

**PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP
PROSES PENERIMAAN KARYAWAN BARU
PADA PT. MAKASSAR RAYA MOTOR**

SKRIPSI

Oleh

MUSDALIFAH FITRIANI

105721130816



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

MAKASSAR

2020

**PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP
PROSES PENERIMAAN KARYAWAN BARU**

PADA PT. MAKASSAR RAYA MOTOR



Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh
MUSDALIFAH FITRIANI
NIM 105721130816

25/11/2020

1 esp
Emb. Alumni

R/0180/MAN/20CP
FIT
P¹

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2020**

PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini saya persembahkan untuk kedua orang tua, Mama dan Bapak tersayang yang sudah bersusah payah tidak mengenal lelah demi menyekolahkanku serta saudaraku yang selalu memberikan motivasi, dan teman-teman yang turut memberikan semangat demi meraih harapan dan cita-cita.





**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

JL. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866 972

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : "Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Proses
Penerimaan Karyawan Baru Pada PT. Makassar Raya
Motor"

Nama Mahasiswa : MUSDALIFAH FITRIANI
No. Stambuk/NIM : 105721130816
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia
penguji skripsi Sirata Satu (S1) pada tanggal 31 Oktober 2020 di Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 18 November 2020

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. H. Sultan Sarda, M.M
NIDN : 0015075903

Muh. Nur Rasyid, S.E., M.M
NIDN : 0927078201

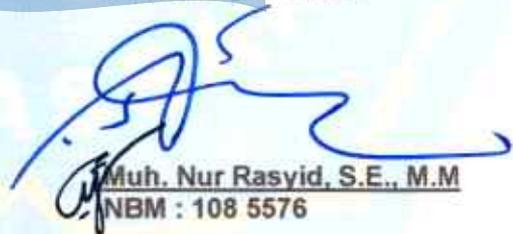
Mengetahui,

Dekan, Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi



Ismail Rasulong, SE., M.M
NBM : 903078



Muh. Nur Rasyid, S.E., M.M
NBM : 108 5576



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama Musdalifah Fitriani, Nim 1057 2113 0816, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor :0012/SK-Y/61201/091004/2020 M, Tanggal 14 Rabiul Awal 1442 H / 31 Oktober 2020 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Manajemen** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

14 Rabiul Awal 1442 H

Makassar,

31 Oktober 2020 M

PANITIA UJIAN

- 1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar)
- 2. Ketua : Ismail Rasulong, SE.,MM
(Dekan Fak. Ekonomi dan Bisnis)
- 3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE.,MM
(WD 1 Fak. Ekonomi dan Bisnis)
- 4. Penguji :
 - 1. Prof. Dr. H. Abd. Rahman Rahim, S.E., MM
 - 2. Ismail Rasulong, SE.,MM
 - 3. Dr. Andi Jam'an, S.E., MM
 - 4. Dr. Agus Salim HR, SE.,MM

Handwritten signatures and initials in blue and black ink, including a large signature at the top and several smaller ones below.

Disahkan Oleh
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Ismail Rasulong, SE.,MM.

NBM : 903078



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Musdalifah Fitriani

Stambuk : 1057 2113 0816

Program Studi : Manajemen

Dengan Judul : Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Proses

Penerimaan Karyawan Baru Pada

Makassar Raya Motor

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapapun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 18 November 2020

Yang Membuat Pernyataan,



MUSDALIFAH FITRIANI

Diketahui Oleh

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ismail Rasulong, SE., MM
NBM: 903 078

Ketua Program Studi,

Muh. Nur R, SE., MM
NBM: 1085576

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada temilai manakala penulisan skripsi yang berjudul Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Proses Penerimaan Karyawan Baru Pada PT. Makassar Raya Motor. Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Tenstimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Hamzah dan ibu Sahriani yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus tanpa pamrih. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M. Ag. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong, S.E., M.M., dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Muh Nur Rasyid, S.E., M.M., selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Drs. H. Sultan Sarda., MM selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi ini selesai dengan baik.
5. Bapak Muh Nur Rasyid, S.E., M.M., selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Direktur PT. Makassar Raya Motor beserta stafnya atas bantuan serta kerjasamanya selama penulis mengadakan penelitian.
8. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
9. Untuk Sahabatku tersayang Suhaemah, Juswanti, Wahyuddin, Kak akmal dan Rinaldi. Ikhsan terima kasih atas semangat dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
10. Teman-teman Manajemen H 16 yang selalu memberikan semangat selama proses penyusunan skripsi.
11. Terima kasih untuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii Sabillil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Makassar, 18 November 2020



MUSDALIFAH FITRIANI

ABSTRAK

MUSDALIFAH FITRIANI. 2020. *Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Proses Penerimaan Karyawan Baru*, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, Di bimbing oleh H. Sultan Sarda sebagai pembimbing satu dan Muh. Nur Rasyid pembimbing dua.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Proses Penerimaan Karyawan Baru Pada PT. Makassar Raya Motor.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh melalui teknik wawancara mendalam terhadap informan kunci, informan non kunci dan observasi serta dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti.

Hasil penelitian mengenai Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Proses Penerimaan Karyawan Baru Pada PT. Makassar Raya Motor telah didapatkan dengan adanya Reputasi Perusahaan proses penerimaan karyawan baru memakan waktu lebih lama karena banyaknya jumlah peserta yang ikut dalam seleksi penerimaan karyawan baru.

Kata Kunci : *Reputasi Perusahaan*



ABSTRACT

MUSDALIFAH FITRIANI. 2020. *Vision of Company Reputation on the Process of Hiring New Employees at PT. Makassar Raya Motor*, Thesis Management Study Program Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar, Guided by H. Sultan Sarda as the first counselor and Muh. Nur Rasyid the second supervisor

This study aims to determine the Vision of Company Reputation on the Process of Hiring New Employees at PT. Makassar Raya Motor.

The analytical method used in this study is a qualitative descriptive approach. Data obtained through in-depth interviewing techniques to key informants, non-key informants and observations and documentation conducted by researchers

The results of research on the influence of the company's reputation on the process of recruiting new employees at PT. Makassar Raya Motor has been obtained by the existence of Company Reputation, the process of hiring new employees takes longer due to the large number of participants participating in the selection of new employee hires.

Keywords: Company's Reputation



DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Sumber Daya Manusia	5
B. Reputasi Perusahaan	7
C. Rekrutmen	12
D. Proses Rekrutmen	13

E. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi proses Rekrutmen	15
F. Penelitian Terdahulu.....	17
G. Kerangka Konsep	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Jenis Penelitian	21
B. Fokus Penelitian.....	21
C. Lokasi Dan waktu Penelitian.....	21
D. Sumber Data	22
E. Pengumpulan Data.....	23
F. Instrumen Penelitian.....	23
G. Teknik Analisis data	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
A. Gambaran Umum Perusahaan	26
1. Sejarah PT. Makassar Raya Motor.....	26
2. Visi dan Misi PT. Makassar Raya Motor.....	28
3. Struktur Organisasi, Tugsas dan Tanggung Jawab	29
B. Hasil Penelitian	33
1. Karakteristik Informan penelitian	34
2. Deskripsi Hasil Penelitian	34
C. Pembahasan.....	43
BAB V PENUTUP.....	47
A. Kesimpulan.....	47
B. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA.....	48
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4.1	Daftar Reputasi PT. MRM	39



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Konsep	20
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	30
Gambar 4.2	<i>Flow Chart Recruitment</i>	42



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, persaingan usaha yang terjadi antar perusahaan semakin ketat. Masing-masing perusahaan berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan. Dalam menjalankan kegiatan perusahaan sehari-hari, perusahaan-perusahaan tersebut saling berlomba-lomba untuk menjadi perusahaan yang terbaik di mata konsumen, perusahaan tempat berinvestasi dengan resiko paling rendah dimata investor. Dan yang paling adalah menjadi tempat kerja terbaik bagi tenaga kerja.

Perusahaan saling berlomba-lomba dalam menghasilkan produk atau jasa yang diminati konsumen, perusahaan juga perlu memperhatikan kualitas agar konsumen tetap setia membeli produk atau menggunakan jasa dari perusahaan tersebut. Selain persaingan dalam mendapatkan keuntungan, perusahaan juga menghadapi persaingan untuk mendapatkan karyawan kompeten dibidangnya. Jika sebuah perusahaan mampu menemukan dan mempertahankan karyawan kompeten lebih baik dari perusahaan yang lain maka mereka memiliki keunggulan tersendiri. Untuk mendapatkan karyawan yang sesuai dengan keinginan perusahaan, maka perusahaan juga harus mengetahui hal-hal apa saja yang berpengaruh terhadap munculnya minat untuk melamar pekerjaan pada perusahaan tersebut.

Pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, terutama di bidang transportasi dan komunikasi, telah "mempersempit jarak antara suatu negara dengan negara lainnya. Persaingan menjadi semakin terbuka dan lingkungan bisnis terasa semakin kompleks. Kondisi inilah yang mendorong perusahaan-perusahaan untuk mempersiapkan diri dalam memasuki pasar global. Produk-produk yang semula diproduksi dan dikembangkan di suatu negara seperti mobil, tas, dompet, pakaian dan berbagai macam makanan dan masih banyak lainnya mendapatkan sambutan hangat di negara-negara lain termasuk negara Indonesia.

Noe, Hollenback, Gerhart, dan Wright (2000) berpendapat bahwa tantangan yang dihadapi organisasi dikategorikan dalam dua hal, yaitu *global challenge* dan *stakeholder challenge*. *Global challenge* ditandai dengan globalisasi deregulasi pasar di sejumlah Negara, Kerjasama antar Negara diberbagai kawasan, perunahan teknologi, dan pembebasan tarif. Sedangkan *stakeholder challenge* ditandai dengan permintaan konsumen akan peningkatan kualitas barang dan jasa yang dihasilkan serta kualitas layanan, dan tanggung jawab sosial organisasi di lingkungan sekitar. Beberapa tantangan tersebut menuntut organisasi meningkatkan kemampuan bersaing di pasar domestik maupun internasional. Dua sumber yang dapat digunakan perusahaan untuk meningkatkan kemampuan bersaingnya yakni, sumber dari luar organisasi seperti sumber daya alam dan sumber dari dalam organisasi contohnya kemampuan karyawan, struktur organisasi, sistem kerja organisasi dan kreatifitas untuk menciptakan proyek/program yang menguntungkan organisasi.

