

PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN DAN KOMPENSASI TERHADAP MINAT MELAMAR KERJA

(Studi pada PT. Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya)

Siti Fatimah¹, Aini Kusniawati², Mukhtar Abdul Kader³

¹²³ Fakultas Ekonomi, Universitas Galuh

Sifasitifatimah1306@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja (Suatu Studi pada PT. Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini yaitu meliputi 1). Bagaimana Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Kerja pada PT. Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya? 2). Bagaimana Pengaruh Kompensasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Kerja pada PT. Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya? 3). Bagaimana Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja pada PT. Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui 1). Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Melamar Kerja pada PT. Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya. 2). Pengaruh Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja pada PT. Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya. 3). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Kerja pada PT. Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis survey melalui pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan metode deskriptif dan verifikatif yang terdiri dari Koefisien Korelasi Sederhana dan Berganda, Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F), serta Koefisien Regresi Sederhana dan Berganda. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: 1). Terdapat pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja yakni dengan pengaruh sebesar 15,23 dan 84,77% dipengaruhi faktor lain. 2). Terdapat pengaruh kompensasi terhadap minat melamar kerja yakni dengan pengaruh sebesar 17,99% dan 82,01% dipengaruhi oleh faktor lain. 3). Terdapat pengaruh reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar kerja, yakni dengan pengaruh sebesar 21,72% dan 78,28% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Reputasi Perusahaan, Kompensasi dan Minat Melamar Kerja

Pendahuluan

Perusahaan selain bersaing dalam memenuhi kebutuhan konsumen tentunya juga bersaing untuk mendapatkan karyawan sesuai dengan yang dibutuhkan perusahaan. Untuk menarik minat calon pelamar tentunya perusahaan harus mengetahui faktor apa saja yang dilihat oleh calon pelamar. “Ketika sebuah perusahaan dinilai menarik oleh calon pelamar maka akan timbul keinginan untuk melamar ke perusahaan tersebut” (Gomes dan Neves, 2010; Foster, 2010; Jiang dan Iles, 2011). Sumardana (2014) mengatakan bahwa “melalui masukan dari para calon pencari tenaga kerja ini dapat memudahkan perusahaan didalam mengetahui faktor-faktor yang menentukan minat para calon karyawan didalam melamar pekerjaan ke sebuah perusahaan”. Reputasi perusahaan tentunya menjadi pertimbangan bagi para pencari kerja atau calon pelamar kerja untuk menumbuhkan minat melamar kerja ke perusahaan yang mempunyai reputasi bagus. Menurut Fomburn dan Walsh dalam Cannaby (2018) bahwa “reputasi perusahaan adalah persepsi dari *stakeholder* mengenai kinerja, kepercayaan terhadap

perusahaan, aktivitas komunikasi yang dilakukan perusahaan, dan rasa emosional terhadap perusahaan dari waktu ke waktu”. Selain reputasi perusahaan, kompensasi yang ditawarkan perusahaan pun menjadi pertimbangan bagi para calon pelamar kerja. Martoyo dalam Permadi (2015) yang menyatakan bahwa “kompensasi adalah aspek penting yang berpengaruh untuk dapat menarik, memelihara serta mempertahankan calon tenaga kerja dan tenaga kerja potensial suatu perusahaan”.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh munculnya transportasi *online* yang memanfaatkan media pemesanan melalui aplikasi untuk memudahkan konsumen dalam hal kebutuhan transportasi. Gojek merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan jasa transportasi *online* khususnya sepeda motor yang pada awalnya, Gojek hanyalah merupakan sebuah terobosan baru yang membuka lapangan pekerjaan yang banyak. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya kalangan masyarakat yang menganggur ataupun yang sudah memiliki pekerjaan mendaftar menjadi driver gojek karena adanya pembagian pendapatan yang menggiurkan sebesar 20% untuk perusahaan, dan 80% untuk pengemudi gojek. Perusahaan ini juga seringkali mendapatkan berbagai penghargaan baik skala nasional maupun internasional. Namun disisi lain masih adanya pro dan kontra yang terjadi di masyarakat mengenai legalitas sehingga banyak kritik yang ditujukan pada perusahaan. Hal ini pun mempengaruhi kepercayaan sebagian masyarakat terhadap perusahaan ini. Adanya konflik antar pengemudi ojek online dengan ojek pangkalan pun masih menjadi permasalahan yang masih belum terpecahkan. Sehingga permasalahan tersebut membuat pengemudi ojek online mendapatkan tekanan di mana-mana yang membuat keamanannya tak terjamin. Selain itu para *driver* juga mengalami kesenjangan hubungan kerja karena tidak dianggap sebagai pegawai karena yang tertulis di kontrak adalah hubungan mitra. Hal itu membuat para *driver* tidak mendapatkan hak sebagai pekerja meski setiap hari bekerja dengan risiko yang tinggi. Sehingga minat masyarakat untuk menjadi bagian perusahaan ini pun terus berkurang. Berikut data yang diperoleh dari Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya selama 3 tahun terakhir jumlah pelamar kerja terus menurun. Hal ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 1.1
Jumlah Pelamar Kerja

