

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak *corporate social responsibility* dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar kerja Generasi Z di Kabupaten Bekasi. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, beberapa kesimpulan dapat ditarik sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Z di Kabupaten Bekasi. Hasil ini ditunjukkan dengan nilai original sample (O) sebesar 0,323, nilai T-statistik sebesar 3,840 ($\geq 1,656$), dan p-value sebesar 0,000 ($\leq 0,05$). Artinya, semakin baik pelaksanaan CSR dalam suatu perusahaan, maka semakin tinggi minat Generasi Z untuk melamar kerja di perusahaan tersebut. Dengan demikian hipotesis pertama diterima.
2. Reputasi Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Z di Kabupaten Bekasi. Hasil ini ditunjukkan dengan nilai original sample (O) sebesar 0,572, nilai T-statistik sebesar 7,224 ($\geq 1,656$), dan p-value sebesar 0,000 ($\leq 0,05$). Artinya, semakin baik reputasi perusahaan di mata calon pelamar, semakin tinggi minat Generasi Z untuk melamar kerja di perusahaan tersebut. Dengan demikian hipotesis kedua diterima.
3. *R-Square* menunjukkan bahwa variasi minat melamar kerja Generasi Z di Kabupaten Bekasi dapat dijelaskan sebesar 70,8% oleh variabel-variabel dalam model penelitian ini, sedangkan sisanya sebesar 29,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan penelitian tersebut penulis memberikan beberapa saran diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Saran untuk perusahaan

- a. Perusahaan di Kabupaten Bekasi dapat memperkuat implementasi program *corporate social responsibility* dengan lebih aktif melibatkan diri dalam kegiatan yang berdampak langsung pada masyarakat, seperti pendidikan, pelatihan kerja, dan program lingkungan. Upaya ini tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat tetapi juga dapat meningkatkan daya tarik perusahaan di mata calon pelamar kerja dari Generasi Z.
 - b. Penting bagi perusahaan untuk menjaga reputasi dengan tetap mengedepankan integritas, kualitas produk atau layanan, serta transparansi dalam operasional guna membangun citra positif. Optimalisasi media digital juga menjadi langkah strategis, mengingat Generasi Z cenderung mencari informasi melalui media sosial dan platform digital; perusahaan dapat memanfaatkan saluran ini untuk menonjolkan program CSR dan prestasi mereka
 - c. Perusahaan perlu fokus pada *Employee Value Proposition* (EVP) dengan menciptakan citra sebagai organisasi yang peduli terhadap kesejahteraan karyawan, menawarkan lingkungan kerja inklusif, serta memberikan peluang pengembangan karier yang jelas. Terakhir, kolaborasi dengan institusi pendidikan, seperti sekolah dan universitas, dapat menjadi langkah efektif untuk memperkenalkan nilai-nilai perusahaan sekaligus memberikan informasi terkait program CSR kepada generasi muda.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya
- a. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas variabel penelitian dengan menambahkan faktor-faktor lain, seperti budaya organisasi, employer branding, atau lingkungan kerja, guna mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat melamar kerja Generasi Z. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat mempertimbangkan untuk menjadikan reputasi perusahaan sebagai variabel intervening yang dapat menghubungkan pengaruh faktor eksternal dan internal terhadap keputusan Generasi Z dalam memilih pekerjaan.

- b. Penelitian selanjutnya perlu dilakukan di wilayah lain untuk mengevaluasi konsistensi hasil atau melihat adanya perbedaan karakteristik Generasi Z di berbagai daerah.
 - c. Penelitian selanjutnya menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif atau metode campuran (mixed methods), juga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam terkait preferensi Generasi Z terhadap CSR dan reputasi perusahaan.
2. Saran untuk calon pelamar kerja
- a. Calon pelamar kerja disarankan untuk cermat dalam menilai reputasi perusahaan sebelum melamar, dengan melakukan riset terkait integritas, stabilitas bisnis, dan keberlanjutan perusahaan.
 - b. Calon pelamar kerja juga perlu memperkuat kualifikasi diri dengan meningkatkan kompetensi dan pengalaman melalui pelatihan atau kegiatan yang relevan, untuk meningkatkan daya saing di pasar kerja.
 - c. Manfaatkan media digital, seperti LinkedIn, untuk mencari informasi terkait perusahaan, CSR, dan peluang kerja yang sesuai dengan minat dan keterampilan Anda.