Salah satu faktor yang menentukan dalam menunjang keberhasilan organisasi adalah ketersediaan sumber daya manusia yang kompeten. Sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan, keterampilan dalam menyikapi tugas. Oleh karena itu sangat penting menempatkan karyawan sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan perusahaan. Perusahaan saat ini saling berlomba-lomba untuk menarik minat para pelamar kerja untuk menyeleksi para karyawan potensial. Cara yang paling sering dilakukan perusahaan adalah memasang lowongan kerja di media – media seperti website, pada akun – akun sosmed, menyelenggarakan *walk-in-interview* di berbagai lembaga pendidikan, hingga dengan cara menjadi sponsor pada kegiatan di universitas-universitas.

PT. Makassar Raya Motor merupakan perusahaan swasta yang bergerak pada industri otomotif beroda empat, tentu memerlukan sumber daya manusia yang kompeten agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas dan juga pentingnya reputasi perusahaan untuk menarik perhatian pelamar kerja, penulis tertarik mengangkat judul "Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Proses Penerimaan Karyawan Baru Pada PT. Makassar Raya Motor".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Proses Penerimaan Karyawan Baru Pada PT. Makassar Raya Motor?"

2. Apa efek dari reputasi perusahaan terhadap proses penerimaan karyawan baru pada PT. Makassar Raya Motor?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui "Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Proses Penerimaan Karyawan Baru pada PT. Makassar Raya Motor"

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti tentang pengaruh reputasi perusahaan terhadap proses penerimaan karyawan baru di PT. Makassar Raya Motor.
- b. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan informasi sekaligus sebagai bahan masukan bagi PT. Makassar Raya Motor dalam pengambilan keputusan, khususnya yang berkaitan dengan penerimaan karyawan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Sumber Daya Manusia

Dalam rangka persaingan organisasi/perusahaan harus memiliki sumber daya yang tangguh. Sumber daya yang dibutuhkan untuk menjalankan perusahaan tidak dapat dilihat sebagai bagian yang berdiri sendiri, tetapi harus dilihat sebagai satu kesatuan yang tangguh membentuk suatu sinergi. Dalam hal ini peran sumber daya manusia sangat menentukan.

Menurut Edy Sutrisno (2009:3) Semua sumber daya manusia merupakan terjemahan dari "human resources", namun ada ahli menyamakan sumber daya manusia dengan "manpower" (tenaga kerja). Bahkan sebagian orang menyelarakan pengertian sumber daya manusia dengan personal (personalia, kepegawaian, dan sebagainya).

Sumber daya manusia merupakan satu-satunya sumber daya manusia yang memiliki akal perasaan, keinginan, keterampilan, pengetahuan, dorongan, daya, dan karya (rasio, rasa, dan karsa). Semua potensi sumber daya manusia tersebut berpengaruh terhadap upaya organisasi dalam mencapai tujuan. Betapapun majunya teknologi, perkembangan informasi, tersedianya modal dan memadainya bahan, jika tanpa SDM sulit bagi organisasi itu untuk mencapai tujuannya.

Wether dan Davis (1996) dalam buku Edy Sutrisno (2009:4) menyatakan bahwa sumber daya manusia adalah "pegawai yang siap, mampu, dan siaga dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi". Sebagaimana

dikemukakan bahwa dimensi pokok sisi sumber daya adalah kontribusinya terhadap organisasi, sedangkan dimensi pokok manusia adalah perlakuan kontribusi terhadapnya yang pada gilirannya akan menentukan kualitas dan kapabilitas hidupnya.

Dengan berpegang pada definisi tersebut di atas, kita harus memahami bahwa sumber daya manusia diartikan sebagai sumber dari kekuatan yang berasal dari manusia-manusia yang dapat digunakan oleh organisasi. Dengan berpegang pada pengertian tersebut, istilah sumber daya manusia adalah manusia bersumber daya dan merupakan kekuatan (*power*).

Bagi perusahaan, ada tiga sumber daya strategis lain yang mutlak harus mereka miliki untuk dapat menjadi sebuah perusahaan unggul.

Tiga sumber daya kritis menurut Ruki (2003) adalah :

1. *Financial resource*, yaitu sumber daya berbentuk dana/modal financial yang dimiliki
2. *Human resource*, yaitu sumber daya yang berbentuk dan berasal dari manusia yang secara tepat dapat disebut sebagai modal insani.
3. *Information resource*, yaitu sumber daya yang berasal dari berbagai informasi yang diperlukan untuk membuat keputusan strategis ataupun taktis.

Dari ketiga *resources* yang bersifat strategis tersebut, hampir semua pimpinan perusahaan besar dan modern sekarang mengakui bahwa paling sulit diperoleh dan dikelola adalah *human resource*, yaitu "sumber daya manusia/modal insani" yang mempunyai kualitas yang pas dengan yang diinginkan oleh perusahaan.

B. Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan salah satu unsur terpenting dalam dunia bisnis. sebab baik buruk perusahaan merupakan indikator penting dari keberhasilan perusahaan tersebut. Reputasi perusahaan memang merupakan suatu yang kompleks, namun jika dikelola dengan baik akan sangat berharga, beberapa isu penting dalam manajemen reputasi dan pandangan masyarakat tentang reputasi.

Menurut afdhal, dalam jurnal Roy Marthin Tarigan reputasi perusahaan adalah aset yang tidak nyata (*intangible asset*). Keadaan reputasi akan tergantung kepada apa yang dilakukan perusahaan sebagai entitas. Lebih jauh dari itu akan tergantung pada komunikasi dan tanda – tanda yang dipilih untuk diberikan kepada pasar. Simbol dan reputasi, nama perusahaan, jika dikelola dengan baik akan mempromosikan perusahaan agar didukung oleh masyarakat. Bahkan akan sangat bernilai bagi konsumen.

Fombrun dalam jurnal Rani Sherly Fajrina reputasi merupakan perwujudan dari pengalaman seseorang dengan produk, ataupun pelayanan yang mereka dapatkan. Reputasi yang baik akan meningkatkan kredibilitas, membuat konsumen lebih percaya diri bahwa mereka akan mendapatkan apa yang telah dijanjikan kepada mereka. Reputasi menjadi sebuah jaminan bahwa yang konsumen dapatkan akan sesuai dengan ekspektasi yang mereka miliki.

Salah satu metode penilaian reputasi suatu organisasi (perusahaan) adalah Harris-Fombrun *Reputation Quotient*, yang didalamnya terdapat elemen dan atribut reputasi korporat, yaitu:

1. Emotional Appeal

- a) *Good feeling about the company*, memiliki perasaan yang baik, senang atau cinta terhadap perusahaan.
- b) *Admire and respect the company*, perasaan kagum dan menghargai perusahaan.
- c) *Trust the company*, memiliki perasaan percaya kepada perusahaan.

2. Product and Service

- a) *Stands behind products/services*, beranggapan bahwa produk ataupun jasa yang dihasilkan sesuai dengan core bisnisnya, sesuai dengan identitas perusahaannya.
- b) *Offer high quality products/services*, beranggapan bahwa perusahaan menawarkan produk atau jasa berkualitas tinggi.
- c) *Develops innovative products/services*, beranggapan bahwa perusahaan selalu berinovasi untuk mengembangkan produk ataupun jasa yang dihasilkan.
- d) *Offer product/ service that are good value*, yaitu beranggapan perusahaan menghasilkan produk ataupun jasa yang menghasilkan nilai jual.

3. Vision and Leadership

- a) *Has excellent leadership*, beranggapan bahwa perusahaan berjalan dibawah kepemimpinan yang handal.

- b) *Has a clear vision for the future*, beranggapan bahwa perusahaan memiliki visi yang jelas untuk menghadapi tantangan kedepan.
- c) *Recognize/takes advantage of market opportunities*, beranggapan bahwa
- d) perusahaan mahir dalam mencari dan memanfaatkan peluang yang ada.

4. Workplace Environment

- a) *Is well managed*, beranggapan bahwa perusahaan dikelola dengan baik.
- b) *Looks like a good company to work for*, perusahaan terlihat sebagai tempat yang baik untuk bekerja.
- c) *Looks like has a good employees*, terlihat sebagai perusahaan yang memiliki pegawai profesional.

5. Financial Performance

- a) *Record of profitability*, beranggapan bahwa catatan kinerja keuangan perusahaan selama ini menunjukkan profitabilitas.
- b) *Look like a low risk investment*, dari kinerja keuangan perusahaan, membuat perusahaan terlihat sebagai tempat berinvestasi yang rendah resiko.
- c) *Strong prospect for future growth*, dari kinerja keuangan perusahaan, membuat perusahaan terlihat sebagai perusahaan

yang memiliki prospek yang kuat pada perkembangan di masa depan.

- d) *Tends to out performs its competitors*, dari kinerja keuangan perusahaan terlihat bahwa perusahaan cenderung lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

6. Social Responsibility

- a) *Supported good causes*, beranggapan bahwa perusahaan memberikan dukungan yang baik terhadap masalah-masalah sosial.
- b) *Environmentally responsible*, beranggapan bahwa organisasi memiliki tanggung jawab terhadap masalah lingkungan.
- c) *Treats people well*, beranggapan bahwa perusahaan memperlakukan masyarakat sekitar dengan baik.

Menurut Kotler, ada 4 hal yang penting dalam melihat ataupun mengukur reputasi suatu perusahaan.

- 1) Kualitas produk perusahaan itu sendiri.