| Tahun | Jumlah Pelamar | Pekerja (<i>Driver</i>) |
|-------|----------------|---------------------------|
| 2017 | 900 orang | 300 orang |

| | | |
|--------|-------------|-------------|
| 2018 | 760 orang | 500 orang |
| 2019 | 600 orang | 750 orang |
| Jumlah | 2.960 orang | 1.850 orang |

Sumber: Gojek Indonesia Tasikmalaya

Selain data diatas, perusahaan dalam memberikan kenyamanan, keamanan, dan kesejahteraan bagi karyawannya masih sangat minim. Hal itu terlihat dari ketidak jelasan pemberian kompensasi yang di berikan kepada para *driver* Gojek itu sendiri. Tidak konsistennya perusahaan dalam memberikan tarif angkutan dalam setiap pekerjaan yang dilakukan para pekerjanya. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2 kompensasi harga

| Tahun | Kompensasi poin | Kompensasi Langsung |
|-------|------------------------|---------------------|
| 2017 | 5 poin = bonus 50.000 | 3.000/km |
| 2018 | 10 poin = bonus 50.000 | 2.500/km |
| 2019 | 10 poin = bonus 30.000 | 2.000/km |

Sumber: Gojek Indonesia

Rumusan masalah dalam penelitian ini diantaranya : 1). Bagaimana pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melemar pekerjaan pada PT. Gojek Indonesia cabang Tasikmalaya; 2). Bagaimana pengaruh kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan pada PT. Gojek Indonesia cabang Tasikmalaya?; 3). Bagaimana pengaruh reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar pekerjaan pada PT. Gojek Indonesia cabang Tasikmalaya? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1). Untuk mengetahui pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja pada PT. Gojek Indonesia cabang Tasikmalaya; 2). Untuk mengetahui pengaruh kompensasi terhadap minat melamar kerja pada PT. Gojek Indonesia cabang Tasikmalaya; 3). Untuk mengetahui pengaruh reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar kerja pada PT. Gojek Indonesia cabang Tasikmalaya. Manfaat teoritis dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan sebagai bahan masukan dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap penelitian yang telah dituangkan didalam penelitian ini. Serta menjadi sumber informasi untuk para mahasiswa Universitas Galuh khususnya Fakultas Ekonomi dan bisa menjadi acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

Manfaat praktis dalam penelitian ini diantaranya 1). Bagi peneliti, diharapkan dapat menambah wawasan tentang pengaruh reputsi perusahaan dan kompensasi terhadap minat

melamar kerja dan dijadikan sebagai salah satu sumber rujukan untuk penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti; 2). Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya apabila ada masalah yang sama di masa yang akan datang; 3). Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangak pemikiran mengenai apa yang menjadi daya tarik perusahaan bagi calon pelamar kerja.

Landasan Teori

Reputasi Perusahaan

Menurut Fomburn dalam Alifahmi (dalam Ardianto, 2016:68) mengatakan bahwa :

Reputasi dimulai dari identitas korporat sebagai titik pertama yang tercermin melalui nama perusahaan (logo) dan tampilan lain, misal laporan tahunan, brosur, kemasan produk, interior kantor, seragam karyawan, iklan, pemberitaan media mengenai perusahaan, materi tertulis, dan audio-visual. Identitas korporat juga berupa non-fisik seperti nilai-nilai dan filosofi perusahaan, pelayanan, gaya kerja, dan komunikasi, baik dengan pihak internal maupun pihak luar”.

