

INOVASI *E-RECRUITMENT* DAN PEMANFAATAN KECERDASAN BUATAN (AI) TERHADAP PROSES SELEKSI KANDIDAT GENERASI-Z

Sabina Aprilia Suryo Putri¹, Santi Widyaningrum², dan Hartomy Akbar Basory³

¹ Program Studi Manajemen, Universitas Ma Chung, Jalan Villa Puncak Tidar N-01, Malang, Indonesia, 65151

² Program Studi Manajemen, Universitas Ma Chung, Jalan Villa Puncak Tidar N-01, Malang, Indonesia, 65151

³ Program Studi Manajemen, Universitas Ma Chung, Jalan Villa Puncak Tidar N-01, Malang, Indonesia, 65151

Correspondence: Sabina Aprilia Suryo Putri (112210057@student.macung.ac.id)

Received: 15 Juni 2025 – Revised: 01 Juli 2025 - Accepted: 22 Juli 2025 - Published: 15 Agustus 2025

Abstrak. Latar belakang ini terdorong dari perkembangan teknologi digital yang membuat perubahan signifikan dalam praktik rekrutmen tenaga kerja, salah satunya melalui penerapan sistem *e-recruitment* yang dinilai lebih efisien, cepat dan luas jangkauannya. Sistem ini menjadi semakin relevan bagi Generasi-Z yang dikenal sebagai *digital natives* dengan preferensi tinggi terhadap proses yang cepat, transparan dan berbasis teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *e-recruitment* terhadap keputusan seleksi kandidat dari kalangan Generasi-Z, serta mengeksplorasi peran fitur kecerdasan buatan (AI) dalam meningkatkan akurasi dan objektivitas seleksi. Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan pendekatan deskripsi kualitatif, melalui analisis sejumlah sumber penelitian terdahulu yang membahas efektivitas *e-rekrutmen* dan teknologi AI dalam proses seleksi karyawan. Hasil kajian menunjukan bahwa pengalaman positif bagi kandidat Gen-Z. Selain itu, integrasi kecerdasan buatan dalam sistem seleksi terbukti mengurangi potensi bias, mempercepat proses *screening* dan meningkatkan kecocokan antara kualifikasi kandidat dengan kebutuhan organisasi. Simpulan dari kajian ini menyatakan bahwa penerapan *e-rekrutmen*, khususnya dengan dukungan *AI-based matching*, merupakan strategi efektif dalam menjawab tantangan rekrutmen modern, terutama dalam menjaring dan menyeleksi talenta terbaik dari kalangan Generasi-Z.

Kata kunci: *E-recruitment*, Generasi Z, Keputusan seleksi, Kecerdasan buatan (AI).

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah berbagai aspek dunia kerja, yaitu proses perekrutan tenaga kerja dengan sistem *e-recruitment*. Sistem *e-recruitment* telah menjadi Solusi strategis untuk menjangkau kandidat lebih luas dan efisien. Hal ini sangat relevan bagi Generasi-Z, yang tumbuh sebagai “*Digital Natives*” dan terbiasa dengan proses yang cepat, transparan dan berbasis teknologi. Fakta ini mendorong kebutuhan terhadap bagaimana proses *e-recruitment* mempermudah terhadap keputusan seleksi serta mempengaruhi minat Generasi-Z dalam melamar kerja. Hardiansyah et al. (2023) menyatakan bahwa sistem *e-recruitment* dapat meningkatkan minat pelamar dari kalangan Generasi-Z. Transformasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam proses rekrutmen, tetapi juga menjawab tantangan keterbatasan geografis dan waktu dalam menjaring kandidat terbaik.

Di sisi lain, menurut Mashayekhi et al. (2022) salah satu tantangan utama penerapan *e-recruitment* adalah potensi bias algoritmik yang dapat muncul dalam sistem seleksi otomatis pada *e-recruitment* dan minimnya interaksi dalam proses seleksi. Mereka menegaskan pentingnya pengembangan sistem rekomendasi rekrutmen yang adil dan transparan agar tidak mendiskriminasi pelamar berdasarkan faktor-faktor non-kualitatif.

