



Analisis Komparatif Rekrutmen Berbasis *Artificial Intelligence* (AI) Dan Rekrutmen Berbasis Konvensional Terhadap Daya Tarik PT Unilever Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Padang

Rheina Afpriani¹ Okki Trinanda²

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

Correspondence E-mail: rheinaafpriani044@gmail.com

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan daya tarik PT Unilever antara penggunaan rekrutmen berbasis *Artificial Intelligence* (AI) dan rekrutmen konvensional serta menguji pengaruh masing-masing metode rekrutmen terhadap daya tarik organisasi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain komparatif dan kausal. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang. Data dikumpulkan dari 284 responden yang terdiri dari 142 responden pada kelompok rekrutmen berbasis *Artificial Intelligence* (AI) dan 142 responden pada kelompok rekrutmen berbasis konvensional melalui penyebaran kuesioner. Data dianalisis menggunakan Independent Sample t-test dan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rekrutmen berbasis AI dan rekrutmen konvensional berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik PT Unilever. Selain itu, terdapat perbedaan yang signifikan antara kedua metode rekrutmen tersebut, dimana kelompok rekrutmen AI memiliki rata-rata daya tarik yang lebih tinggi. Namun, rekrutmen konvensional memiliki pengaruh yang lebih kuat dalam menjelaskan daya tarik PT Unilever dibandingkan rekrutmen AI. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua metode rekrutmen mampu meningkatkan daya tarik organisasi, meskipun kualitas interaksi dalam rekrutmen konvensional tetap menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi calon pelamar.

Article Information

Riwayat Artikel:

Didaftarkan 5 Juni 2026

Direvisi 9 Juni 2026

Diterima 10 Juni 2026

Tersedia Online 11 Juni 2026

Publikasi 11 Juni 2026

Keyword:

Artificial Intelligence, Rekrutmen Berbasis AI, Rekrutmen Konvensional, Daya Tarik Organisasi, PT Unilever.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah berbagai praktik manajemen sumber daya manusia saat ini, termasuk dalam proses rekrutmen dan seleksi tenaga kerja. Salah satu inovasi yang semakin banyak diadopsi oleh organisasi adalah penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) untuk mendukung penyaringan, penilaian, serta pemilihan kandidat secara lebih efektif. Pemanfaat teknologi yang terus meningkat seiring kebutuhan perusahaan untuk memperoleh talenta berkualitas dalam waktu yang lebih cepat dan efisien. Laporan LinkedIn Talent Trends (2024) menunjukkan bahwa lebih dari 76% profesional Human Resource telah memanfaatkan penggunaan AI dalam proses akuisisi talenta. Selain itu, World Economic Forum (2025) memprediksikan bahwa transformasi digital akan terus mendorong perubahan pada praktik pengelolaan sumber daya manusia, khususnya dalam aktivitas rekrutmen dan seleksi.

Penerapan teknologi dalam rekrutmen itu tidak hanya bertujuan meningkatkan efisiensi proses seleksi, tetapi juga berpotensi mempengaruhi persepsi dari calon pelamar terhadap organisasi. Metode rekrutmen yang digunakan perusahaan dapat menjadi sumber informasi bagi kandidat dalam menilai karakteristik, budaya, dan kualitas dari organisasi sehingga berkontribusi terhadap pembentukan daya tarik organisasi (*Organizational attractiveness*) (Campion et al., 2024). Dalam praktiknya, perusahaan multinasional termasuk PT Unilever Indonesia, telah memanfaatkan berbagai instrumen rekrutmen digital seperti *online assessment*, *gamified assessment*, dan *video interview analytics*. Di sisi lain, rekrutmen konvensional masih banyak dipertahankan oleh organisasi karena memungkinkan interaksi langsung antara kandidat dan perekrut selama proses seleksi.