Pendapat lain mengenai definisi reputasi menurut Firsia (2011:309) mengatakan bahwa “reputasi merupakan indikator kinerja masa lalu dan prospek masa depan. Reputasi dibangun atas dasar persepsi *stakeholder*”. Menurut Davis *et al* (dalam Ardianto 2016:69) “Reputasi memiliki sejumlah elemen. Elemen yang paling penting adalah pandangan-pandangan dari dua pemegang saham utama (saham diperusahaan dan saham publik), para pekerja dan para pelanggan”. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas maka dapat dapat disimpulkan bahwa kompensasi merupakan pemberian imbalan balas jasa yang diberikan perusahaan kepada karyawannya, imabalannya tersebut dapat berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung.

Indikator Reputasi Perusahaan

Indikator pembangun reputasi perusahaan Menurut Fomburn dalam (Cannaby 2018: 25) terdapat tiga indikator yang dapat membangun sebuah reputasi perusahaan sebagai tempat yang baik/layak dimata calon karyawan, yaitu:

1. Membangun Kepercayaan Stakeholder.
Membangun kepercayaan stakeholder bisa berdasarkan dari pelayanan serta produk yang diberikan suatu perusahaan. Reputasi perusahaan perlu dijaga agar calon karyawan percaya dan tertarik untuk melamar di perusahaan tersebut.
2. Meningkatkan Kinerja Perusahaan
Hubungan yang baik antara pimpinan dan karyawan akan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Seperti contoh, karyawan akan sangat senang apabila karyawan

diberdayakan dan turut serta dalam pengambilan keputusan suatu perusahaan, perasaan senang ini akan memotivasi karyawan untuk bekerja dengan baik.

3. Menimbulkan Perasaan Bangga

Seorang karyawan akan memiliki keterlibatan emosional yang tinggi terhadap perusahaan apabila perusahaan menghargainya. Perusahaan yang menghargai pegawainya akan menimbulkan rasa bangga akan pekerjaan mereka, produk perusahaan serta perusahaan tempat ia bekerja. Pengambilan keputusan suatu perusahaan, perasaan senang ini akan memotivasi karyawan untuk bekerja dengan baik.

Kompensasi

Menurut Wibowo (2016:271) “kompensasi adalah jumlah paket yang ditawarkan organisasi kepada pekerja sebagai imbalan atas penggunaan tenaga kerjanya”. Menurut Nawawi (2011:314) “kompensasi adalah penghargaan/ganjaran pada para pekerja yang telah memberikan kontribusi dalam mewujudkan tujuannya, melalui kegiatan yang disebut bekerja”. Menurut Handoko (2014:155) “kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima para karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Program-program kompensasi juga penting bagi perusahaan, karena mencerminkan upaya organisasi untuk mempertahankan sumber daya manusia”. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa kompensasi merupakan pemberian imbalan balas jasa yang diberikan perusahaan kepada karyawannya, imbalan tersebut dapat berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung.

Indikator Kompensasi

Menurut Simamora dalam (Cannaby 2018: 29), indikator untuk mengukur kompensasi karyawan diantaranya sebagai berikut:

1. Upah dan gaji
Upah adalah basis bayaran yang seringkali digunakan bagi para pekerja produksi dan pemeliharaan. Upah pada umumnya berhubungan dengan tarif gaji per jam dan biasanya berlaku untuk tarif bayaran tahunan, bulanan atau mingguan.
2. Insentif
Pengertian Insentif adalah tambahan kompensasi di atas atau di luar gaji atau upah yang diberikan oleh perusahaan.
3. Tunjangan
Pengertian Tunjangan adalah asuransi kesehatan dan jiwa, program pensiun, liburan yang ditanggung perusahaan, dan tunjangan lainnya yang berkaitan dengan hubungan kepegawaian.
4. Fasilitas
Pengertian Fasilitas adalah pada umumnya berhubungan dengan kenikmatan seperti mobil perusahaan, akses ke pesawat perusahaan, tempat parkir khusus dan kenikmatan atau perlakuan khusus yang diperoleh karyawan.