Apapun yang terjadi, kualitas produk perusahaan akan mempengaruhi reputasi perusahaan. Hal yang berpengaruh terhadap reputasi ialah kualitas produk, bukan hal-hal lain. Walaupun memiliki suatu produk yang sangat menarik, tetapi tidak berfungsi dengan baik, maka reputasi juga akan berkurang. Jika kualitas produk buruk, tidak perlu melihat kepada faktor-faktor lain dalam reputasi perusahaan, melainkan perbaiki dulu kualitas produk perusahaan. Pastikan fitur yang ditawarkan kepada

pelanggan dapat dipenuhi dengan sempurna oleh produk kita. Jangan menawarkan fitur yang kita sendiri tidak bisa penuhi.

2) Keuntungan dari perusahaan.

Bagi perusahaan non-publik, hal ini bukan menjadi masalah, karena laporan keuangan tidak dibuka pada publik. Namun bagi perusahaan yang publik, hal ini merupakan faktor penting. Bila perusahaan terus menerus mengalami kerugian selama bertahun-tahun, maka pelanggan cenderung menjadi tidak percaya dengan perusahaan,

3) Bagaimana manajemen perusahaan.

pelanggan tahu apa yang management team lakukan di luar kantor. Artinya, manajemen perusahaan tidak boleh hanya bersembunyi di kantor sepanjang tahun! Tentu kita semua kenal dengan siapa CEO Yahoo, atau siapa CEO Google, atau siapa CEO Apple, atau siapa CEO Air Asia. Tapi tahukah kita dengan CEO banyak perusahaan lainnya? Sebagai pemimpin dan manajemen, maka sudah seharusnya juga kita mampu untuk "menyapa" dan bertemu langsung dengan pelanggan. Seorang pemimpin harus dapat terlihat pada publik, dan harus mampu menyampaikan visi dan misinya di depan umum. Steve Jobs, melalui penampilannya pada publik untuk mempromosikan Apple, mampu membuat orang sangat tertarik dengan Apple. Begitu juga dengan Google, dan banyak perusahaan lainnya. Dengan tampil di depan umum dan memperkenalkan hal-hal yang baru, maka

pelanggan akan melihat perusahaan kita sebagai perusahaan yang bergerak maju, dan mengetahui kemauan dari pelanggan.

4) Bagaimana tanggung jawab sosial perusahaan.

Sebagai perusahaan, sudah sewajarnya ada tanggung jawab sosial bagi perusahaan. Dimulai dari hal yang sederhana, seperti menjaga etika bisnis dan etika moral. Reputasi Nike hancur ketika ingin mengurangi biaya produksi dengan cara menggunakan tenaga anak dibawah umur, yang melanggar etika moral dan etika bisnis. Reputasi Lapindo hancur ketika tidak tanggap dalam menangani bencana dan terkesan lambat dalam melakukan pembayaran ganti rugi, suatu masalah etika bisnis dan moral. Dengan melakukan bisnis secara jujur, sesuai dengan peraturan yang ada, maka pelanggan pun akan melihat reputasi perusahaan dengan positif.

C. Rekrutmen

Menurut Henry Simamora (2007:212). Rekrutmen (*Recruitment*) adalah serangkaian aktivitas mencari dan memikat pelamar kerja dengan motivasi, kemampuan, keahlian, dan pengetahuan yang diperlukan guna menutupi kekurangan teridentifikasi dalam perencanaan kepegawaian. Sedangkan menurut Faustino Cardoso Gomes (1995:105): Rekrutmen merupakan proses mencari, menemukan, dan menarik para pelamar untuk dipekerjakan dalam dan oleh suatu organisasi.

Menurut Schermerhorn (1997): Rekrutmen (*Recruitment*) adalah proses penarikan sekelompok kandidat untuk mengisi posisi yang lowong.

Perekrutan yang efektif akan membawa peluang pekerjaan kepada perhatian dari orang-orang yang berkemampuan dan keterampilannya memenuhi spesifikasi pekerjaan. Maksud rekrutmen adalah untuk mendapat persediaan sebanyak mungkin calon-calon pelamar sehingga perusahaan mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk melakukan pilihan terhadap calon tenaga pekerja yang dianggap memenuhi standar kualifikasi atau perusahaan.

D. Proses Rekrutmen

Proses rekrutmen berlangsung mulai dari saat mencari pelamar hingga pengajuan lamaran oleh pelamar. Oleh karena itulah rekrutmen sebagai salah satu kegiatan manajemen sumber daya manusia tidak dapat dilepaskan kaitannya dengan kegiatan yang lain seperti deskripsi dan spesifikasi pekerjaan atau jabatan sebagai hasil analisis pekerjaan atau jabatan yang memberikan gambaran tentang tugas-tugas pokok yang harus dikerjakan. Proses rekrutmen ini adalah proses mencari, menemukan, mengajak dan menetapkan sejumlah orang dari dalam maupun dari luar perusahaan sebagai calon tenaga kerja dengan karakteristik tertentu seperti yang telah ditetapkan dalam perencanaan sumber daya manusia. Hasil yang didapatkan dari proses rekrutmen adalah sejumlah tenaga kerja yang akan memasuki proses seleksi, yakni proses untuk menentukan kandidat yang mana yang paling layak untuk mengisi jabatan tertentu yang tersedia di perusahaan, setelah diadakan perencanaan SDM, dan analisis serta klasifikasi pekerjaan. Rekrutmen merupakan proses komunikasi dua arah. Pelamar-pelamar menghendaki

informasi yang akurat mengenai berbagai informasi perusahaan atau organisasi yang bersangkutan. Sedangkan perusahaan atau organisasi sangat menginginkan informasi yang akurat tentang pelamar-pelamar tersebut sebelum diangkat menjadi karyawan.

Proses rekrutmen di banyak perusahaan di Indonesia menggunakan alur/tahapan yang hampir sama. Menurut Mardianto, (2014:10) proses rekrutmen dibagi menjadi 3, yaitu:

1. *Sourcing Process* adalah proses untuk mendapatkan pelamar sesuai dengan kebutuhan yang ada, melalui sumber-sumber yang tersedia. Metodenya menggunakan internal resourcing dan external resourcing. Cara menarik para pelamar cukup beragam yaitu direct mail, job fair/bursa kerja, iklan, head hunter, asosiasi profesi dan sebagainya.
2. *Selection Process* adalah proses untuk menyaring pelamar menjadikan kandidat sesuai dengan kriteria (seleksi) yang ada. Cara yang dilakukan bisa berupa:
 - a) Psychological Test/Psikometri
 - b) Wawancara Psikologi
 - c) Tes Teknis
 - d) Managerial Skill Test, dan sebagainya.
3. *User Process* adalah proses untuk mencari orang yang tepat sesuai dengan posisi yang tersedia, diperoleh di antara kandidat yang telah lolos dari proses seleksi. Tahapan yang biasanya dilakukan adalah:
 - a) Wawancara oleh direct user (manager) dan indirect user (director)

- b) Medical chek up
- c) Sign contact & administration
- d) Orientasi karyawan baru

Beberapa Alasan Dilakukan Rekrutmen :

- a. Berdirinya organisasi baru,
- b. Adanya perluasan (*ekspansi*) kegiatan organisasi,
- c. Terciptanya pekerjaan-pekerjaan dan kegiatan-kegiatan baru,
- d. Adanya pekerjaan yang pindah ke organisasi lain,
- e. Adanya pekerja yang berhenti, baik dengan hormat maupun tidak dengan hormat.
- f. Adanya pekerja yang berhenti karena memasuki usia pensiun, dan
- g. Adanya pekerja yang meninggal dunia.

E. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Rekrutmen

Beberapa faktor, yang mempengaruhi apabila pencarian kebutuhan tenaga baru dari luar perusahaan akan dipengaruhi yaitu :

- a. Kondisi ekonomi negara secara umum yang relatif sulit, maka biasanya akan terjadi *oversupply* atau calon pekerja jauh lebih besar dibanding jumlah permintaan. Jika hal ini terjadi, maka perusahaan relatif lebih mudah untuk mencari karyawan baru, sebab para pelamar kerja melimpah.
- b. Ketersediaan tenaga kerja pada bidang yang dicari. Jika bidang yang dicari merupakan bidang yang tergolong langka, maka perusahaan akan lebih sulit dalam memenuhi kebutuhan

karyawannya. Misal, bidang teknologi komputer, atau bidang *cellular engineering*.

- c. Reputasi perusahaan; Suatu perusahaan cenderung akan lebih mudah mencari dan merekrut *the best people*, jika perusahaan itu memiliki reputasi bagus, sehingga *the best graduates* akan berlomba-lomba bekerja di perusahaan tersebut. Contoh: Astra atau *Microsoft*.

Metode rekrutmen/penarikan akan berpengaruh besar terhadap banyaknya lamaran yang masuk ke dalam perusahaan. Metode rekrutmen/penarikan calon karyawan baru Hasibuan, (2010:44) ada 2 yaitu:

1. Metode tertutup

Metode tertutup adalah ketika penarikan hanya diinformasikan kepada para karyawan atau orang-orang tertentu saja. Akibatnya, lamaran yang masuk relative sedikit sehingga kesempatan untuk mendapatkan karyawan yang baik sulit.

2. Metode terbuka

Metode terbuka adalah ketika penarikan diinformasikan secara luas dengan memasang iklan pada media massa, cetak maupun elektronik agar luas ke masyarakat. Dengan metode terbuka diharapkan lamaran banyak masuk sehingga kesempatan untuk mendapatkan karyawan *qualified* lebih besar.