Perbedaan karakteristik kedua metode tersebut berpotensi menghasilkan persepsi yang berbeda terhadap organisasi. Rekrutmen berbasis *Artificial intelligence* (AI) menawarkan keunggulan yang unggul berupa kecepatan proses, konsistensi evaluasi, dan kemampuan mengelola data pelamar dalam jumlah besar (Tursunbayeva et al., 2025). Namun, sebagian kandidat masih menyampaikan kekhawatiran mereka terkait transparansi algoritma, keamanan data pribadi, dan berkurangnya keterlibatan manusia dalam proses seleksi (Horodyski, 2023). Sebaliknya, rekrutmen konvensional memungkinkan terjadinya komunikasi yang lebih personal sehingga dapat menciptakan pengalaman yang lebih berbeda bagi pelamar. Kondisi ini menunjukkan bahwa metode rekrutmen dapat menjadi faktor yang memengaruhi tingkat daya tarik organisasi.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui *Signaling Theory* yang menyatakan bahwa individu memanfaatkan informasi yang tersedia sebagai sinyal untuk mengurangi ketidakpastian dalam proses pengambilan keputusan (Connelly et al., 2021). Dalam konteks rekrutmen, metode seleksi yang diterapkan organisasi dapat menjadi indikator mengenai karakter perusahaan. Penggunaan AI dapat mencerminkan organisasi yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi, sedangkan rekrutmen konvensional dapat memberikan kesan adanya penekanan pada interaksi interpersonal dan pendekatan yang lebih humanis. Sinyal yang diterima kandidat tersebut akan memengaruhi penilaian mereka terhadap daya tarik organisasi.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten mengenai pengaruh metode rekrutmen terhadap daya tarik organisasi. Horodyski (2023) menemukan bahwa penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) dalam rekrutmen meningkatkan persepsi efisiensi dan profesionalisme organisasi, tetapi tidak secara signifikan meningkatkan persepsi kandidat. Sementara itu, Ligeiro et al. (2024) melaporkan bahwa rekrutmen digital memberikan kontribusi positif terhadap daya tarik perusahaan dengan meningkatkan persepsi inovasi dan modernitas. Berlawanan dengan temuan ini, Babae & Shank (2025) menunjukkan

bahwa pengalaman kandidat selama proses rekrutmen memiliki pengaruh yang lebih besar

terhadap daya tarik organisasi daripada teknologi yang digunakan. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara metode rekrutmen dan daya tarik organisasi memerlukan pengujian lebih lanjut.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan daya tarik PT Unilever antara penggunaan rekrutmen berbasis *Artificial Intelligence* (AI) dan rekrutmen konvensional, serta menguji pengaruh masing-masing metode rekrutmen terhadap daya tarik organisasi di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas penerapan *Signaling Theory* dalam konteks rekrutmen digital sekaligus memberikan bukti empiris mengenai efektivitas metode rekrutmen dalam membentuk persepsi calon pelamar terhadap daya tarik organisasi.

1. LANDASAN TEORI

1.1 *Signaling Theory*

Penelitian ini didasarkan pada *Signaling Theory* sebagai kerangka teoritis utama untuk menjelaskan bagaimana individu membentuk persepsi dan membuat keputusan berdasarkan informasi yang tersedia. Connelly et al. (2021) menjelaskan bahwa Teori Pensinyalan berasal dari adanya asimetri informasi, di mana satu pihak memiliki lebih banyak informasi daripada pihak lain. Dalam situasi seperti itu, individu cenderung menggunakan berbagai informasi yang dapat diamati sebagai sinyal untuk mengurangi peringatan sebelum membuat keputusan. Dalam konteks rekrutmen, calon pelamar umumnya tidak memiliki akses ke semua informasi mengenai kondisi internal suatu organisasi. Oleh karena itu, mereka bergantung pada berbagai informasi yang diperoleh selama proses rekrutmen untuk menilai karakteristik dan kualitas perusahaan. Informasi ini kemudian diinterpretasikan sebagai sinyal yang membantu kandidat membentuk persepsi tentang organisasi dan menentukan minat mereka untuk melamar atau bergabung dengan perusahaan (Connelly et al., 2021).