Minat Melamar Kerja

Minat menurut J.P. Chaplin dalam *Dictionary of Psychologi* yang dikutip oleh Saputro (2013) adalah “sebuah perasaan yang menilai suatu aktifitas, pekerjaan atau objek berharga atau berarti bagi dirinya”. Menurut Sandjaja dalam (Ikbal, 2011: 13) minat merupakan suatu kecenderungan yang menyebabkan seseorang berusaha untuk mencari ataupun mencoba aktivitas-aktivitas dalam bidang tertentu. Minat juga diartikan sebagai sikap positif terhadap aspek-aspek lingkungan. Menurut Bambang Endroyo dalam Saputro (2013:12) pengertian kerja mempunyai arti yang luas sekali yaitu:

Meliputi usaha, tugas ataupun perbuatan, yang dilakukan oleh seseorang untuk menghasilkan sesuatu. Ditinjau dari segi perseorangan, kerja berarti gerak dari badan dan fikiran guna mamelihara kebutuhan hidup badaniyah maupun rohaniah. Ditinjau dari segi-segi kemasyarakatan adalah melakukan pekerjaan untuk menghasilkan barang atau jasa guna mamenuhi kebutuhan masyarakat. Sedangkan ditinjau dari segi spiritual merupakan hak dan kewajiban manusia dalam memuliakan dan mengabdikan kepada Tuhan Yang Maha Esa.

Ada banyak hal yang menyebabkan seseorang berminat pada pekerjaan antara lain jenis pekerjaan, gaji yang didapat, karier dan status. Seseorang dapat mempunyai banyak alasan dalam memilih suatu pekerjaan, tetapi dapat juga karena alasan tertentu saja. Setiap orang memiliki alasan sendiri dalam menjelaskan alasan minat dalam suatu pekerjaan.

Menurut Barber dalam (Marwansyah. 2012: 111) menyatakan bahwa:

Minat melamar pekerjaan merupakan suatu proses ketertarikan memiliki pekerjaan yang diawali dari segala upaya pencarian informasi tentang lowongan pekerjaan, berdasarkan informasi-informasi yang didapat tersebut, calon karyawan kemudian menentukan pilihan dan mengambil suatu keputusan untuk menentukan perusahaan mana yang diinginkan.

Berdasarkan pengertian menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa minat melamar kerja adalah suatu ketertarikan bagi calon pelamar kerja dimulai dengan pencarian informasi mengenai lowongan pekerjaan pada perusahaan yang diminati tanpa ada yang menyuruh.

Indikator Minat Melamar Kerja

Barber dalam (Cannaby. 2018: 22), memaparkan beberapa indikator pada ketertarikan melamar pekerjaan, yaitu:

1. Kebutuhan akan pekerjaan

Calon pegawai tertarik melamar pekerjaan dikarenakan adanya suatu kebutuhan akan pekerjaan untuk menghasilkan pendapatan.

2. Pencarian informasi pekerjaan

Calon pegawai mencari informasi-informasi tentang lowongan pekerjaan yang disediakan oleh suatu perusahaan.

3. Menentukan pilihan pekerjaan

Calon pegawai mulai mempertimbangkan dan menentukan pilihan dari beberapa informasi lowongan pekerjaan yang ada sesuai dengan keinginannya.

4. Pembuatan keputusan

Calon pegawai membuat keputusan perusahaan mana yang akan dilamar berdasarkan minat dan bakat.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, akan tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Lebih lanjut Sugiyono (2018:36) mendefinisikan metode survey sebagai berikut:

Metode penelitian survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasi.

Alasan proses menggunakan metode ini karena didalam melakukan penelitian ini peneliti akan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu yang berhubungan dengan variabel yang diteliti melalui penyebaran kuisisioner ke beberapa responden sebagai sampel mengenai pendapat suatu obyek yang sedang diteliti

Menurut Sugiyono (2016:49) “populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Penentuan jenis populasi ini didasarkan atas alasan bahwa yang akan diuji adalah variabel yang mempengaruhi minat melamar pekerjaan. Populasi yang akan dijadikan objek dalam penelitian ini adalah pelamar PT.Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya sebanyak 2.260 orang dalam waktu 3 tahun terakhir yaitu tahun 2017 sampai dengan tahun 2019.