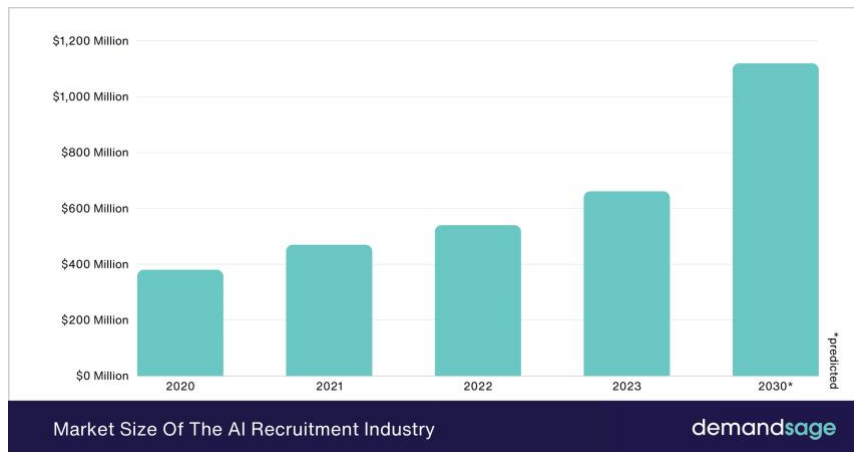
Khan (2024) menunjukkan bahwa *employer branding* memiliki pengaruh terhadap niat melamar kerja pada generasi muda. Meskipun media sosial digunakan sebagai kanal komunikasi, pengaruhnya sebagai mediator tidak signifikan, sehingga reputasi perusahaan tetap menjadi faktor utama dalam menarik kandidat. Oleh karena itu, *platform e-recruitment* perlu dirancang tidak hanya sebagai sarana administratif, tetapi juga sebagai alat strategis untuk memperkuat citra perusahaan. Meski berbagai penelitian telah dilakukan, sebagian besar fokus masih terpusat pada niat melamar, bukan pada keputusan seleksi akhir dari pelamar yang menggunakan *platform e-recruitment*. Padahal, aspek ini penting untuk mengevaluasi sejauh mana sistem *e-recruitment* dapat mengidentifikasi dan menyeleksi kandidat yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan organisasi. Penelitian mengenai pengaruh *e-recruitment* terhadap kecurusan seleksi kandidat Generasi-Z masih tergolong terbatas, terutama di Indonesia sehingga menjadi celah riset yang penting untuk diisi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, terlihat bahwa penerapan *e-recruitment* bukan hanya soal efisiensi teknis, tetapi juga berkaitan erat dengan persepsi kandidat, kualitas komunikasi, dan integritas proses seleksi. Di sisi lain, Generasi Z sebagai target utama rekrutmen masa kini memiliki karakteristik khusus yang harus dipahami agar sistem

rekrutmen digital dapat berjalan optimal. Maka dari itu, kajian terhadap pengaruh penerapan *e-recruitment* terhadap keputusan seleksi kandidat dari kalangan Gen Z menjadi sangat penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai efektivitas sistem *e-recruitment* dalam konteks rekrutmen modern, serta memberikan masukan bagi pengembangan strategi rekrutmen yang lebih adaptif terhadap dinamika generasi baru.



Dari data ini, terlihat bahwa fokus utama penggunaan kecerdasan buatan (AI) masih pada tahap awal *recruitment*, seperti penyaringan CV dan pencocokan kandidat, yang membantu dalam menghemat waktu dan meningkatkan kualitas seleksi pada tahap awal. Ini menunjukkan bahwa penggunaan kecerdasan buatan (AI) mulai meluas ke aspek strategis dalam proses *recruitment*.



Gambar ini menunjukkan perkembangan pasar industri rekrutmen berbasis AI dari tahun 2020 hingga 2023. Pada tahun 2020 nilai pasar diperkirakan sekitar \$400 juta, dan terus meningkat menjadi lebih dari \$650 juta pada 2023. Data ini menunjukkan bahwa penggunaan kecerdasan buatan (AI) dalam proses rekrutmen tidak hanya bersifat tren semetara, melainkan berkembang menjadi industri besar yang akan terus tumbuh di masa depan. Pertumbuhan ini sejalan dengan meningkatnya adopsi teknologi AI oleh perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam proses perekrutan.

MASALAH

Penelitian ini mencoba memahami bagaimana pengaruh penerapan *e-recruitment* untuk memberikan keputusan seleksi kandidat dari kalangan Generasi Z dalam proses rekrutmen digital, serta bagaimana peran integrasi fitur kecerdasan buatan (AI) dalam meningkatkan akurasi dan objektivitas keputusan seleksi melalui *e-recruitment* pada kandidat Generasi Z. Penerapan ini dirancang agar memudahkan seluruh pihak pekerja dengan memanfaatkan teknologi yang telah tersedia. Selain itu, penting untuk mengetahui pengaruh yang dihasilkan bagi karyawan Perusahaan yang lolos seleksi dengan penerapan *e-recruitment*.