Dari perspektif Teori Pensinyalan, metode rekrutmen perusahaan dapat menjadi sumber informasi bagi calon pelamar dalam menilai karakteristik organisasi. Penerapan *Artificial Intelligence* (AI) dalam proses rekrutmen dapat menyampaikan kesan bahwa perusahaan sangat fokus pada inovasi, kemajuan teknologi, dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Sebaliknya, penggunaan metode rekrutmen konvensional dapat mencerminkan pentingnya interaksi langsung, komunikasi interpersonal, dan pendekatan yang lebih berpusat pada manusia. Berdasarkan Teori Pensinyalan, berbagai sinyal yang diterima oleh kandidat selama proses rekrutmen akan digunakan sebagai dasar untuk membentuk persepsi dan penilaian daya tarik organisasi (*organizational attractionness*) (Connelly et al., 2021).

1.2 Rekrutmen Berbasis *Artificial Intelligence* (AI)

Artificial Intelligence (AI) adalah teknologi yang memungkinkan sistem komputer untuk melakukan berbagai fungsi yang biasanya membutuhkan kecerdasan manusia, termasuk analisis informasi dan pengambilan keputusan. Dalam konteks manajemen sumber daya manusia, AI semakin banyak digunakan untuk mendukung proses rekrutmen dan seleksi karena dapat mempercepat identifikasi kandidat yang memenuhi kebutuhan organisasi. Menurut (Tursunbayeva et al. (2025), penggunaan AI memungkinkan otomatisasi proses penyaringan pelamar, sehingga meningkatkan efisiensi dan efektivitas seleksi.

Rekrutmen berbasis *Artificial Intelligence* (AI) menawarkan berbagai keuntungan, seperti peningkatan kecepatan seleksi, konsistensi evaluasi, dan kemampuan untuk memproses

sejumlah besar data pelamar. Selain meningkatkan efisiensi, penggunaan AI juga dianggap mampu mengurangi potensi subjektivitas yang sering muncul dalam proses seleksi konvensional (Campion et al., 2024). Namun, implementasi teknologi ini masih menimbulkan beberapa kekhawatiran terkait transparansi algoritma, keamanan data pribadi, dan pengurangan interaksi manusia selama proses rekrutmen. Selain aspek efisiensi, penerapan AI dalam rekrutmen juga memungkinkan perusahaan membangun proses seleksi yang lebih terstandarisasi. Standarisasi tersebut dapat membantu organisasi menjaga konsistensi penilaian kandidat sehingga proses pengambilan keputusan menjadi lebih sistematis dan terukur.

H1 : Rekrutmen berbasis *Artificial Intelligence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik organisasi.

1.3 Rekrutmen Berbasis Konvensional

Rekrutmen konvensional merujuk pada proses perekrutan yang melibatkan interaksi langsung antara kandidat dan organisasi melalui wawancara, observasi, dan evaluasi dokumen pelamar. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam tentang karakteristik kandidat sekaligus memberikan kesempatan kepada pelamar untuk mengenal organisasi dengan lebih baik (Dessler, 2020).

Dalam perspektif *Signaling Theory*, interaksi antara kandidat dan organisasi selama proses rekrutmen konvensional berfungsi sebagai sinyal mengenai budaya kerja, kualitas komunikasi, dan perhatian perusahaan terhadap calon karyawan. Pengalaman positif yang diperoleh pelamar selama proses tersebut dapat membentuk persepsi yang lebih baik terhadap organisasi, sehingga berkontribusi pada peningkatan daya tarik organisasi melalui hubungan interpersonal yang terjalin selama seleksi. Interaksi langsung yang terjadi selama proses rekrutmen juga memberikan kesempatan bagi kandidat untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai organisasi. Kondisi ini dapat meningkatkan rasa percaya kandidat terhadap perusahaan karena adanya komunikasi dua arah yang lebih terbuka.

H2: Rekrutmen konvensional berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik organisasi.