Menurut Sugiyono (2013:81) menyatakan bahwa :

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *probability sampling*, dimana menurut Sugiyono (2013 : 82) mendefinisikan *probability sampling* sebagai berikut :

Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *sampling area (cluster) sampling* (sampling menurut daerah).

Penggunaan sampel dalam penelitian di ambil secara *simple random sample*. Menurut Sugiyono (2013 : 82) *simple random sample* yaitu metode pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Sehingga setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk terpilih atau terambil untuk menjadi anggota sampel. Dengan demikian responden yang akan digunakan sebagai sampel sebanyak 96 orang responden.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Kerja pada PT.Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya

Berdasarkan hasil penelitian dengan teknik analisis koefisien korelasi diperoleh nilai r sebesar 0,390 itu artinya terdapat korelasi positif dan signifikan antara reputasi perusahaan dengan minat melamar kerja, dan memiliki tingkat hubungan yang rendah dengan tingkat pengaruh sebesar 15,23% sedangkan 84,77% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Hal tersebut sejalan dengan uji hipotesis yang hasilnya dapat diketahui bahwa t_{hitung} sebesar 4,1089 dan t_{tabel} sebesar 1,66123 yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,1089 > 1,66123$. Dari perhitungan tersebut dapat diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang artinya ada hubungan positif dari reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja di PT. Gojek Indonesia cabang Tasikmalaya diterima.

Kemudian untuk perhitungan regresi sederhana pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja dapat diketahui persamaan regresi sederhananya yaitu $Y = a + b_1X_1$ atau $Y = 17,5539 + 0,6139X_1$. Artinya apabila reputasi perusahaan (X) bernilai nol maka minat melamar kerja (Y) akan bernilai 17,5539. Apabila nilai reputasi perusahaan bertambah 1 maka nilai minat melamar kerja akan mengalami kenaikan sebesar 0,6139 atau reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja.

Hal tersebut sejalan dengan pendapat Sherli Fajrina (2012:8) yang menyatakan bahwa “reputasi perusahaan dapat menarik calon tenaga kerja potensial yang dibutuhkan oleh perusahaan”. Dengan demikian disimpulkan bahwa reputasi perusahaan secara positif dan signifikan mempengaruhi minat melamar kerja pada PT. Gojek Indonesia cabang Tasikmalaya. Reputasi perusahaan menjadi pertimbangan bagi para calon pelamar atau para pencari kerja dalam menentukan minat melamar kerja. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan yang baik akan mampu mempengaruhi seseorang atau calon pelamar untuk berminat melamar ke perusahaan tersebut. Menurut Permadi dan Netra (2015:260) mengemukakan bahwa “reputasi perusahaan adalah suatu pandangan/persepsi yang dihasilkan dari para stakeholder secara keseluruhan mengenai baik/buruknya kinerja suatu perusahaan yang dapat digunakan sebagai acuan untuk menarik minat pelamar kerja”. Sedangkan menurut Ratnasari (2013) “perusahaan yang tidak memiliki reputasi baik akan kesulitan didalam memperoleh tenaga kerja potensial yang tentunya diharapkan perusahaan”.

Pengaruh Kompensasi terhadap Minat Melamar Kerja pada PT. Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya

Berdasarkan hasil penelitian dengan teknik analisis koefisien korelasi diperoleh nilai r sebesar 0,424 itu artinya terdapat korelasi positif dan signifikan antara kompensasi dengan minat melamar kerja, dan memiliki tingkat hubungan yang sedang dengan tingkat pengaruh sebesar 17,99% sedangkan 82,01% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Hal tersebut sejalan dengan uji hipotesis yang hasilnya dapat diketahui bahwa t_{hitung} sebesar 4,541 dan t_{tabel} sebesar 1,66123 yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,541 > 1,66123$. Dari perhitungan tersebut dapat diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang artinya ada hubungan positif dari kompensasi terhadap minat melamar kerja. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh kompensasi terhadap minat melamar kerja di PT. Gojek Indonesia cabang Tasikmalaya diterima.