F. Penelitian Terdahulu

Berikut penulis sajikan tabel penelitian sebelumnya yang terkait dengan variabel reputasi perusahaan terhadap penerimaan karyawan baru:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penulis / Tahun	Judul	Metodologi penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rofifah Mau'idzah Hasanah (2016)	Pengaruh Reputasi perusahaan terhadap loyalitas nasabah pengguna internet banking	Metode penelitian kuantitatif, menggunakan statistik deskriptif	Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel reputasi perusahaan berpengaruh sedang atau cukup terhadap loyalitas nasabah pengguna internet banking pada nasabah bank muamalat Indonesia cabang Bogor dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan beta positif sebesar 0,78
2.	Ika suwanti (2017)	Pengaruh privasi reputasi perusahaan, dan keamanan terhadap kepercayaan nasabah pada layanan internet banking pada BRI Purworejo	Menggunakan kuesioner (angket) dengan metode deskriptif	Variabel privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepercayaan nasabah pada layanan internet banking BRI Purworejo

3.	Sairoh (2016)	Pengaruh Pengalaman PPL, LPK, Lingkungan keluarga, Dan Informasi dunia kerja Terhadap Minat Menjadi Guru	Penelitian ini tergolong jenis penelitian <i>ex-post facto</i> , yaitu suatu penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi kemudian merunut ke belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut.	Penelitian ini menyatakan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi guru
4.	Angga Swadita Fridantara (2018)	Pengaruh Daya Tarik Perusahaan dan E-rekrutment Terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan pada Calon Karyawan	Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian kuantitatif	Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Daya Tarik Perusahaan terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan, pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan, pengaruh <i>E-recruitment</i> terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan dan pengaruh Daya Tarik Perusahaan terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan yang dimediasi oleh eputasi Perusahaan

5.	Komang Dede Permadi (2015)	Pengaruh Reputasi, Kompensasi, dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan	Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh reputasi perusahaan, kompensasi yang ditawarkan perusahaan dan lingkungan kerja perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan.
----	----------------------------	--	---	---



G. Kerangka Konsep

Salah satu perusahaan penjualan produk mobil yang terkenal adalah PT. Makassar Raya Motor di Makassar. Perusahaan yang bergerak dalam bisnis penjualan produk mobil yang sudah terbukti kesuksesannya sehingga dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya.

Untuk lebih jelas mengenai kerangka pikir skema kerangka pikir terlihat sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konsep

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan bertujuan untuk mengungkap bagaimana pengaruh Reputasi Perusahaan di PT. Makassar Raya Motor. Jenis dari penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu data yang diperoleh bukan dalam bentuk angka atau tidak dapat dihitung dan diperoleh dari hasil wawancara dan pemimpin perusahaan dan karyawan dalam perusahaan serta informasi yang diperoleh dari pihak yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

B. Fokus Penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisis hasil penelitian, maka penelitian ini difokuskan pada objek yang menjadi sumber yaitu HRD, Manajer keuangan, Manajer Pemasaran, dan Manajer after sales PT. Makassar Raya Motor dan Karyawan perusahaan dimana dari objek tersebut bisa di dapat informasi mengenai pengaruh reputasi perusahaan terhadap penerimaan karyawan baru.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor pusat PT. Makassar Raya Motor yang beralamat di jalan Dr. Sam Ratulangi No. 8-10 gedung Wisma

Kalla lantai 11. Penelitian dilaksanakan mulai bulan agustus sampai dengan bulan Oktober.

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan :

1. Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.

3. Informan

Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Informan merupakan orang-orang yang benar mengetahui permasalahan yang akan diteliti.

Informan terbagi dua yaitu :

a. Informan kunci merupakan orang-orang yang dianggap mengetahui permasalahan yang diteliti, yaitu Kepala Cabang PT. Makassar Raya Motor sebanyak satu orang.

b. Informan non kunci merupakan orang-orang yang memahami permasalahan yang diteliti. Adapun yang dimaksud sebagai informan non kunci dalam penelitian ini adalah karyawan sebanyak 2 orang.

E. Pengumpulan Data

untuk pengumpulan data sebagai bahan penelitian, maka dilakukan teknik pengumpulan data dengan cara :

1) Pengamatan (*Observation*)

Pengamatan (*Observation*) adalah pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat kegiatan yang dilakukan.

2) Wawancara (*Interview*)

Wawancara (*Interview*) merupakan suatu percakapan antara dua orang atau lebih dan melibatkan narasumber dan pewawancara yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang tepat dan terpercaya.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti akurat dan pencatatan sumber informasi khususnya seperti gambar, tulisan dan sebagainya.

F. Instrumen Penelitian

Di dalam penelitian ini penulis sendiri yang bertindak sebagai instrument, ini didasari oleh adanya potensi manusia yang memiliki sifat dinamis dan kemampuan untuk mengamati, menilai, memutuskan dan menyimpulkan secara objektif.

Hasil penelitian yang valid serta dapat diperoleh dengan menggunakan alat bantu berupa pedoman wawancara, pedoman

observasi, pensil/pulpen dan catatan peneliti yang berfungsi sebagai alat pengumpul data serta alat pemotret sebagai alat dokumentasi. Instrument peneliti yang digunakan adalah wawancara. Penggunaan metode wawancara digunakan karena peneliti ingin menggali informasi terkait bagaimana pengembangan sumber daya manusia.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Reduksi tidak perlu diartikan sebagai kuantifikasi data.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan.

3. Penarikan kesimpulan / Verifikasi

Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan. Langkah ketiga dalam analisis data dalam penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan mengalami perubahan apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah PT. Makassar Raya Motor

PT. Makassar Raya Motor yang berlokasi di Jalan Dr. Sam Ratulangi No. 08-10 Gedung Wisma Kalla Lantai 11, didirikan dengan akte nomor 09 tanggal 28 April 1986. Oleh notaries Hasan Zaini, SH. Dan berlokasi pertama kali di Jalan Ahmad Yani No. 15 Makassar. Perusahaan tersebut bergerak dalam bidang perdagangan umum.

Berdasarkan keluarnya akte pendirian perusahaan, maka PT. Makassar Raya Motor berhak mendirikan atau menjalankan usahanya sebagai perdagangan umum, khususnya penjualan kendaraan, suku cadang dan perawatan kendaraan merek Daihatsu. Adapun kekuatan hukum yang memperkuat keberadaan PT. Makassar Raya Motor adalah sebagai berikut:

- 1) Tanda Daftar Perusahaan (TDP) dari kantor pelayanan Administrasi Perizinan Pemerintah Kota Makassar nomor : 503/15628/TDPPT-B/01/BPTPM
- 2) Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dari Kantor Pelayanan Perizinan Pemerintah Kota Makassar dengan nomor : 503/15359/SIUPB-B/01/BPTPM
- 3) Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dari Kantor Pelayanan Administrasi Perizinan Pemerintah Kota Makassar dengan nomor : 503/20665/IG-B/01/BPTPM

- 4) Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dari Direktorat Jenderal Pajak dengan nomor : 01.412.203.0-812.000
- 5) Asosiasi Rekanan Pengadaan Barang dan Distributor Indonesia (ARDIN) Tahun 2007

Adapun nama-nama owner dari perseroan ini :

- a. H. Halim Kalla sebagai Direktur Utama
- b. H. M. Natsir Kalla, SE, MM. sebagai Direktur Operasional
- c. Ir. Hj. Farida Kalla sebagai Komisaris Utama

Ketiga pengusaha tersebut telah sepakat mendirikan perusahaan tersebut atas dasar kenasama. Selama berdirinya PT. Makassar Raya Motor, telah banyak membantu dan menyalurkan perdagangan mobil ke cabang / perwakilan. Dengan demikian perusahaan ini mempunyai tanggung jawab yang cukup berat, karena harus mempertahankan harga jual kepada konsumen sesuai dengan harga yang dikeluarkan kantor pusat (Direktur). Dengan kerjasama yang baik antara pimpinan dan segenap karyawannya, maka sampai sekarang ini perusahaan tersebut dapat berjalan dengan baik yang ditandai dengan meluasnya pemasaran baik di dalam Area Sulawesi Selatan, tengah maupun Tenggara.

Adapun alamat kantor cabang sebagai berikut:

- a. Palu, Jl. Ir. H. Juanda No.11 Palu Sulawesi Tengah
Telp.(0451)428644 - 428667 Fax. (0541) 428674
- b. Kendari, Jl. Moh. Hatta No. 71 Telp.(0401)323024 - 324676
Fax. (0401)324280

- c. Pare-pare, Jl. BauMassepe No. 166 Pare-Pare Sulawesi Selatan Telp. (0421) 23399 Fax. (0421) 23399
- d. Bone, Jl. Jend. Ahmad Yani No.1 Bone Sulawesi Selatan Telp. (0481) 22400 Fax. (0481)22400
- e. Kolaka, Jl. Pramuka No. 45 Telp. (0405) 21585 Fax. (0405) 24003
- f. Bulukumba, Jl. Sam Ratulangi
- g. Poso, Jl. PulauBatam No. 64 Telp. Fax
- h. Palopo, Jl. AndiKambo No. 113
- i. Luwuk, Jl. Moh. Hatta No. 30
- j. Bau-bau, Jl. Erlangga No. 154
- k. Malili, Jl. Sam Ratulangi Kel. Puncak Indah Kecamatan Malili Kab. LuwuTimur.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi Raja Daihatsu se-sulawesi

b. Misi

- 1) Meningkatkan kontribusi pendapatan perusahaan, karyawan serta berperan aktif dalam pengembangan daerah dimana cabang kami berada,
- 2) Mengembangkan Sumber Daya Manusia yang professional
- 3) Memberikan keuntungan yang maksimal bagi pihak-pihak yang terlibat (stakeholders)