1.4 Daya Tarik organisasi (*Organizational Attractiveness*)

Daya tarik organisasi (*Organizational Attractiveness*) merupakan persepsi individu mengenai tingkat keinginan untuk bekerja pada suatu organisasi. Konsep ini menunjukkan sejauh mana organisasi dipandang sebagai tempat kerja yang menarik bagi calon pelamar. Menurut Babae & Shank (2025), daya tarik organisasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk reputasi perusahaan, kondisi lingkungan kerja, kesempatan pengembangan karier, kompensasi, serta pengalaman yang diperoleh kandidat selama proses rekrutmen.

Dalam konteks rekrutmen, pengalaman kandidat menjadi salah satu determinan penting dalam pembentukan daya tarik organisasi. Proses seleksi yang profesional, transparan, dan memberikan pengalaman positif cenderung meningkatkan penilaian kandidat terhadap perusahaan.

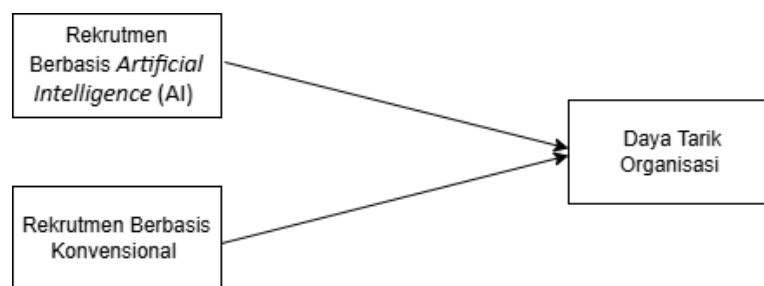
1.5 Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengaruh metode rekrutmen terhadap daya tarik organisasi masih menghasilkan temuan yang beragam. Horodyski (2023) melaporkan bahwa penggunaan *Artificial Intelligence* dalam proses rekrutmen mampu meningkatkan persepsi kandidat terhadap efisiensi dan profesionalisme organisasi, meskipun masih terdapat kekhawatiran mengenai transparansi serta keadilan sistem seleksi. Selanjutnya,

Ligeiro et al. (2024) menemukan bahwa digitalisasi rekrutmen memberikan kontribusi positif terhadap employer attractiveness melalui peningkatan persepsi inovasi dan modernitas perusahaan. Namun, (Babae & Shank, 2025) menunjukkan bahwa pengalaman yang diperoleh kandidat selama proses rekrutmen memiliki peran yang lebih dominan dalam membentuk daya tarik organisasi dibandingkan teknologi yang digunakan. Perbedaan temuan tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antara metode rekrutmen dan daya tarik organisasi masih memerlukan kajian lebih lanjut.

Berdasarkan *Signaling Theory* dan hasil penelitian terdahulu, metode rekrutmen yang digunakan organisasi berpotensi membentuk persepsi yang berbeda terhadap daya tarik organisasi. Oleh karena itu, penelitian ini menguji perbedaan daya tarik PT Unilever antara rekrutmen berbasis *Artificial Intelligence* dan rekrutmen konvensional pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

H3: Terdapat perbedaan yang signifikan pada daya tarik PT Unilever antara penggunaan rekrutmen berbasis *Artificial Intelligence* dan rekrutmen konvensional.



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Gambar 1 menyajikan model konseptual penelitian yang menggambarkan hubungan antara rekrutmen berbasis *Artificial Intelligence*, rekrutmen konvensional, dan daya tarik organisasi. Mengacu pada *Signaling Theory*, metode rekrutmen berfungsi sebagai sinyal yang memengaruhi persepsi kandidat terhadap organisasi.

2. METODE

Penelitian ini mengadopsi desain vignette experiment yang dikembangkan oleh (Babae & Shank (2025)). Responden dibagi ke dalam dua kelompok yang menerima skenario rekrutmen yang berbeda. Kelompok pertama memperoleh skenario rekrutmen berbasis *Artificial Intelligence*, sedangkan kelompok kedua memperoleh skenario rekrutmen konvensional yang melibatkan perekrut atau manajer sumber daya manusia. Setelah membaca skenario yang diberikan, responden diminta memberikan penilaian terhadap daya tarik organisasi berdasarkan instrumen penelitian yang telah disiapkan.