KAJIAN TEORITIS

1. *E-recruitment*

E-recruitment atau elektronik rekrutmen merupakan sistem rekrutmen berbasis teknologi digital yang memanfaatkan internet dan *platform* digital lainnya untuk mencari, menyeleksi, dan merekrut kandidat secara efisien. Menurut Rivai dan Sagala (2020), *e-recruitment* memungkinkan perusahaan menjangkau lebih banyak kandidat dalam waktu singkat serta mengefisienkan proses administratif. Generasi

Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai generasi yang sangat terhubung dengan teknologi sehingga lebih responsif terhadap proses rekrutmen digital (Putri & Nugroho, 2021).

2. Keputusan Seleksi

Keputusan seleksi merupakan hasil akhir dari proses penilaian terhadap kandidat yang melamar suatu posisi. Menurut Simamora (2014), seleksi merupakan proses penyaringan dari pelamar untuk memperoleh kandidat yang paling sesuai dengan kebutuhan organisasi. Dalam konteks digital, keputusan seleksi tidak hanya bergantung pada penilaian manusia, tetapi juga pada sistem atau algoritma yang digunakan dalam *e-recruitment*.

3. Generasi-Z

Generasi Z adalah generasi pertama yang tumbuh sepenuhnya dalam era digital. Mereka memiliki karakteristik unik seperti kecepatan adaptasi teknologi, preferensi terhadap fleksibilitas kerja, dan respons yang tinggi terhadap sistem digital (Rahmawati, 2023). Oleh karena itu, mereka cenderung menyukai proses rekrutmen yang cepat, transparan, dan digital.

4. Kecerdasan Buatan (AI)

Kecerdasan buatan (*AI*) dalam proses rekrutmen digunakan untuk meningkatkan akurasi dalam mencocokkan profil kandidat dengan kebutuhan perusahaan. Inovasi ini diharapkan dapat meminimalkan bias manusia dan meningkatkan efisiensi keputusan seleksi. Penelitian oleh Fatimah et al. (2021) menunjukkan bahwa sistem AI dapat mempercepat proses penyaringan dengan tingkat akurasi lebih tinggi dibandingkan metode konvensional.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan metode **studi literatur (*literature review*) analisis deskriptif kualitatif**, yaitu dengan mengumpulkan dan menelaah berbagai sumber bacaan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas tentang Pengaruh *e-recruitment* pada karyawan di suatu perusahaan, pengaruh teknologi berbasis AI dalam menyeleksi keputusan penerimaan karyawan.

Tujuan dari kajian ini adalah untuk memahami secara lebih jelas bagaimana strategi *e-recruitment* dalam memanfaatkan teknologi dan mempermudah perusahaan dalam

mendapatkan kandidat karyawan. Jadi, melakukan survei langsung ke lapangan, penelitian ini berfokus pada membaca, menganalisis, dan merangkum temuan-temuan yang sudah pernah diteliti oleh peneliti lain sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Penerapan *E-recruitment* terhadap Keputusan Seleksi Kandidat dari Kalangan Generasi Z

Penerapan *e-recruitment* telah membawa transformasi besar dalam proses rekrutmen, khususnya dalam hal efisiensi, kecepatan, dan aksesibilitas. Berdasarkan studi literatur, *e-recruitment* secara langsung berpengaruh terhadap pengambilan keputusan seleksi karena sistem ini menyederhanakan proses administratif serta mempercepat pengumpulan dan analisis data kandidat.

Generasi Z, yang merupakan digital native, menunjukkan preferensi yang kuat terhadap sistem rekrutmen yang cepat dan berbasis teknologi. Mereka lebih cenderung melamar pekerjaan melalui platform daring dan menanggapi komunikasi digital secara lebih responsif dibandingkan generasi sebelumnya (Rahmawati, 2023). Dalam penelitian oleh Wibowo et al. (2023), ditemukan bahwa lebih dari 70% kandidat dari kalangan Gen Z merasa lebih percaya diri dan nyaman mengikuti proses seleksi berbasis digital dibandingkan dengan metode konvensional.

Selain itu, *e-recruitment* memungkinkan perusahaan mengotomatisasi tahap awal seleksi, seperti screening berkas dan pemberian notifikasi, yang berkontribusi terhadap pengambilan keputusan yang lebih cepat dan terstruktur (Santosa, 2022). Keputusan seleksi yang lebih cepat tidak hanya menguntungkan perusahaan dalam memperoleh talenta terbaik lebih dini, tetapi juga dihargai oleh kandidat Gen Z yang menghargai kecepatan dan transparansi.

Dengan demikian, *e-recruitment* tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional perusahaan, tetapi juga memberikan pengalaman kandidat yang lebih baik, yang pada akhirnya berdampak pada kualitas keputusan seleksi yang dibuat.