Kemudian untuk perhitungan regresi sederhana pengaruh kompensasi terhadap minat melamar kerja dapat diketahui persamaan regresi sederhananya yaitu $Y = a + b_2X_2$ atau $Y =$

$19,057 + 0,572X_2$. Artinya dari persamaan tersebut bahwa nilai a sebesar 19,057 tersebut konstan artinya apabila kompensasi bernilai nol maka minat melamar kerja akan bernilai 19,057. Apabila nilai kompensasi bertambah 1 maka nilai minat melamar kerja akan mengalami kenaikan sebesar 0,572 atau kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian Eko Diansyah (2017:102) yang menyatakan bahwa “ kompensasi yang ditawarkan perusahaan mampu menarik calon pelamar kerja”. Begitupun pendapat Eka Rahayu (2018: 3) bahwa “kompensasi yang ditawarkan perusahaan menjadi pertimbangan bagi calon karyawan”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kompensasi secara positif dan signifikan mempengaruhi minat melamar kerja pada PT. Gojek Indonesia cabang Tasikmalaya. Kompensasi menjadi pertimbangan bagi para calon pelamar atau para pencari kerja dalam menentukan minat melamar kerja. Hal ini menunjukkan bahwa kompensasi yang ditawarkan perusahaan akan mampu mempengaruhi seseorang atau calon pelamar untuk berminat melamar ke perusahaan tersebut. Martoyo dalam Permadi (2015:6) memaparkan bahwa “kompensasi adalah aspek penting yang berpengaruh untuk dapat menarik, memelihara serta mempertahankan calon tenaga kerja dan tenaga kerja potensial suatu perusahaan”. Sedangkan dalam penelitian Dharma dan Putra (2013) mengemukakan bahwa “kompensasi yang ditawarkan perusahaan akan berimbang pada semangat kerja, kinerja, turnover pegawai, serta motivasi kerja calon karyawan”.

Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi terhadap Minat Melamar Kerja pada PT.Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya

Berdasarkan hasil penelitian dengan teknik analisis korelasi berganda reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar kerja pada PT. Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya diperoleh nilai r sebesar 0,466. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang positif dan signifikan antara reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar kerja dengan tingkat hubungan yang sedang, dengan tingkat pengaruh sebesar 21,72% sedangkan 78,28% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Hal tersebut sejalan dengan uji hipotesis yang hasilnya dapat diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 12,915 dan F_{tabel} sebesar 3,09 yang menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $12,915 > 3,09$. Sehingga dapat dijelaskan bahwa: $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $12,915 > 3,09$ maka H_a diterima, jadi dalam penelitian ini, artinya terdapat pengaruh reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar kerja.

Untuk perhitungan regresi linear ganda pengaruh reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar kerja dapat diketahui persamaan regresi linear bergandanya yaitu $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ atau $Y = 13,17 - 0,360X_1 + 0,407X_2$. Artinya dari persamaan tersebut menggambarkan bahwa jika variabel reputasi perusahaan dan kompensasi bernilai konstan atau bernilai nol maka nilai dari variabel minat melamar kerja yaitu sebesar 13,17. Apabila nilai X_1 sebesar 0,360 menggambarkan bahwa reputasi perusahaan (X_1) bertambah 1 dan variabel lain bersifat konstan maka variabel minat melamar kerja (Y) akan bertambah sebesar 0,360. Sedangkan nilai dari kompensasi (X_2) sebesar 0,407 yang menggambarkan apabila kompensasi (X_2) bertambah 1 dan variabel lain bersifat konstan maka variabel minat melamar kerja (Y) akan bertambah 0,407. Dengan begitu artinya reputasi perusahaan dan kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja. Dengan demikian disimpulkan bahwa reputasi perusahaan dan kompensasi secara positif dan signifikan mempengaruhi minat melamar kerja pada PT. Gojek Indonesia cabang Tasikmalaya.