Populasi penelitian terdiri atas seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang yang berjumlah 975 mahasiswa. Mahasiswa dipilih sebagai responden karena merepresentasikan calon tenaga kerja potensial yang akan menghadapi berbagai metode rekrutmen dalam memasuki dunia kerja. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh 284 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *proportional sampling* untuk memastikan keterwakilan setiap program studi sesuai dengan proporsi populasinya (Sugiyono, 2020).

Data penelitian meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form, sedangkan data sekunder berasal dari jurnal ilmiah, buku referensi, serta berbagai publikasi yang relevan dengan topik

penelitian. Pengumpulan data dilakukan setelah instrumen penelitian dinyatakan layak digunakan melalui tahap uji coba instrumen.

Penelitian ini mengadopsi desain *vignette experiment* yang dikembangkan oleh Babae & Shank (2025). Responden dibagi ke dalam dua kelompok yang menerima skenario rekrutmen yang berbeda. Kelompok pertama memperoleh skenario rekrutmen berbasis *Artificial Intelligence*, sedangkan kelompok kedua memperoleh skenario rekrutmen konvensional yang melibatkan perekrut atau manajer sumber daya manusia. Setelah membaca skenario yang diberikan, responden diminta memberikan penilaian terhadap daya tarik organisasi berdasarkan instrumen penelitian yang telah disiapkan.

Instrumen penelitian diadaptasi dari Babae & Shank (2025) dan diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Sebelum digunakan pada penelitian utama, instrumen terlebih dahulu diuji melalui *pilot test* pada responden yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi penelitian. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan kriteria nilai r hitung lebih besar daripada r tabel pada taraf signifikansi 5%, sedangkan reliabilitas instrumen dievaluasi menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan nilai minimum 0,70 (Hair et al., 2022).

Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan *Independent Sample t-test* untuk mengidentifikasi perbedaan daya tarik organisasi antara kelompok rekrutmen berbasis AI dan kelompok rekrutmen konvensional. Selain itu, regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing metode rekrutmen terhadap daya tarik organisasi.

Tabel 1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Alternatif	Skala	Sumber
Daya Tarik Organisasi	Tingkat ketertarikan individu terhadap organisasi sebagai tempat bekerja	1. Ketertarikan terhadap organisasi 2. Minat bekerja 3. Persepsi positif terhadap perusahaan	Sangat Tidak Setuju (STS) = 1; Tidak Setuju (TS) = 2; Kurang Setuju (KS) = 3; Setuju (S) = 4; (Sangat Setuju (SS) = 5	Likert	(Babae & Shank, 2025)
Persepsi Rekrutmen Berbasis AI	persepsi individu terhadap penggunaan AI dalam proses rekrutmen organisasi	1. Efisiensi proses seleksi 2. Objektivitas penilaian 3. Inovasi teknologi	Sangat Tidak Setuju (STS) = 1; Tidak Setuju (TS) = 2; Kurang Setuju (KS) = 3; Setuju (S) = 4; (Sangat Setuju (SS) = 5	Likert	(Babae & Shank, 2025)
Persepsi Rekrutmen berbasis Konvensional	persepsi individu terhadap proses rekrutmen yang melibatkan interaksi manusia langsung	1. Interaksi langsung 2. Kejelasan informasi 3. Pengalaman kandidat	Sangat Tidak Setuju (STS) = 1; Tidak Setuju (TS) = 2; Kurang Setuju (KS) = 3; Setuju (S) = 4; (Sangat Setuju (SS) = 5	Likert	(Babae & Shank, 2025)

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics. Tahap awal dilakukan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi data penelitian melalui nilai rata-rata, persentase, dan standar deviasi. Selanjutnya dilakukan uji validitas, reliabilitas, normalitas, dan linearitas sebagai prasyarat analisis inferensial.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan Independent Sample t-test untuk mengetahui perbedaan persepsi daya tarik organisasi antara kelompok rekrutmen berbasis AI dan kelompok rekrutmen konvensional. Selain itu, analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing metode rekrutmen terhadap daya tarik organisasi. Seluruh pengujian statistik dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hipotesis diterima apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, yang menunjukkan adanya perbedaan atau pengaruh yang signifikan antarvariabel penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