Peran Integrasi Fitur Kecerdasan Buatan (AI) dalam Meningkatkan Akurasi dan Objektivitas Keputusan Seleksi melalui *E-recruitment* pada Kandidat Generasi Z

Kecerdasan buatan (AI) dalam proses *recruitment* akan berdampak pada efisiensi waktu, tenaga dan biaya pada perusahaan dan dianggap lebih adil karena mereka tumbuh dalam era transparansi data. Mereka lebih menghargai proses yang menunjukkan keterbukaan kriteria seleksi dan objektivitas, dibandingkan proses subjektif atau interpersonal yang dominan pada metode tradisional (Ananda & Sari, 2023).

Lebih lanjut, AI membantu memberikan prediksi performa kerja kandidat berdasarkan data historis dan karakteristik psikometrik. Misalnya, AI dapat memproyeksikan kandidat mana yang cenderung bertahan lama di perusahaan atau memiliki kemampuan adaptasi tinggi, sehingga membantu manajemen dalam mengambil keputusan jangka panjang yang lebih tepat.

Oleh karena itu, peran kecerdasan buatan (AI) dalam sistem *e-recruitment* tidak hanya sebagai alat bantu teknis, tetapi juga sebagai fondasi untuk menciptakan sistem seleksi yang lebih adil, transparan, dan berbasis data—hal yang sangat relevan bagi perusahaan yang merekrut talenta dari generasi Z.

KESIMPULAN

Penerapan *e-recruitment* telah membawa transformasi yang signifikan dalam proses perekrutan tenaga kerja, terutama dalam meningkatkan efisiensi, kecepatan dan jangkauan pencarian kandidat. Hal ini menjadi sangat relevan dengan karakteristik Generasi-Z yang terbiasa dengan teknologi digital, menginginkan proses seleksi yang cepat, transparan dan mudah diakses. *E-recruitment* tidak hanya berdampak positif terhadap pengalaman kandidat, tetapi juga membantu Perusahaan dalam mengambil Keputusan seleksi yang lebih efisien dan terstruktur. Selain itu, integrasi fitur kecerdasan buatan (AI) dapat memperkuat kualitas seleksi dengan meningkatkan akurasi, objektivitas dan keadilan dalam proses penyaringan awal. Teknologi AI mampu membantu mengurangi bias manusia dengan menilai kandidat berdasarkan data yang relevan seperti pengalaman, keterampilan dan kecocokan budaya organisasi. Hal ini mendukung proses seleksi yang lebih transparan dan dapat diterima oleh Generasi-Z yang menghargai keterbukaan dan efisiensi berbasis data.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada semua pihak yang terlibat dalam pembuatan naskah ini dan pihak masyarakat. Ucapan terima kasih dapat pula ditujukan kepada penyedia dana atau sponsor.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R., & Sari, M. (2023). Pengaruh Data Driven Decision Making dalam Sistem Rekrutmen Digital Perusahaan Start-Up. *Jurnal Teknologi Dan Bisnis*, 9(2), 115–128.
- Fatimah, N., Ramadhani, S., & Akbar, H. (2021). Penggunaan Artificial Intelligence dalam Proses Rekrutmen: Studi Kasus pada Perusahaan Teknologi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 10(3), 201–212.
- Hardiansyah, R., Danial, D. M., & Nurmala, R. (2023). Efektivitas e-recruitment dan media sosial dalam meningkatkan minat pelamar kerja Generasi Z. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7(1), 682–691.
- Khan, R. B. F. (2024). Exploring the Impact of Employer Branding on Intention towards Job Application: The Mediating Role of Social Media. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 24(3), 172–180.
- Mashayekhi, Y., Li, N., Kang, B., Lijffijt, J., & Bie, T. (2022). *A challenge-based survey of e-recruitment recommendation systems*.
- Putri, R. M., & Nugroho, A. S. (2021). Respons generasi Z terhadap penggunaan teknologi digital dalam proses rekrutmen. *Jurnal Psikologi Dan Teknologi*, 3(2), 77–85.
- Rahmawati, I. (2023). Generasi Z dalam Dunia Kerja: Studi Preferensi terhadap Fleksibilitas dan Teknologi. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 14(2), 90–102.
- Rivai, V., & Sagala, E. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: Dari Teori ke Praktik*. Rajawali Pers.
- Santosa, R. B. (2022). Efektivitas sistem e-recruitment dalam percepatan proses seleksi awal tenaga kerja. *Jurnal Sistem Informasi Dan Komputerisasi*, 4(1), 23–30.
- Simamora, H. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. STIE YKPN.

Wibowo, H., Gunawan, A., & Lestari, M. (2023). Respons Generasi Z terhadap Transformasi Digital dalam Proses Rekrutmen: Studi Eksperimen. *Jurnal Psikologi Industri*, 11(1), 70–83.

<https://fitsmallbusiness.com/ai-hiring-trends-and-statistics/>

<https://www.demandsage.com/ai-recruitment-statistics>



© 2025 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).