(2). <https://doi.org/10.55208/aj.v3i2.70>