3.1.1 Karakteristik Responden

Sebanyak 284 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang berpartisipasi dalam penelitian ini. Responden dibagi secara seimbang ke dalam kelompok rekrutmen berbasis *Artificial Intelligence* (AI) dan kelompok rekrutmen konvensional, masing-masing sebanyak 142 orang. Berdasarkan program studi, mayoritas responden berasal dari Program Studi Manajemen, diikuti Pendidikan Ekonomi, Akuntansi, dan Ekonomi Pembangunan.

3.1.2 Uji Validitas Dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel persepsi sistem rekrutmen dan daya tarik organisasi memenuhi kriteria validitas dengan nilai korelasi item-total yang melebihi r tabel (0,2006) dan nilai signifikansi di bawah 0,05. Selain itu, hasil uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,908 untuk variabel persepsi sistem rekrutmen dan 0,822 untuk variabel daya tarik organisasi. Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian valid dan reliabel untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Tabel 2 Uji Validitas Dan Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Sistem Rekrutmen	0,908	Reliabel
Daya Tarik Organisasi	0.822	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah(2026)

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Persepsi Sistem Rekrutmen ($\alpha = 0,908$) dan Daya Tarik Organisasi ($\alpha = 0,822$) memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70. Temuan ini mengindikasikan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.1.3. Pengaruh Rekrutmen Berbasis *Artificial Intelligence* (AI) terhadap Daya Tarik Organisasi

Untuk menguji H1, yaitu pengaruh rekrutmen berbasis *Artificial Intelligence* (AI) terhadap daya tarik organisasi, dilakukan analisis regresi linear sederhana pada kelompok responden yang menerima skenario rekrutmen berbasis AI. Hasil analisis disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Regresi Linear Sederhana Rekrutmen Berbasis AI terhadap Daya Tarik Organisasi

Variabel	B	Sig.
Konstanta	13,672	0,000
Rekrutmen Berbasis AI	0,135	0,000***

Sumber: Data Primer Diolah(2026)

$p < 0,001$

Hasil analisis menunjukkan bahwa rekrutmen berbasis *Artificial Intelligence* (AI) berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik organisasi. Koefisien regresi sebesar 0,135 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan persepsi terhadap sistem rekrutmen berbasis AI akan meningkatkan daya tarik organisasi sebesar 0,135 satuan. Dengan demikian, H1 diterima.

Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan AI dalam proses rekrutmen mampu meningkatkan persepsi positif calon pelamar terhadap organisasi. Semakin baik persepsi individu terhadap penerapan AI dalam proses seleksi, semakin tinggi pula tingkat daya tarik organisasi yang dirasakan.

4.1.4. Pengaruh Rekrutmen Berbasis Konvensional terhadap Daya Tarik Organisasi

Untuk menguji H2, yaitu pengaruh rekrutmen konvensional terhadap daya tarik organisasi, dilakukan analisis regresi linear sederhana pada kelompok responden yang menerima skenario rekrutmen konvensional. Hasil analisis disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Regresi Linear Sederhana Rekrutmen Berbasis Konvensional terhadap Daya Tarik Organisasi

Variabel	B	Sig.
Konstanta	6,745	0,000
Rekrutmen Berbasis Konvensional	0,268	0,000***

Sumber: Data Primer Diolah(2026)

$p < 0,001$

Hasil analisis menunjukkan bahwa rekrutmen konvensional berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik organisasi. Koefisien regresi sebesar 0,268 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan persepsi terhadap sistem rekrutmen konvensional akan meningkatkan daya tarik organisasi sebesar 0,268 satuan. Dengan demikian, H2 diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman rekrutmen yang melibatkan interaksi langsung antara kandidat dan organisasi juga mampu meningkatkan daya tarik organisasi. Semakin positif persepsi kandidat terhadap proses rekrutmen konvensional, semakin tinggi pula tingkat ketertarikan mereka terhadap organisasi.

