

## Intisari

Saat ini, usaha mendapatkan karyawan yang memiliki bakat sesuai dengan kriteria dan kebutuhan telah menjadi isu yang krusial bagi perusahaan (Liu, Keeling, dan Papamichail, 2016), tidak terkecuali bagi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia. Banyak cara yang dilakukan BUMN agar menjadi pilihan utama pencari kerja yang diinginkan. Meningkatkan jumlah pelamar yang diseleksi pada dasarnya merupakan strategi yang paling efektif untuk mendapatkan talenta tersebut. Namun, keefektifan tersebut berbeda-beda tergantung dari daya tarik organisasi, sehingga BUMN perlu memikirkan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya tarik organisasinya.

Salah satu strategi untuk meningkatkan daya tarik organisasi adalah dengan melakukan aktivitas rekrutmen awal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi tersebut, yaitu dengan menganalisis pengaruh positif aktivitas rekrutmen awal persepsian terhadap daya tarik organisasi dan efek mediasi pengetahuan merek perusahaan pada pengaruh tersebut pada BUMN di Indonesia. Penelitian dilakukan dengan mengambil data primer menggunakan kuesioner yang disebar kepada mahasiswa tingkat akhir di Indonesia yang memiliki ketertarikan untuk bekerja di BUMN. Data dianalisis menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Model* (SEM-PLS) dengan aplikasi WarpPLS 7.0.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dari aktivitas rekrutmen awal persepsian terhadap daya tarik organisasi. Di sisi lain, hasil penelitian juga menunjukkan adanya efek mediasi parsial dari pengetahuan merek perusahaan pada pengaruh positif tersebut, sehingga BUMN perlu secara cermat memilih strategi aktivitas rekrutmen awal yang paling efektif meningkatkan daya tarik organisasinya.

**Kata Kunci:** Aktivitas rekrutmen awal, pengetahuan merek perusahaan, daya tarik organisasi.

### ***Abstract***

*Currently, the effort to get employees who have talent according to the criteria and needs has become a crucial issue for companies (Liu, Keeling, and Papamichail, 2016), including State-Owned Enterprises (SOE) in Indonesia. There are many ways that SOEs do to become the main choice of desired job seekers. Increasing the number of applicants selected is basically the most effective strategy to get these talents. However, the effectiveness varies depending on the attractiveness of the organization, so SOEs need to think of the right strategy to increase the attractiveness of their organization.*

*One strategy to increase the attractiveness of the organization is to carry out early recruitment activities. This study aims to analyze the strategy, by analyzing the positive influence of perceived early recruitment activities on organizational attractiveness and the mediating effect of employer brand knowledge on this effect on SOEs in Indonesia. The research was conducted by taking primary data using a questionnaire distributed to final year students in Indonesia who have an interest in working in SOE. Data were analyzed using Partial Least Square Structural Equation Model (SEM-PLS) with WarpPLS 7.0 application.*

*The results showed that there was a positive effect of perceived early recruitment activities on organizational attractiveness. On the other hand, the results of the study also show that there is a partial mediating effect of the employer's brand knowledge on this positive effect, so that SOEs need to carefully choose the most effective early recruitment activity strategy to increase the attractiveness of their organization.*

**Keywords:** *Early recruitment activities, employer brand knowledge, organizational attractiveness.*