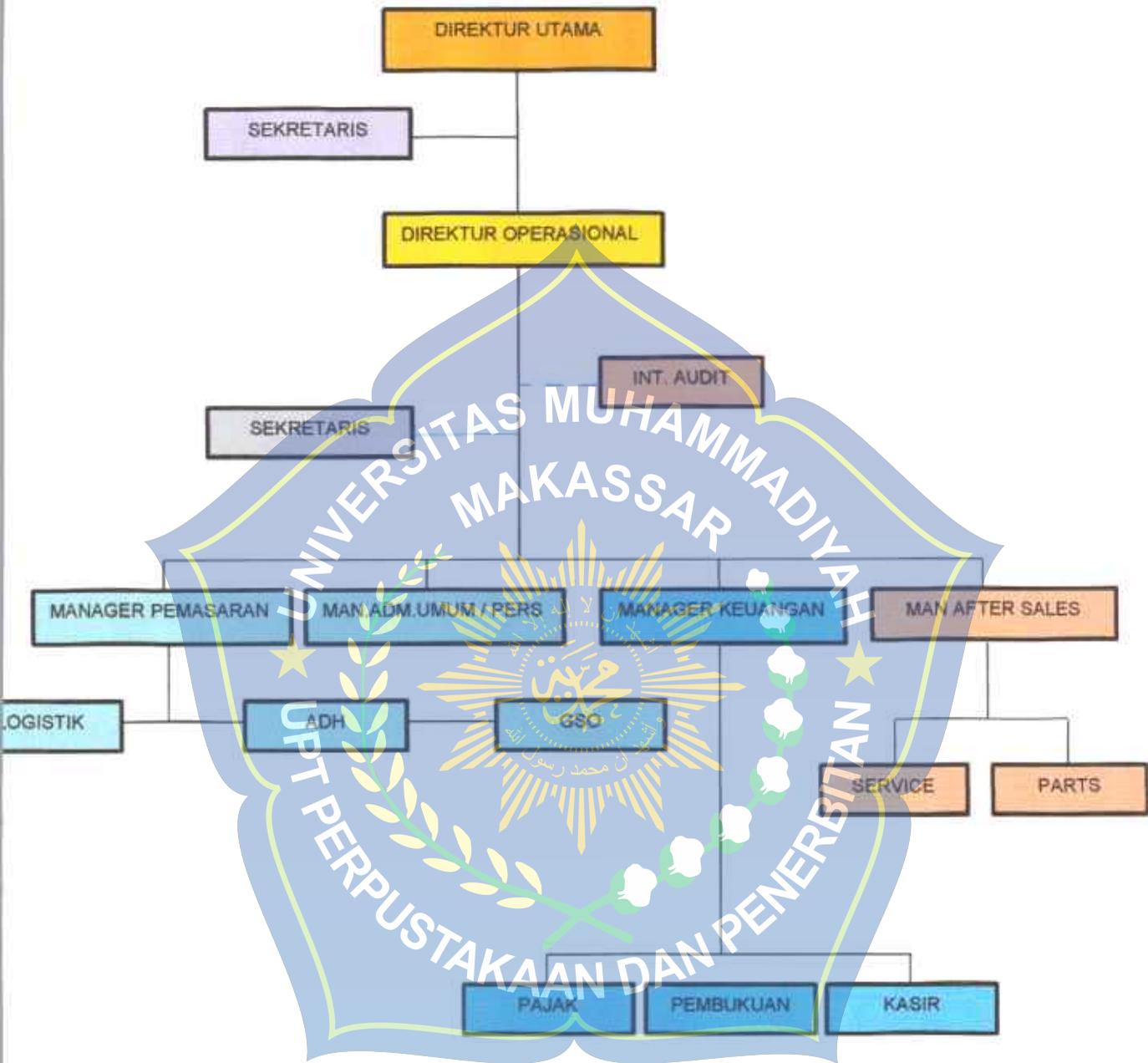
- 4) Memberikan pelayanan yang maksimal terhadap pelanggan.

3. Struktur Organisasi, Tugas dan Tanggung Jawab

Dalam menjelaskan suatu keadaan perusahaan kepada pihak-pihak yang membutuhkan maka perlu untuk menyusun suatu struktur organisasi agar nampak dengan jelas bagaimana organisasi dengan pendelegasian jabatan tersebut dan bagaimana proses pelaksanaan dari pada kegiatan dan jabatan tersebut.

Salah satu persyaratan yang cukup penting bagi suatu perusahaan agar dapat berjalan lancar sebagaimana yang diharapkan, yaitu apabila terdapat pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang dinyatakan dengan jelas, maka di harapkan dapat mendorong kerja sama yang baik untuk meningkatkan produktivitas pekerja serta keinginan untuk melakukan sesuatu yang sempurna sehingga dapat mempertancar pekerjaan dalam perusahaan.

Adapun bagan struktur organisasi pada PT. Makassar Raya Motor sebagai berikut :



Gambar 4.1

Adapun Tugas dan Tanggung jawab masing – masing yaitu :

- **Direktur utama** : sebagai koordinator, komunikator, pengambil keputusan, pemimpin, pengelola dan eksekutor dalam menjalankan dan memimpin perusahaan Perseroan Terbatas (PT).
- **Direktur operasional** : bertanggung jawab pada semua aktivitas operasional perusahaan yang di bawahinya, mulai dari perencanaan, proses hingga bertanggung jawab pada hasil akhir proses.
- **Sekretaris** : membantu pimpinannya dalam melakukan tugas-tugas harian, baik yang rutin maupun yang khusus.
- **Internal audit** : memeriksa keuangan secara menyeluruh pada sebuah perusahaan mencakup pemeriksaan transaksi keluar dan transaksi masuk dari dan ke perusahaan itu sendiri.
- **EDP/IT** : Bertugas melakukan entry data (memasukkan/menginput dan mengeluarkan) dan juga melakukan proses sistem informasi atau transaksi informasi sesuai policy manajemen suatu perusahaan
- **Manajer pemasaran** : Memimpin seluruh jajaran Departemen Marketing sehingga tercipta tingkat efisiensi, efektivitas, dan produktivitas setinggi mungkin.
- **Logistik** : Terlibat secara umum dalam pengadaan, pemrosesan pesanan.

- Administration Head (ADH) : Bertanggung jawab terhadap proses dan mengawasi kegiatan administrasi, kelengkapan data, pengecekan, filing dokumen, dan pemeriksaan seluruh dokumen administrasi.
- Government Sales Operation (GSO) : Melakukan aktivitas pengenalan brand dan presentasi produk knowledge, terutama dalam lingkup corporate dan pemerintah
- Manajer ADM. Umum/Pers : memproses pos, pemindaian, pencarian, pengindeksan, pengarsipan, dan pengarsipan dan Mengawasi, mengatur, memprioritaskan, dan meningkatkan alur kerja untuk tim.
- Manajer After Sales : Melakukan perbaikan terus menerus (Kaizen : Continuous Improvement) agar kualitas SDM dan kualitas pelayanan After Sales Service (ASS) semakin baik.
- Manajer Keuangan : Menjalankan dan mengoperasikan roda kehidupan perusahaan se-efisien dan se-efektif mungkin dengan menjalin kerja sama dengan manajer lainnya.
- Pajak : Mengurusi soal pajak mobil yang dikirim ke perusahaan
- Pembukuan : Bertugas mengarsip dan merangkum semua keuangan yang dikeluarkan maupun diterima oleh perusahaan.

- Kasir : Mengurusi keuangan perusahaan termasuk pengeluaran sehari hari karyawan, biaya makan serta transportasi.
- Service : Memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan kepada customer dan Memberikan nilai tambah kepuasan pelanggan dan Menjadikan pelanggan loyal.
- Parts : Melakukan follow-up atas order yang telah dibuat sehingga dapat memberikan informasi yang akurat terhadap parts pesanan next internal customer.

B. Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan jenis data kualitatif, dimana data berdasarkan pada data yang dinyatakan dalam bentuk uraian informasi yang bersifat kualitatif yang didapatkan dari hasil wawancara mengenai Pengaruh reputasi perusahaan terhadap proses penerimaan karyawan baru pada PT. Makassar Raya Motor.

Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer yang diambil secara langsung dari objek penelitian dengan cara observasi dan wawancara kepada responden. Sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari dokumen-dokumen perusahaan. Data ini berupa gambaran umum perusahaan seperti sejarah dan gambaran umum perusahaan serta struktur organisasi.

1. Karakteristik Informan Penelitian

Jumlah Informan dalam penelitian ini adalah 4 orang yang terdiri dari HRD PT. Makassar Raya Motor yaitu Pak Ali Seppo, Manajer pemasaran Pak Halmi Burhanuddin, manajer keuangan Pak Sofyan M, dan Manajer after sales Pak Rony Rantung.

2. Deskripsi Hasil Penelitian

Data dari hasil penelitian ini didapatkan melalui wawancara yang dilakukan kepada responden. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap HRD, manajer pemasaran, manajer keuangan, dan manajer after sales, maka peneliti mendeskripsikan hasil wawancara sebagai berikut:

Pertama peneliti melakukan wawancara pada tanggal 25 september 2020 terhadap Bapak HB, Bagaimana anda menjaga reputasi perusahaan? Informan Bapak HB menjawab :

*Cara meningkatkan citra perusahaan bisa lewat program CSR atau bisa dikenal dengan corporate social responsibility. Tanggung jawab sosial merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. CSR dapat memberikan citra baik untuk perusahaan. Karena dengan tindakan tanggung jawab sosial tersebut dapat menarik simpatik dan membangun pandangan baik di mata para konsumen. Meningkatkan reward loyalitas juga merupakan cara meningkatkan citra perusahaan yang baik. Dengan memberikan hadiah atau bonus yang menarik bagi konsumen yang telah membeli produk perusahaan. Bonus atau hadiah tersebut sebagai tanda bahwa perusahaan peduli dan secara tidak langsung berterimakasih kepada para konsumen karena telah

menjadi pelanggan setia perusahaan. Selain memberikan citra baik bagi perusahaan, reward loyalitas ini juga membuat pelanggan dengan perusahaan menjadi semakin dekat”

Kemudian peneliti menanyakan, Bagaimana strategi meningkatkan reputasi perusahaan? Informan Bapak HB menjawab :

” Beri Penghargaan Terhadap Ulasan Pelanggan, karena ulasan sangat penting bagi pelanggan baru. Maksimalkan Layanan untuk memastikan ulasan yang kita terima bagus, dan untuk memastikan info tentang bisnis Anda menyebar dengan baik dari mulut ke mulut, Pikirkan cara-cara untuk menunjukkan kepada pelanggan betapa mereka berarti bagi kami, dan sebagai hasilnya, buat mereka merasa istimewa. Bersikap terbuka ketika menanggapi Ulasan buruk. Buat penawaran dengan nilai baik di media sosial ini salah satu cara terbaik untuk meningkatkan reputasi perusahaan secara konsisten adalah dengan menawarkan nilai di media sosial. Pikirkan cara-cara untuk membangun kepercayaan dengan target audiens Anda dengan memberi mereka nilai ini secara gratis. Dengan begitu, mereka melihat Anda sebagai ahli dan mengandalkan keahlian Anda, dan dapat membuktikan reputasi Anda bahkan jika mereka belum membeli dari Anda”.