4.1.5 Perbandingan Persepsi Responden Terhadap Metode Rekrutmen

Untuk menguji perbedaan persepsi responden terhadap rekrutmen berbasis *Artificial Intelligence* (AI) dan rekrutmen konvensional, digunakan analisis *Independent Sample t-test*. Hasil pengujian menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara kedua kelompok responden.

Tabel 5 Perbandingan Persepsi Responden antara Rekrutmen Berbasis AI dan Rekrutmen Konvensional

Variabel	AI Mean (SD)	Konvensional (SD)	T (df)	p-value
Persepsi Sistem Rekrutmen	48,55 (8,263)	45,61 (8,360)	2,977 (282)	0,003**

Sumber: Data Primer Diolah(2026)

$p < 0,01$

Hasil pengujian menunjukkan bahwa responden pada kelompok rekrutmen berbasis *Artificial Intelligence* (AI) memiliki rata-rata penilaian yang lebih tinggi ($M = 48,55$; $SD = 8,263$) dibandingkan kelompok rekrutmen konvensional ($M = 45,61$; $SD = 8,360$). Perbedaan

tersebut terbukti signifikan secara statistik ($t = 2,977$; $p = 0,003$), sehingga H3 diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa metode rekrutmen yang digunakan perusahaan dapat menghasilkan persepsi daya tarik organisasi yang berbeda di kalangan calon pelamar.

3.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi responden terhadap rekrutmen berbasis *Artificial Intelligence* (AI) dan rekrutmen konvensional, di mana kelompok rekrutmen berbasis AI memberikan penilaian yang lebih tinggi dibandingkan kelompok rekrutmen konvensional. Temuan ini diperkuat oleh hasil uji independent sample t-test yang menunjukkan perbedaan yang signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa metode rekrutmen yang berbeda dapat menghasilkan persepsi yang berbeda pula terhadap organisasi di kalangan calon pelamar.

Selanjutnya, hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa baik rekrutmen berbasis *Artificial Intelligence* (AI) maupun rekrutmen konvensional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik organisasi. Pada kelompok AI, koefisien regresi sebesar 0,135 menunjukkan bahwa peningkatan persepsi terhadap sistem rekrutmen berbasis AI diikuti oleh peningkatan daya tarik organisasi. Sementara itu, pada kelompok rekrutmen konvensional, koefisien regresi yang lebih besar yaitu 0,268 menunjukkan bahwa persepsi terhadap rekrutmen konvensional memiliki kontribusi yang lebih kuat dalam meningkatkan daya tarik organisasi dibandingkan rekrutmen berbasis AI.

Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa meskipun teknologi AI dipersepsikan sebagai bentuk inovasi dan modernisasi organisasi, pengalaman rekrutmen yang melibatkan interaksi langsung dengan manusia dalam rekrutmen konvensional masih memiliki nilai psikologis yang lebih kuat bagi responden. Hal ini dapat terjadi karena interaksi langsung memungkinkan terjadinya komunikasi yang lebih personal, kejelasan informasi yang lebih tinggi, serta pengalaman kandidat yang lebih nyata dalam proses seleksi.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui Signaling Theory yang menyatakan bahwa individu menggunakan informasi yang tersedia sebagai sinyal dalam mengurangi ketidakpastian ketika menilai suatu organisasi (Connelly et al., 2021). Dalam konteks penelitian ini, rekrutmen berbasis AI memberikan sinyal berupa inovasi, efisiensi, dan kemampuan organisasi dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Sementara itu, rekrutmen konvensional memberikan sinyal berupa keterbukaan komunikasi, perhatian organisasi terhadap kandidat, serta pendekatan yang lebih humanistik. Perbedaan sinyal tersebut membentuk persepsi yang berbeda terhadap daya tarik organisasi.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan Horodyski (2023) yang menunjukkan bahwa teknologi AI dalam rekrutmen mampu meningkatkan persepsi profesionalisme dan efisiensi organisasi, serta Ligeiro et al. (2024) yang menyatakan bahwa digitalisasi rekrutmen berkontribusi positif terhadap employer attractiveness. Namun demikian, hasil penelitian ini juga memperkuat temuan Babae & Shank (2025) yang menekankan bahwa pengalaman kandidat selama proses rekrutmen memiliki peran penting dalam membentuk daya tarik organisasi, bahkan dapat melebihi pengaruh teknologi yang digunakan.