Menurut Nova Firsia (2011:309) “Reputasi merupakan indikator kinerja masa lalu dan prospek masa depan”. Permadi dan Netra (2015) mengatakan bahwa “Keinginan calon pelamar untuk bekerja dalam suatu perusahaan tergantung pada penilaian mereka terhadap perusahaan tersebut. Reputasi perusahaan, kompensasi dan lingkungan kerja perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap keinginan melamar pekerjaan”. Oleh sebab itu reputasi perusahaan dan kompensasi saling keterkaitan satu sama lain. Karena perusahaan yang mempunyai reputasi yang baik biasanya akan mempunyai tingkat kompensasi yang baik pula sehingga hal tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi calon karyawan yang akan melamar ke perusahaan tersebut.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif antara reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja pada PT. Gojek Indonesia cabang Tasikmalaya.
2. Terdapat pengaruh positif antara kompensasi terhadap minat melamar kerja pada PT. Gojek Indonesia cabang Tasikmalaya.

3. Terdapat pengaruh positif antara reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar kerja pada PT.Gojek Indonesia cabang Tasikmalaya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis menyampaikan saran sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan minat melamar kerja maka faktor reputasi perusahaan perlu menjadi perhatian karena sudah terbukti mempengaruhi minat melamar kerja. Oleh karena itu kepercayaan dari *stakeholder* perlu ditingkatkan sehingga calon
2. pelamar kerja memandang reputasi perusahaan tersebut sudah baik karena dianggap mampu mengambil hati masyarakat luas.
3. Yang harus di perhatikan dalam meningkatkan minat melamar kerja adalah kompensasi, yang perlu dilakukan oleh perusahaan adalah memberikan fasilitas perusahaan sesuai dengan risiko kerja karyawan. Dengan begitu karyawan akan merasa aman dan nyaman dalam melakukan pekerjaannya dengan penuh rasa tanggung jawab.
4. Untuk menarik banyak calon pelamar kerja potensial alangkah baiknya perusahaan meningkatkan maupun mempertahankan reputasi yang sudah baik serta menawarkan kompensasi yang sesuai dengan resiko pekerjaan secara bersamaan dengan memanfaatkan peluang atau potensi yang telah diutarakan pada poin satu dan dua.
5. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya dengan kajian yang lebih mendalam mengenai reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar kerja. Selain itu sebaiknya mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat melamar pekerjaan seperti faktor deskripsi pekerjaan, seleksi pengembangan karir, waktu bekerja yang ditawarkan, faktor lingkungan dan lain lain.

Daftar Pustaka

- Ardana, K., Mujiati, N.W. dan Mudiarta, I.W.U. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Cannaby, 2018. *Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kompensasi Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Freshgraduate ke Bank Syariah Dengan Lingkungan Keluarga Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi pada Mahasiswa Alumni Jurusan Perbankan

- Syariah S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Salatiga. Diakses pada <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/5120/1/Skripsi%20Bilawal%20Wildan%20I%20C%2021314015.pdf> (04 Desember 2019)
- Dharma, I.G.D.A.A dan Putra, M.S. 2013. *Pengaruh Kepemimpinan dan Kompensasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan dan Kinerja Karyawan pada PT United Indobali Denpasar*. Jurnal Manajemen, h:1-16.
- Desseler, Garry. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Doorley, J., Helio F. G., 2015, *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*, 3rd edition, Routledge Taylor & Francis Group, London
- Diansyah, Eko. 2017. *Pengaruh Kompensasi dan Waktu Bekerja yang ditawarkan oleh Perusahaan Terhadap Minat Melamar Kerja*. Tesis, UIN Walisongo <http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/7129> (Desember 2019)
- Effendi, Usman. 2014. *Asas Manajemen cetakan ke II*. Jakarta : Rajawali Pers
- Fajrina, Rani Sherly. 2012. *Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Komunikasi word-Of-Mouth Terhadap Pembuatan Keputusan Melamar Kerja*. Tesis pada Program Studi Komunikasi Pascasarjana Universitas Indonesia. diakses pada <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20304479-T30737Pengaruh%20reputasi.pdf> (31 Oktober 2019)
- Fridantara, Angga Swasdita. 2018. *Pengaruh Daya Tarik Perusahaan dan E-recruitment Terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan pada Calon Karyawan Generasi Y: Peran Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi*. Tesis pada Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi Program Studi Magister manajemen Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Diakses pada <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/11382> (04 Desember 2019)
- Handoko, T. Hani. 2011. *Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE
- Hanapi. 2019. *Pengaruh Knowledge Sharing dan Organizational Citizenship Behavior (OCB) Terhadap Kinerja Karyawan (Suatu Studi Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Banjar*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Unigal. Tidak Diterbitkan.
- _____ 2014. *Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE

- _____. 2014. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE
- Hasibuan, Malayu S.P. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- _____. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- _____. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hermanto, Muhammad. 2017. *Pengaruh Faktor Minat Kerja dan Keterampilan Terhadap Masa Tunggu Kerja Lulusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisni Islam UIN Sunan Ampel Surabaya*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Surabaya.
- Hoesada, Jan. 2013. *Taksonomi Ilmu Manajemen*. Yogyakarta : C.V Andi Offset
- Iqbal, Muhammad. 2011. *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Pendidikan PPAk: Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Diponegoro*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang. http://eprints.undip.ac.id/28074/1/MUHAMMAD_IQBAL_SKRIPSI%28r%29.pdf (31 Oktober 2019)
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Marwansyah. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Nawawi, Hadari. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis yang Kompetitif*. Yogyakarta: Gadjah Mada Universtas Press.
- Nova, Firsya. 2011. *CRISI Public Relations PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Obala, Tifani dan Novita. 2015. *Pengaruh Dimensi-Dimensi Pembentuk Merek Perusahaan Pemberi Kerja Terhadap Niat Melamar Pekerjaan dengan Reputasi Perusahaan sebagai Perubah Mrdias*. Jurnal Magister Manajemen Universitas Bunda Mulia. Vol.9.No.1
- Permadi, Komang Dede dan Ketut, I Gusti Salit. 2015. *Pengaruh Reputasi, Kompensasi, dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan oleh Mahasiswa Universitas Udayana*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.4, No.10, 2015: 322563286.
- Priansa, Donni Juni. 2014. *Perencanaan & Pengembangan SDM*. Bandung: Alfabeta.

- Rahayu, Tista Eka. 2018. *Pengaruh Reputasi Perusahaan, Kompensasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekejaa*. Skripsi pada Institut Agama Islam Negeri Tulungagung jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam. (e-repository.perpus.iaintulungagung.ac.id) (Januari 2020)
- Robbins dan Coulter. 2012. *Perilaku Organisasi, Konsep, Kontroversi, Aplikasi*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Ruky, Achmad S. 2014. *Menjadi Eksekutif Manajemen SDM Profesional*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Saputro, Andi Haji. 2013. *Kontribusi Minat Kerja dan Kemampuan Akademis Terhadap Kesiapan Memasuki Dunia Kerja Siswa Kelas XI SMKN 2 Pengasih Kompetensi Keahlian Teknik Gambar Bangunan Tahun Pelajaran 2012/2013*. Skripsi pada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta. Diakses pada <http://eprints.uny.ac.id/22791/1/Andi%20Haji%20saputro%2008505244013.pdf> (20 Desember 2019)
- Sedarmayanti. 2012. *Manajemen dan Komponen Lainnya, Bunga Rampai/Kumpulan Bahan Ceramah/Presentasi (di Forum Nasional, Pascasarjana, Orasi Ilmiah)*. Bandung : Refika Aditama.
- Sudarsono. H. 2012. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Edisi 4 cetakan pertama. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2016. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung Alfabeta.
- Sumardana, Octavianus et. all. 2014. *Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, dan Kompensasi yang di tawarkan perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan*. Jurnal Buletin Studi Ekonomi. Vol. 19. No. 2.

Sutrisno, Edy. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan ke-8. Jakarta: Prenada Media Grip.

Thoha, Miftah. 2010. *Kepemimpinan Dalam Manajemen*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Wibowo. 2016. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pres.

Widyawati, Diah Permata. 2017. *Pengaruh Kompensasi Finansial, Nilai-Nilai Sosial, dan Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Pemilihan Profesi Sebagai Tenaga Pendidik pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FE UNY Angkatan 2012*. Skripsi pada Universitas Negeri Yogyakarta. Diakses pada <http://eprints.uny.ac.id/47138/1/3.%20Skripsi%20Full.pdf> (18 Desember 2019)

Wijayanti, Irene Diana. 2010. *Manajemen*. Yogyakarta: Mitra Cendikia Press.