

BAB V

PENUTUP

Kesimpulan yang ditarik dari penelitian ini akan disampaikan pada bab ini. Implikasi manajerial demi memberi masukan bagi peneliti ataupun pada pihak organisasi juga tersaji dalam bab ini. Selanjutnya, penjelasan terkait keterbatasan dalam penelitian serta saran untuk penulis berikutnya juga akan disajikan dalam bab ini.

A. Kesimpulan

Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan berpengaruh positif terhadap Daya Tarik Organisasi
2. Lingkungan Kerja yang Dirasakan berpengaruh positif terhadap Daya Tarik organisasi
3. Nilai Individu berpengaruh positif terhadap Daya Tarik Organisasi
4. Reputasi Organisasi berpengaruh positif terhadap Daya Tarik Organisasi

B. Implikasi Manajerial

Ditarik dari hasil penelitian, maka implikasi manajerial yang sekiranya dapat membantu pembaca, adalah sebagai berikut:

Penelitian ini memberikan kontribusi bahwa ketertarikan organisasi dalam upaya untuk mendapatkan perhatian para pencari kerja kaum milenial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan

memberikan pengaruh pada peningkatan daya tarik organisasi. Melalui teori *impression management theory*, manajer perlu memperluas hubungan antar karyawan, menginspirasi para pemegang kuasa di perusahaan, serta membentuk komunitas yang dapat membangun reputasi dan citra perusahaan, sehingga pada akhirnya setiap individu dalam perusahaan akan melakukan yang terbaik dalam upaya meningkatkan daya Tarik perusahaan. Jika melihat pada item “Saya mencari organisasi yang menunjukkan rasa hormat terhadap lingkungan” memiliki nilai yang tinggi maka perusahaan diharapkan tetap memperhatikan nilai-nilai etika terhadap tanggung jawab sosial perusahaan yang memiliki nilai perhatian pada lingkungan.

Kedua, secara teori lingkungan kerja mampu memberikan pengaruh terhadap kinerja pada karyawan. Lingkungan kerja yang baik dan kondusif akan memberikan kenyamanan setiap individu dalam perusahaan dalam menjalani pekerjaannya. Di sisi lain, lingkungan kerja yang tercipta sesuai dengan harapan karyawannya akan memberikan kebebasan dan kemudahan karyawan dalam melakukan pergerakan dalam menyokong pekerjaan serta dapat mendukung karyawan dalam bekerja secara optimal. Jika dilihat pada item "Saya mencari organisasi yang bebas dari tingkat kebisingan yang tidak terkontrol" memiliki nilai yang rendah sehingga merupakan hal yang sebaiknya terus diawasi oleh perusahaan agar terciptanya rasa nyaman dalam bekerja. Namun jika lingkungan kerja tidak kondusif bagi para karyawan, maka kinerja karyawan dapat menurun dikarenakan hal tersebut.

Ketiga, pondasi perusahaan yang kuat mampu menciptakan budaya yang baik dalam sebuah perusahaan, akan tetapi pada kenyataannya masih terdapat banyak perusahaan yang mengalami kesulitan untuk mensosialisasikan nilai-nilai perusahaan kepada karyawannya. Selain itu, terdapat kurangnya motivasi pada karyawan dalam menjalankan nilai-nilai yang diterapkan dalam perusahaan mana kala karyawan tersebut mengetahui nilai-nilai perusahaan dimana mereka bekerja, padahal kuatnya budaya perusahaan dapat membuat nilai-nilai perusahaan menjadi hidup dan mendominasi nilai setiap individu di dalam perusahaan. Dapat dilihat melalui item “Saya mencari tempat kerja dimana setiap orang diperlakukan secara adil” merupakan item yang memiliki nilai tinggi sehingga perusahaan tetap mempraktikkan nilai etika untuk dapat mempertahankan para karyawan maupun calon karyawan yang kemudian akan menjadi bagian perusahaan dan bekerja untuk perusahaan tersebut.

Keempat, reputasi organisasi merupakan salah satu alasan perusahaan untuk dapat mendapat citra baik di kalangan masyarakat. Reputasi juga menjadi salah satu aspek yang sangat penting dalam dunia usaha dipandang dari baik dan buruknya perusahaan tersebut. Reputasi sebuah perusahaan adalah sesuatu yang rumit, namun hal tersebut akan menjadi sangat berharga dalam perusahaan jika dapat dikelola dengan baik. Pandangan masyarakat tentang reputasi menjadi isu penting dalam manajemen reputasi. Perusahaan dengan hal ini mengupayakan reputasi yang baik agar dapat menjadi wadah unggul bagi karyawan yang akan

bekerja. Jika dilihat melalui item “Saya mencari organisasi yang dapat dipercaya” memiliki nilai tinggi sehingga menjadi tolak ukur perusahaan akan pentingnya menjaga kepercayaannya tidak hanya di kalangan para pemegang saham maupun investor, tetapi juga pada kalangan calon pencari kerja yang akan melamar pada perusahaan.