Secara praktis, temuan ini menunjukkan bahwa organisasi perlu mempertimbangkan keseimbangan antara penggunaan teknologi dan aspek humanistik dalam proses rekrutmen. Meskipun AI dapat meningkatkan efisiensi dan citra modern organisasi, interaksi langsung dalam proses rekrutmen tetap memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman positif kandidat yang berdampak pada daya tarik organisasi.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh rekrutmen berbasis *Artificial Intelligence* (AI) dan rekrutmen konvensional terhadap daya tarik organisasi serta membandingkan persepsi responden terhadap kedua metode tersebut.

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa rekrutmen berbasis AI berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dalam proses rekrutmen mampu meningkatkan persepsi positif kandidat terhadap organisasi. Selain itu, rekrutmen konvensional juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik organisasi, yang mengindikasikan bahwa interaksi langsung antara kandidat dan organisasi tetap menjadi faktor penting dalam membentuk ketertarikan terhadap perusahaan.

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara persepsi responden terhadap rekrutmen berbasis AI dan rekrutmen konvensional. Kelompok rekrutmen berbasis AI memiliki rata-rata penilaian yang lebih tinggi dibandingkan kelompok konvensional, sehingga dapat disimpulkan bahwa metode rekrutmen berbasis teknologi lebih menarik secara persepsi bagi responden.

Secara teoritis, temuan ini mendukung *Signaling Theory* yang menjelaskan bahwa metode rekrutmen berfungsi sebagai sinyal bagi kandidat dalam menilai karakteristik organisasi. Secara praktis, hasil penelitian menunjukkan bahwa organisasi perlu mempertimbangkan penggunaan teknologi AI dalam proses rekrutmen tanpa mengabaikan aspek interaksi manusia, karena kedua pendekatan tersebut sama-sama berkontribusi dalam meningkatkan daya tarik organisasi. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa integrasi teknologi dan pendekatan humanistik dalam proses rekrutmen dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik organisasi. Dengan demikian, perusahaan perlu mengembangkan sistem rekrutmen yang tidak hanya efisien secara teknologi, tetapi juga mampu menciptakan pengalaman positif bagi kandidat.

5. REFERENSI

- Babae, A., & Shank, D. B. (2025). *Trust and procedural justice mediate the effects of AI hiring on organizational attraction and intent to apply*.
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2021). Signaling Theory: A Review and Assessment. *Journal of Management*, 37(1), 39–67.
<https://doi.org/10.1177/0149206310388419>
- Dessler, G. (2020). *Human Resource Management* (16th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Horodyski, P. (2023). Applicants' perception of *Artificial Intelligence* in the recruitment process. *Computers in Human Behavior Reports*, 11(June), 100303.
<https://doi.org/10.1016/j.chbr.2023.100303>
- Ligeiro, N., Dias, I., & Moreira, A. (2024). Recruitment and Selection Process Using *Artificial Intelligence*: How Do Candidates React? *Administrative Sciences*, 14(7).

<https://doi.org/10.3390/admsci14070155>

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. TY - BOOK%0AAU - Sugiyono%0APY - 2020%0ATI - Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D%0APB - Alfabeta%0ACY - Bandung%0AER -%0A

Tursunbayeva, A., Fernandez, V., Gallardo-Gallardo, E., & Moschera, L. (2025). *Artificial Intelligence and digital data in recruitment. Exploring business and engineering candidates' perceptions of organizational attractiveness. European Management Journal, March*. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2025.03.002>