Selanjutnya peneliti bertanya, Apakah reputasi perusahaan berdampak pada minat peserta calon karyawan baru pada PT. Makassar

Raya Woto?? Bapak HB menjawab :

"Iya ada, karena dengan reputasi perusahaan kami yang alhamdulillah baik banyak calon karyawan yang berminat melamar kerja di perusahaan kami".

Di hari yang sama peneliti bertanya kepada manajer keuangan Bapak SM, peneliti menanyakan, Bagaimana anda meningkatkan reputasi perusahaan saat proses penerimaan karyawan baru pada PT Makassar Raya Motor? Informan Bapak SM menjawab :

"Dalam proses seleksi karyawan kami selalu memperkalkan profil perusahaan yang bertujuan agar karyawan lebih mengenal perusahaan serta meningkatkan *image* positif bagi perusahaan".

Peneliti kemudian bertanya, Bagaimana tahap penerimaan karyawan baru pada PT Makassar Raya Motor? Informan Bapak SM menjawab :

"Perusahaan harus mengidentifikasi terlebih dahulu terkait adanya kebutuhan karyawan baru yang harus direkrut, perusahaan harus menyusun perencanaan untuk posisi yang dibutuhkan, memasang iklan lowongan, seperti media cetak atau online yang memiliki pangsa pasar pembaca yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, melakukan wawancara, memilih kandidat yang sesuai dan membuat penawaran kerja, menerima karyawan baru, mengajak karyawan baru mengelilingi perusahaan".

Setelah itu peneliti bertanya kepada Manajer Pemasaran Bapak SM tentang Penerimaan karyawan baru pada PT. Makassar Raya Motor.

Peneliti lalu bertanya, Apakah proses penerimaan karyawan baru dilakukan secara online atau tatap muka? Informan Bapak SM menjawab:

"Proses penerimaan karyawan baru di PT Makassar Raya Motor menggunakan metode online dan tatap muka. Para pelamar mengirimkan cv-nya ke *e-recruitment* perusahaan. Lalu setelah lolos berkas kita seleksi lagi secara langsung atau tatap muka".

Kedua peneliti mewawancarai HRD Bapak AS tentang penerimaan Karyawan baru yakni Berapa lama proses penerimaan karyawan baru pada PT. Makassar Raya Motor? Lalu informan Bapak AS menjawab :

"Proses penerimaan karyawan baru memiliki waktu yang lumayan lama karena banyaknya peserta yang melamar sehingga membutuhkan waktu satu bulan".

Selanjutnya peneliti menanyakan Kapan dan dimana dilakukan proses penerimaan karyawan baru? Informan Bapak AS menjawab :

"Penerimaan karyawan baru dilaksanakan saat setiap divisi membutuhkan karyawan baru, saat ada karyawan yang sementara cuti ataupun ada karyawan resign ataupun dikeluarkan. Penerimaan karyawan baru dilaksanakan di cabang masing-masing ataupun di kantor pusat".

Peneliti lalu bertanya, Apakah proses seleksi karyawan baru sudah berhasil memberikan SDM yang sesuai dengan posisi yang dilamar? AS menjawab :

"Iya, dikarenakan tahapan seleksi yang sedemikian telah dilalui sehingga memberikan SDM yang berkualitas".

Di hari yang sama peneliti bertanya kepada majaner after sales, Apa alasan anda menerima karyawan baru? Lalu informan Bapak RR menjawab :

"Kami menerima karyawan baru saat perusahaan membutuhkan karyawan tambahan atau mengganti karyawan yg sudah lebih dahulu resign. Saat perusahaan membuka cabang baru".

Kemudian peneliti bertanya, Apakah kualitas karyawan sudah memberikan kontribusi yang baik bagi perusahaan? Lalu Informan Bapak RR Menjawab :

"Alhamdulillah sejauh ini sudah memberikan kontribusi yang baik, mereka bekerja dengan baik dan maksimal".

Selanjutnya peneliti menanyakan, Bagaimana proses e-recruitment pada PT. Makassar Raya Motor? Informan Bapak Rony Rantung menjawab :

"Biasanya para calon peserta yang ingin mendaftar bisa melalui website rekrutment.kallagroup.co.id dan mengisi data diri dan mengupload cv".

1) Daftar Reputasi PT. Makassar Raya Motor

Tabel 4.1

Daftar Reputasi Yang Telah diperoleh perusahaan PT. Makassar Raya Motor :

No	Reputasi Yang Diperoleh	Cabang	Tahun
1	<i>Best Sale</i> oleh Astra Internasional	Kendari	2019
2	<i>Best Sale</i> Oleh Astra Internasional	Pare-pare	2018
3	Divisi After Sales juara 2 pada Kontes Indonesia Bagian Timur (IBT)	Pare-pare	2017
4	Pajak Terbaik	Head office	2018
5	Indonesia Sales Satisfaction Index (SSI) J.D. Power Asia Pasific	Pare-pare	2018
6	Indonesia Sales Satisfaction Index (SSI) J.D. Power Asia Pasific	Pare-pare	2016
7	Indonesia Sales Satisfaction Index (SSI) J.D. Power Asia Pasific	Pare-pare	2015

Keterangan :

1. PT. Makassar Raya Motor cabang Kendari mendapatkan penghargaan atas pencapaian penjualan terbaik oleh Astra Internasional Pada tahun 2019
2. PT. Makassar Raya Motor cabang Pare-pare mendapatkan penghargaan atas pencapaian penjualan terbaik oleh Astra Internasional Pada tahun 2018

3. PT. Makassar Raya Motor cabang Pare-pare mendapatkan penghargaan sebagai juara 2 pada kontes mekanik Indonesia Bagian Timur (IBT) di Manado pada tahun 2017
4. Kantor pusat PT. Makassar Raya Motor mendapatkan penghargaan pajak terbaik pada tahun 2018
5. PT. Makassar Raya Motor Cabang Pare-pare mendapatkan penghargaan atas kontribusinya dalam mencapai kepuasan pelanggan pada tahun 2018
6. PT. Makassar Raya Motor Cabang Pare-pare mendapatkan penghargaan atas kontribusinya dalam mencapai kepuasan pelanggan pada tahun 2016
7. PT. Makassar Raya Motor Cabang Pare-pare mendapatkan penghargaan atas kontribusinya dalam mencapai kepuasan pelanggan pada tahun 2015.

JD Power melakukan survei kepada 2.665 pembeli mobil baru Daihatsu pada PT. Makassar Raya Motor di periode Agustus 2017 hingga Juli 2018. Mereka kemudian melakukan studi pada Februari hingga September 2018.

Indeks Kepuasan Pelanggan, terdiri dari lima faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan pengalaman pembelian kendaraan baru. Faktor-faktor tersebut adalah *Dealership Facility* (23%); *Dealer Sales Consultant* (23%); *Working out the Deal* (19%); *Delivery Process* (19%); dan *Paperwork Completion* (16%).

Pembeli kendaraan di Indonesia menghargai penjelasan tentang pembelian kendaraan baru, terutama dalam hal fitur baru. Penggunaan perangkat digital untuk menunjukkan fitur, juga membantu untuk lebih melibatkan pelanggan dengan produk dan meningkatkan pengalaman penjualan secara keseluruhan. Hasil studi juga menemukan bahwa 61% pelanggan menerima demonstrasi bagaimana mengoperasikan fitur kendaraan baru mereka selama proses pengiriman, menghasilkan tingkat kepuasan yang jauh lebih tinggi, dibandingkan dengan 39% pelanggan yang tidak menerima penjelasan.

Itulah alasan mengapa PT. Makassar Raya Motor mendapatkan reputasi yang baik dimata pelanggan dan masyarakat.

