

ABSTRAK

Indonesia tercatat sebagai negara dengan nilai transaksi ekonomi digital tertinggi di Asia Tenggara dan diproyeksikan akan terus meningkat setiap tahun. Namun, perkembangan tersebut tidak sejalan dengan kebutuhan tenaga kerja untuk terus meningkatkan ekonomi digital Indonesia. Selain itu, berdasarkan observasi yang dilakukan di Telyu Employability Fair Vol.3 yang akan menyumbang tenaga kerja melalui mahasiswa tingkat akhir dengan total 489 mahasiswa, hanya 6% mahasiswa yang berminat bekerja di perusahaan startup dan dari 2105 alumni Universitas Telkom hanya 2% yang bekerja di perusahaan startup.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh employer attractiveness terhadap intensi melamar kerja di perusahaan startup dan reputasi perusahaan terhadap intensi melamar kerja di perusahaan startup. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengetahui minat mahasiswa tingkat akhir Universitas Telkom di perusahaan startup. Aspek-aspek yang diteliti adalah meliputi daya tarik perusahaan satatup, minat terhadap perusahaan startup, dan reputasi perusahaan startup.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan jenis *probability sampling* dengan teknik *stratified random sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada 251 responden sebagai sampel dari jumlah populasi mahasiswa tingkat akhir Universitas Telkom sebanyak 7622. Dalam kuesioner ini terdapat 60 butir pernyataan. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan Smart PLS 4. Dalam menjelaskan hasil penelitian, teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis *Partial Least Squares Structural Equation Model* (PLS SEM).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *employer attractiveness* dan reputasi perusahaan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi melamar kerja. Variabel *employer attractiveness* memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan variabel reputasi perusahaan. *Employer attractiveness* memiliki hubungan yang linear dan heterogen terhadap intensi melamar kerja. Adapun reputasi perusahaan memiliki hubungan yang linear dan heterogen, namun memiliki masalah endogenitas.

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan kepada perusahaan startup adalah agar terus meningkatkan daya tarik perusahaannya sesuai dengan preferensi mahasiswa sebagai generasi Z. Diharapkan hal tersebut dapat menarik kandidat yang berkualitas dari perguruan tinggi yang terbaik di Indonesia untuk dapat bergabung dengan perusahaan.

Kata Kunci: *employer attractiveness*, reputasi perusahaan, intensi melamar kerja, generasi z, startup