Kelima, daya tarik organisasi menjadi hal paling utama sehingga dengan mudah menarik minat para pencari kerja. Pihak manajemen perusahaan memegang teguh prinsip visi dan misi perusahaan, tidak hanya untuk menghasilkan laba semata namun memikirkan kesejahteraan karyawan dan para calon karyawan khususnya pencari kerja kaum milenial. Jika dilihat dari item “Saya mencari organisasi yang menghargai dan membuat saya menggunakan kreativitas saya” memiliki nilai yang tinggi sehingga mengharuskan organisasi agar dapat mengedepankan rasa menghargai setiap individu para pencari kerja khususnya generasi kaum milenial. Organisasi diharapkan dapat memunculkan komitmen karyawan dalam bekerja untuk dapat tumbuh dan berkembang bersama dalam megembangkan perusahaan.

C. Keterbatasan Penelitian

Terdapat batas penelitian dalam penelitian ini. Pertama, sampel penelitian hanya dikhususkan bagi mahasiswa FBE UAJY yang sedang menjalankan atau sedang dalam proses menyelesaikan studi pada semester akhir. Keterbatasan berikutnya adalah penelitian ini berfokus hanya untuk meneliti mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika saja. Hal ini menjadi terbatas karena bersumber pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika, sehingga tidak memiliki pendapat yang begitu luas dari seluruh mahasiswa-mahasiswi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

D. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasar pada keterbatasan penelitian adalah mencoba meneliti dan mengumpulkan pendapat dari seluruh mahasiswa Universitas Atma Jaya atau dengan Fakultas yang berbeda tidak hanya Fakultas Bisnis dan Ekonomika saja.

Kedua, disarankan bagi peneliti berikutnya untuk dapat memakai bentuk instrumen lainnya serta teknik pengambilan data yang lain, sebagai contoh wawancara ataupun secara publikasi dokumentasi sehingga diharapkan dapat memberikan hasil yang terhindar dari adanya bias. Hal tersebut juga dapat menghasilkan perolehan data yang lebih sesuai, jelas, dan mampu menyampaikan kondisi yang terjadi di lapangan dengan sebenar-benarnya.

Berikutnya, penelitian yang akan dilakukan setelahnya mampu menambahkan sumber data ataupun instrumen lain yang ditujukan untuk membantu melengkapi perolehan data seperti bisa juga meneliti mahasiswa-mahasiswi tingkat atau semester akhir Universitas selain Universitas Atma Jaya Yogyakarta agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih luas.



DAFTAR PUSTAKA

- Ban, D. T. K., & Kee, D. M. H. (2018). How does Work Engagement Affect Psychosocial Safety Climate and Burnout? The Case of the Malaysian Research Universities. *Asia Proceedings of Social Sciences*, 2(4), 60-64.
- Buzza, J. S. (2017). Are You Living to Work or Working to Live? What Millennials Want in the Workplace. *Journal of Human Resources*, 5(2), 15-20.
- Calk, R., & Patrick, A. (2017). Millennials through the looking glass: Workplace motivating factors. *The Journal of Business Inquiry*, 16(2), 131-139.
- Caraher, L. (2015). Millennials and management. The essential guide to making it work at work. Brookline: Bibliomotion.
- Catano, V. M., & Morrow Hines, H. (2016). The influence of corporate social responsibility, psychologically healthy workplaces, and individual values in attracting millennial job applicants. *Canadian Journal of Behavioural Science/Revue canadienne des sciences du comportement*, 48(2), 142.
- Cho, J. (2015). Employer Branding through CEO's Message: Individual valueestigation of CEO's Social Media Use's Effects on Organizational Images and Job Pursuit Intentions among Millennials. *홍보학연구*, 19(2), 74- 95.
- Chapola, J. (2016). An empirical analysis of job seekers' perception of corporate social performance as a measure of organisational attractiveness (Doctoral dissertation).
- Derous, E., & Wille, L. (2017). Organizational attraction. In *The SAGE encyclopedia of industrial and organizational psychology* (Vol. 3, pp. 1060-1064).
- Everett, A. (2011). Benefits and Challenges of Fun in the Workplace. *Library Leadership & Management*, 25(1).
- Gully, S. M., Phillips, J. M., Castellano, W. G., Han, K., & Kim, A. (2013). A mediated moderation model of recruiting socially and environmentally responsible job applicants. *Personnel Psychology*, 66(4), 935-973.
- Hendriks, M. (2016). Organizational reputation, organizational attractiveness and employer branding: clarifying the concepts(Master's thesis, University of Twente).
- Hira, F. A., Singh, H., Alam, M. M., & Ishtiak, A. (2021). A Conceptual Framework for Organizational Attractiveness among Malaysian Millennial