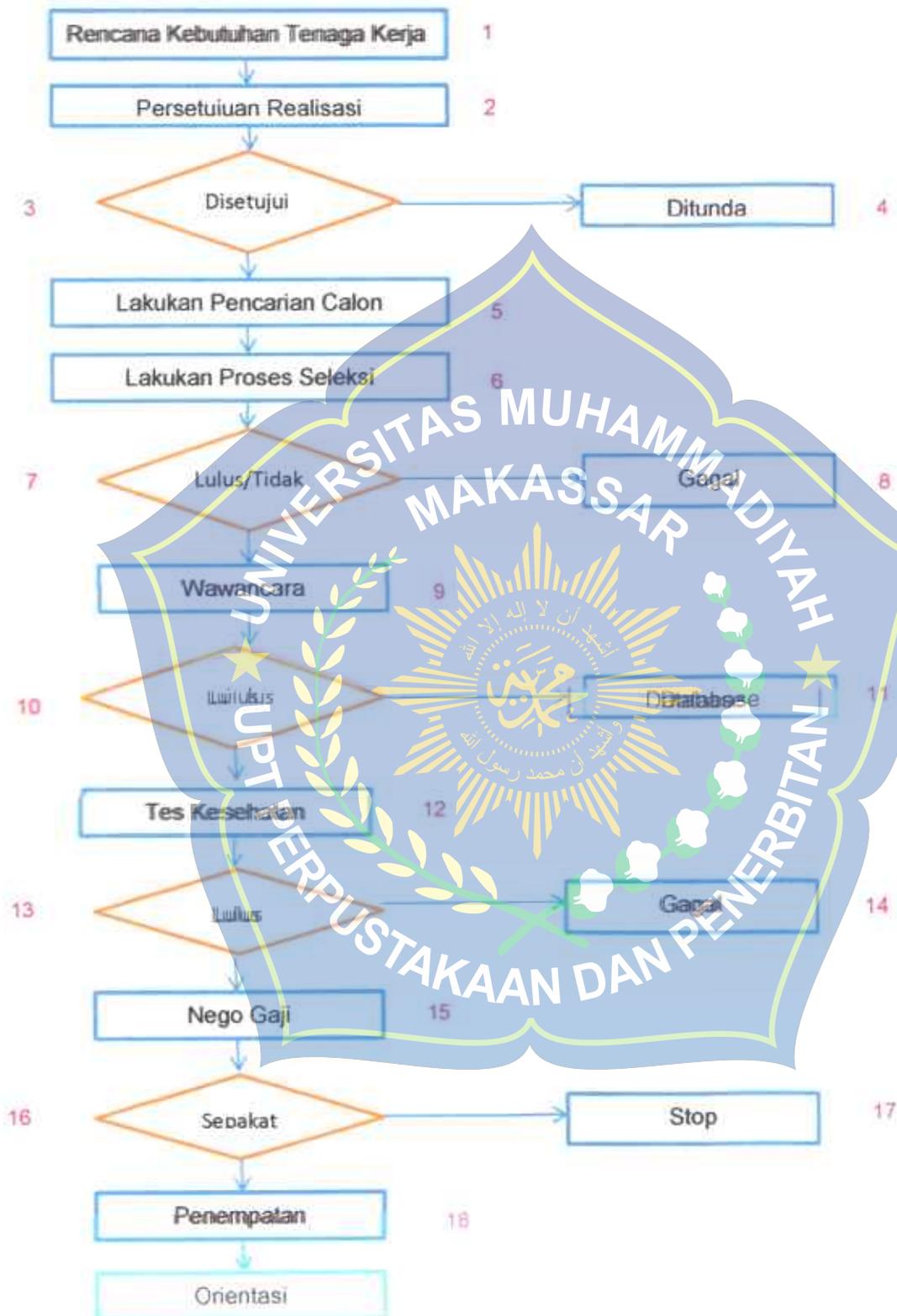
PT. Makassar Raya Motor juga memberikan *reward* kepada karyawan atas prestasi yang mereka raih dengan memberikan mereka kesempatan mengikuti training di Jepang selama satu bulan.

3. Hasil Reduksi Data

Dengan reputasi yang didapatkan PT. Makassar Raya Motor tersebut maka perusahaan dapat menarik banyak minat calon pekerja untuk melamar di PT. Makassar Raya Motor, dengan banyaknya calon peserta yang melamar di perusahaan membuat proses penerimaan karyawan baru jadi lebih lama. Seleksi yang intens sangat berpengaruh dalam menemukan karyawan yang benar-benar cocok dengan *jobdesc* yang dibutuhkan.

➤ *FlowChart* Proses Rekrutmen Karyawan Pada PT. Makassar Raya Motor

sesuai SOP HRD :



C. Pembahasan

Hasil penelitian mendapatkan bahwa adanya reputasi perusahaan sangat bisa menarik perhatian para pelamar untuk melamar pekerjaan di Perusahaan PT. Makassar Raya Motor sehingga perusahaan bisa mendapatkan SDM yang berkualitas.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah proses penerimaan karyawan baru yang merupakan perbandingan hasil yang diperoleh (*output*) dengan reputasi perusahaan yang dipergunakan sebagai masukan (*input*).

Hasil penelitian secara deskriptif menunjukkan bahwa reputasi perusahaan terhadap proses penerimaan karyawan baru pada PT. Makassar Raya Motor. Didasarkan pada hasil wawancara peneliti dimana proses seleksi rekrutmen penerimaan karyawan baru dapat meningkatkan reputasi perusahaan.

Reputasi perusahaan juga dapat meningkatkan minat calon peserta karyawan baru pada PT. Makassar Raya Motor. Perusahaan sangat bisa mendapatkan karyawan yang berkualitas yang bisa membantu perusahaan jadi lebih maju.

Dengan demikian reputasi berpengaruh pada proses penerimaan karyawan karena dengan reputasi perusahaan yang baik maka makin banyak calon peserta karyawan hingga membuat perusahaan lebih lama dalam menyeleksi para kandidat yang pantas untuk menempati posisi yang perusahaan butuhkan.

Tahapan seleksi yang lebih selektif untuk mendapatkan karyawan yang sesuai dengan posisi yang dilamar. Dengan mendapatkan karyawan yang berkualitas akan sangat berdampak kembali terhadap reputasi perusahaan. Bisa lebih meningkatkan reputasi perusahaan kedepannya

Adapun cara perusahaan menjaga reputasinya yakni dengan program CSR atau bisa dikenal dengan corporate social responsibility. Tanggung jawab sosial merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. CSR dapat memberikan citra baik untuk perusahaan. Karena dengan tindakan tanggung jawab sosial tersebut dapat menarik simpatik dan membangun pandangan baik di mata para konsumen. Meningkatkan reward loyalitas juga merupakan cara meningkatkan citra perusahaan yang baik. Dengan memberikan hadiah atau bonus yang menarik bagi konsumen yang telah membeli produk perusahaan. Bonus atau hadiah tersebut sebagai tanda bahwa perusahaan peduli dan secara tidak langsung berterimakasih kepada para konsumen karena telah menjadi pelanggan setia perusahaan. Selain memberikan citra baik bagi perusahaan, reward loyalitas ini juga membuat pelanggan dengan perusahaan menjadi semakin dekat.

Perusahaan juga membuat strategi untuk meningkatkan reputasi perusahaan yakni :

- a) Beri Penghargaan Terhadap Ulasan Pelanggan, karena ulasan sangat penting bagi pelanggan baru, pikirkan cara-cara agar dapat memperoleh lebih banyak ulasan. Sebenarnya, pelanggan jarang memberikan ulasan kecuali terjadi sesuatu yang tidak memuaskan.

- b) **Maksimalkan Layanan, Untuk memastikan ulasan yang kita terima bagus,** dan untuk memastikan info tentang bisnis menyebar dengan baik dari mulut ke mulut, pastikan perusahaan melakukan yang terbaik dengan pelayanan.
- c) **Pikirkan cara-cara untuk menunjukkan kepada pelanggan betapa mereka berarti** bagi perusahaan dan sebagai hasilnya yang membuat mereka merasa istimewa. Tidak ada yang pernah melupakan bisnis yang melampaui dan melampaui batas.
- d) **Bersikap terbuka** ketika menanggapi Ulasan buruk, mendapatkan ulasan yang buruk tidak pernah menyenangkan, tetapi meskipun perusahaan melakukan semuanya dengan 'benar', kemungkinan perusahaan akan menerimanya masih tinggi.
- e) **Buat penawaran dengan nilai baik** di media sosial ini salah satu cara terbaik untuk meningkatkan reputasi perusahaan secara konsisten adalah dengan menawarkan nilai di media sosial. **Pikirkan cara-cara untuk membangun kepercayaan** dengan target audiens perusahaan dengan memberi mereka nilai ini secara gratis.

Tahapan yang lainnya adalah Perusahaan harus mengidentifikasi terlebih dahulu terkait adanya kebutuhan karyawan baru yang harus direkrut, perusahaan harus menyusun perencanaan untuk posisi yang dibutuhkan, memasang iklan lowongan, seperti media cetak atau online yang memiliki pangsa pasar pembaca yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, melakukan wawancara, memilih kandidat yang sesuai dan

membuat penawaran kerja, menerima karyawan baru, mengajak karyawan baru menggilingi perusahaan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, Reputasi perusahaan berpengaruh pada proses penerimaan karyawan baru, maka didapatkan beberapa kesimpulan antara lain :

1. Meningkatkan minat calon peserta karyawan baru pada PT. Makassar Raya Motor
2. Proses seleksi yang membutuhkan waktu yang lama karena banyaknya jumlah pelamar
3. Tahap seleksi yang lebih selektif untuk mendapatkan kandidat karyawan yang sesuai dengan posisi yang dilamar
4. Hasil dari seleksi bisa mendapatkan kandidat yang benar-benar sesuai dengan jobdesc yang dilamar.

B. Saran

1. Jadwal seleksi pada PT. Makassar Raya Motor bisa lebih diperpanjang
2. Baiknya perusahaan membatasi waktu wawancara atau tes untuk setiap peserta calon karyawan agar seleksi karyawan lebih efektif

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, S. Ruky. 2003. *Kualitas Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2007. *Principle of marketing (7th ed)*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Fajrina, Rani Sherly. 2012. *Jurnal Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Komunikasi Word-Of-Mouth Terhadap Pembuatan Keputusan Melamar Kerja*. Jakarta
- Fridantara, Swasdita angga. 2018. *Jurnal Pengaruh Daya Tarik Perusahaan dan E-rekrutment Terhadap Keinginan Melamar Pekerjaan pada Calon Karyawan*. Jakarta
- Gomes, Faustino Cardoso. 1995. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hasanah, Rofifah Maulidzah. 2016. *Jurnal Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas nasabah Pengguna Internet Banking*. Bogor.
- John R Schermerhorn, Jr. 1997. *Manajemen*. Yogyakarta : Penerbit ANDI
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2007. *Principle of marketing (7th ed)*. New Jersey: Prentice Hall International, inc.
- Marthin Tangan, Roy. 2014 *Jurnal Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Noe, Raymond A., John R. Hollenbeck., Barry Gerhart and Patrick M. Wright. 2011. *Fundamentals of Human Resource Management*. New York: McGraw Hill.
- Permadi, Komang Dede. 2015. *Pengaruh Reputasi, Kompensasi, dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan*. Bali.
- Sairoh. 2016. *Pengaruh pengalaman PPL, LPK, Lingkungan keluarga, dan Informasi dunia kerja terhadap minat menjadi guru*. Yogyakarta.
- Simamora, Henry. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. STIE YKPN. Yogyakarta.
- Suwanti, Ika. 2017. *Jurnal pengaruh Privasi Reputasi perusahaan dan keamanan terhadap kepercayaan nasabah pada layanan internet banking*. Purworejo.
- Sutojo, Siswanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: PT. Dinar Mulya Pustaka.