Jobseekers Aimed at the Aftermath of COVID-19. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 10(1), 20-33. DOI: 10.6007/IJAREMS/v10-i1/8871

Hussain, N., Rigoni, U., & Orij, R. P. (2018). Corporate governance and sustainability performance: Analysis of triple bottom line performance. *Journal of Business Ethics*, 149(2), 411-432.

<https://sc.syekhnurjati.ac.id/esscamp/risetmhs/BAB21410160019.pdf>

<https://binus.ac.id/malang/public-relations/2021/03/29/apa-itu-reputasi/>

Ibrahim, D. H. M., & Mahyuddin, M. Z. (2017). Youth Unemployment in Malaysia: Developments and Policy Considerations. *Outlook and Policy, Annual Report*.

Ismail, N. H., & Seng, L. C. (2016). The bold initiatives of the Ministry of Higher Education Malaysia in preparing Millennial learners to enter the workforce. *International Journal of Advanced Engineering and Management Research*, 1(3), 241-255.

Jehn, K. A., & Scott, E. D. (2015). Lies in the sky: Effects of employee dishonesty on organizational reputation in the airline industry. *Business and Society Review*, 120(1), 115-136

Jones, D. A., Willness, C. R., & Madey, S. (2014). Why are job seekers attracted by corporate social performance? Experimental and field tests of three signal-based mechanisms. *Academy of Management Journal*, 57(2), 383-404.

Jones, D. A., Willness, C. R., & Heller, K. W. (2016). Illuminating the signals job seekers receive from an employer's community individual value involvement and environmental

Moore, K., & Khan, M. H. (2020). Signalling organizational commitment to employability through

Morissan (2012: 19), Populasi ialah sebagai suatu kumpulan subjek, variabel, konsep, atau fenomena. Kita dapat meneliti setiap anggota populasi untuk mengetahui sifat populasi yang bersangkutan.

job advertisements: the communication of HRD practices to young inexperienced job

seekers. *Human Resource Development International*, 23(1), 25-45.

Martin, T. N., & Ottemann, R. (2016). Generational workforce demographic

trends and total organizational rewards which might attract and retain different generational employees.

Journal of Behavioral and Applied Management, 16(2), 1160.

Parks-Leduc, L., Feldman, G., & Bardi, A. (2015). Personality traits and personal values: A meta-

analysis. *Personality and Social Psychology Review*, 19(1), 3-29.

Ramli, S. F., Firdaus, M., Uzair, H., Khairi, M., & Zharif, A. (2018). Prediction of the unemployment

rate in malaysia. *International Journal*, 1(4), 38- 44.

Rudolph, C. W., & Zacher, H. (2020). COVID-19 and careers: On the futility of generational

explanations. *Journal of Vocational Behavior*,

103433.doi:10.1016/j.jvb.2020.103433 Shehzad, K., Xiaoxing, L., & Kazouz, H. (2020). COVID-19's disasters are perilous than Global

Financial Crisis: A rumor or fact?. *Finance Research Letters*, 36, 101669.

Slade, C. P., Ribando, S. J., & Fortner, C. K. (2016). Faculty research following merger: a job stress

and social identity theory perspective. *Scientometrics*, 107(1), 71- 89

Story, J., Castanheira, F., & Hartig, S. (2016). Corporate social responsibility and organizational attractiveness: implications for talent management. *Social Responsibility Journal*, 12(3),484-505.

Su, W., Peng, M. W., Tan, W., & Cheung, Y. L. (2016). The signaling effect of corporate social

responsibility in emerging economies.*Journal of business Ethics*, 134(3), 479-491.

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979).An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Monterey, CA:

Brooks/Cole.

Taylor, P. (2016). *The next America: Boomers, millennials, and the looming generational showdown*. Hachette UK.