Sutrisno, Edi. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi pertama*.
Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Werther, William B. & Keith Davis. 1996. *Human Resources And Personal
Management. Edisi kelima*. New York: McGraw-Hill.







PT. MAKASSAR RAYA MOTOR

Daihatsu Dealer Untuk Sulawesi Selatan, Tengah & Tenggara



Makassar, 21 September 2020

Nomor : 005/Adm-MRM/IX-2020

Hal : **Konfirmasi Ijin Penelitian**

Kepada yth,

Ketua LP3M

Universitas Muhammadiyah Makassar

Bpk. Dr.Ir.Abubakar Idhan,MP

Di,- Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb.

Dengan hormat,

Berdasarkan Surat Nomor:1497/05/C.4-VIII//IX42/2020, tanggal 16 september 2020. Perihal permohonan ijin penelitian kepada mahasiswi :

Nama : Musdalifah Fitriani

No.Stambuk : 10572 1130816

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Besama ini kami sampaikan bahwa mahasiswi tersebut diatas dapat kami terima untuk melaksanakan penelitian di Perusahaan kami. Terhitung mulai tanggal 26 September – 26 November 2020.

Atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr.Wb.

Hormat kami,
PT. MAKASSAR RAYA MOTOR


M. ALI SEPPO, SE
Manager Adm. Umum & Personalia

Tembusan :

- Direktur Oprasional
- Arsip

Branch Office :
JI. DR Sam Ratulangi No. 08-10
Wisma Kalla Lt. 11 Makassar 90125, Indonesia
Tlp. (0411) 879 308 - 879 309
Fax. (0411) 879 305

HASIL WAWANCARA I

Nama Informan : Bapak HB
Hari/Tanggal : Jum'at, 25 September 2020
Jam : 09.00 WITA
Tempat Wawancara : Kantor Pusat PT. Makassar Raya Motor

	MATERI WAWANCARA
Peneliti (Musdalifah Fitriani)	Bagaimana anda menjaga reputasi perusahaan?
Informan (HB)	<p>Cara meningkatkan citra perusahaan bisa lewat progam CSR atau bisa dikenal dengan corporate social responsibility. Tanggung jawab sosial merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. CSR dapat memberikan citra baik untuk perusahaan. Karena dengan tindakan tanggung jawab sosial tersebut dapat menarik simpatik dan membangun pandangan baik di mata para konsumen. Meningkatkan reward loyalitas juga merupakan cara meningkatkan citra perusahaan yang baik. Dengan memberikan hadiah atau bonus yang menarik bagi konsumen yang telah membeli produk perusahaan. Bonus atau hadiah tersebut sebagai tanda bahwa perusahaan peduli dan secara tidak langsung berterimakasih kepada para konsumen karena telah menjadi pelanggan setia perusahaan. Selain memberikan citra baik bagi perusahaan, reward loyalitas ini juga</p>

	membuat pelanggan dengan perusahaan menjadi semakin dekat
Peneliti (Musdalifah Fitriani)	Bagaimana strategi meningkatkan reputasi perusahaan?
Informan (HB)	Beri Penghargaan Terhadap Ulasan Pelanggan, karena ulasan sangat penting bagi pelanggan baru, Maksimalkan Layanan untuk memastikan ulasan yang kita terima bagus, dan untuk memastikan info tentang bisnis Anda menyebar dengan baik dari mulut ke mulut, Pikirkan cara-cara untuk menunjukkan kepada pelanggan betapa mereka berarti bagi kami, dan sebagai hasilnya, buat mereka merasa istimewa. Bersikap terbuka ketika menanggapi Ulasan buruk. Buat penawaran dengan nilai baik di media sosial ini salah satu cara terbaik untuk meningkatkan reputasi perusahaan secara konsisten adalah dengan menawarkan nilai di media sosial. Pikirkan cara-cara untuk membangun kepercayaan dengan target audiens Anda dengan memberi mereka nilai ini secara gratis. Dengan begitu, mereka melihat Anda sebagai ahli dan mengandalkan keahlian Anda, dan dapat membuktikan reputasi Anda bahkan jika mereka belum membeli dari Anda
Peneliti (Musdalifah Fitriani)	Apakah reputasi perusahaan berdampak pada minat peserta calon karyawan baru pada PT. Makassar Raya Motor?
Informan (Bapak HB)	Iya ada, karena dengan reputasi perusahaan kami yang alhamdulillah baik banyak calon karyawan yang berminat melamar kerja di perusahaan kami

HASIL WAWANCARA II

Nama Informan : Bapak SM
 Hari/Tanggal : Jum'at, 25 September 2020
 Jam : 09.30 WITA
 Tempat Wawancara : Kantor Pusat PT. Makassar Raya Motor

MATERI WAWANCARA	
Peneliti (Musdalifah Fitriani)	Bagaimana anda meningkatkan reputasi perusahaan saat proses penerimaan karyawan baru pada PT Makassar Raya Motor?
Informan (BM)	Dalam proses seleksi karyawan kami selalu memperkmaikan profil perusahaan yang bertujuan agar karyawan lebih mengenal perusahaan serta meningkatkan <i>image</i> positif bagi perusahaan
Peneliti (Musdalifah Fitriani)	Bagaimana tahap penerimaan karyawan baru pada PT Makassar Raya Motor?
Informan (Bapak SM)	Perusahaan harus mengidentifikasi terlebih dahulu terkait adanya kebutuhan karyawan baru yang harus direkrut, perusahaan harus menyusun perencanaan untuk posisi yang dibutuhkan, memasang iklan lowongan, seperti media cetak atau online yang memiliki pangsa pasar pembaca yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, melakukan wawancara, memilih kandidat yang sesuai dan membuat penawaran kerja, menerima karyawan baru, mengajak karyawan baru mengelilingi perusahaan
Peneliti (Musdalifah Fitriani)	Apakah proses penerimaan karyawan baru dilakukan secara online atau tatap muka?
Informan (Bapak SM)	Proses penerimaan karyawan baru di PT Makassar Raya Motor

menggunakan metode online dan tatap muka. Para pelamar mengirimkan cv-nya ke *e-recruitment* perusahaan. Lalu setelah lolos berkas kita seleksi lagi secara langsung atau tatap muka



HASIL WAWANCARA III

Nama Informan : Bapak AS
 Hari/Tanggal : Jum'at, 25 September 2020
 Jam : 10.00 WITA
 Tempat Wawancara : Kantor Pusat PT. Makassar Raya Motor

MATERI WAWANCARA	
Peneliti (Musdalifah Fitriani)	Kapan dan dimana dilakukan proses penerimaan karyawan baru?
Informan (Bapak AS)	Penerimaan karyawan baru dilaksanakan saat setiap divisi membutuhkan karyawan baru, saat ada karyawan yang sementara cuti ataupun ada karyawan resign ataupun dikeluarkan. Penerimaan karyawan baru dilaksanakan di cabang masing-masing ataupun di kantor pusat
Peneliti (Musdalifah Fitriani)	Apakah proses seleksi karyawan baru sudah berhasil memberikan SDM yang sesuai dengan posisi yang dilamar?
Informan (Bapak AS)	Iya, dikarenakan tahapan seleksi yang sedemikian telah dilalui sehingga memberikan SDM yang berkualitas
Peneliti (Musdalifah Fitriani)	Berapa lama proses penerimaan karyawan baru pada PT. Makassar Raya Motor?
Informan (Bapak AS)	Proses penerimaan karyawan baru memiliki waktu yang lumayan lama karena banyaknya peserta yang melamar sehingga membutuhkan waktu satu bulan

HASIL WAWANCARA IV

Nama Informan : Bapak RR
Hari/Tanggal : Jum'at, 25 September 2020
Jam : 10.30 WITA
Tempat Wawancara : Kantor Pusat PT. Makassar Raya Motor

MATERI WAWANCARA	
Peneliti (Musdalifah Fitriani)	Apa alasan anda menerima karyawan baru?
Informan (Bapak RR)	Kami menerima karyawan baru saat perusahaan membutuhkan karyawan tambahan atau mengganti karyawan yg sudah lebih dahulu resign. Saat perusahaan membuka cabang baru
Peneliti (Musdalifah Fitriani)	Apakah kualitas karyawan sudah memberikan kontribusi yang baik bagi perusahaan?
Informan (Bapak RR)	Alhamdulillah sejauh ini sudah memberikan kontribusi yang baik, mereka bekerja dengan baik dan maksimal
Peneliti (Musdalifah Fitriani)	Bagaimana proses e-recruitment pada PT. Makassar Raya Motor?
Informan (Bapak RR)	Biasanya para calon peserta yang ingin mendaftar bisa melalui website rekrutment.kallagroup.co.id dan mengisi data diri dan mengupload cv



Tampak depan kantor PT. Makassar raya Motor



Tampak dalam PT. Makassar Raya Motor



Ruang kerja PT. Makassar Raya Motor



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
UPTI PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN











Foto bersama karyawan PT. Makassar Raya Motor

RIWAYAT HIDUP



Musdalifah Fitriani lahir di Samarinda Seberang pada tanggal 21 September 1997. Penulis adalah anak sulung dari dua bersaudara, buah hati dari pasangan ayahanda Hamzah dan ibunda Sahriani. Penulis memasuki jenjang pendidikan dasar dibangku SDN 65 Bua pada tahun 2004 dan tamat pada tahun 2009. Selanjutnya, penulis

melanjutkan pendidikan di SMPN 01 Bua pada tahun 2009 dan tamat pada tahun 2012. Kemudian penulis pendidikan di SMA Negeri 03 Palopo pada tahun 2012 dan tamat tahun 2015. Pada tahun 2016, penulis kembali melanjutkan studi ke Universitas Muhammadiyah Makassar dan mendaftar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, jurusan Manajemen. Berkat perlindungan dan pertolongan Allah SWT, dan kerja keras penulis serta iringan doa dari orang tua, saudara dan sahabat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Proses Penerimaan Karyawan Baru Pada PT Makassar Raya Motor".

