

Pengaruh Employer Branding Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan CV. Bintang Rejeki Sejahtera Makassar

Hendrick Samboan ⁽¹⁾

Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Indonesia Paulus, Indonesia;
hsamboan@gmail.com*

Ch. Jeane Tandirerung ⁽²⁾

Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Indonesia Paulus, Indonesia;
jeanetandirerung24@gmail.com

Amir Jaya ⁽³⁾

Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Indonesia Paulus, Indonesia;
amirjaya0505@gmail.com

ABSTRACT

Employer branding plays a crucial role in building a positive corporate image and increasing employee job satisfaction. This study aims to analyze the effect of employer branding on employee job satisfaction at CV. Bintang Rejeki Sejahtera, Makassar. The research method used is quantitative with a multiple linear regression approach. Data were collected through a questionnaire survey of 30 company employees. The results of the study indicate that employer branding has a positive and significant effect on employee job satisfaction with a coefficient of determination (R^2) of 64%. This means that employer branding contributes significantly to increasing employee job satisfaction, while the other 36% is influenced by other factors. The main contributing factors of employer branding are company reputation, organizational culture, and work environment. Thus, companies are advised to strengthen employer branding through effective internal communication, employee rewards, and the development of a work environment that supports work-life balance. This study confirms that employer branding is not only a recruitment strategy, but also an important factor in improving employee welfare and loyalty.

Keywords: employer branding; job satisfaction; corporate image; employee loyalty; human resource management.

ABSTRAK

Employer branding memainkan peran krusial dalam membangun citra perusahaan yang positif dan meningkatkan kepuasan kerja karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh employer branding terhadap kepuasan kerja karyawan di CV. Bintang Rejeki Sejahtera, Makassar. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan regresi linear berganda. Data dikumpulkan melalui survei kuesioner terhadap 30 karyawan perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa employer branding memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 64%. Artinya, employer branding berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan kepuasan kerja karyawan, sementara 36% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor utama employer branding yang berkontribusi adalah reputasi perusahaan, budaya organisasi, dan lingkungan kerja. Dengan demikian, perusahaan disarankan untuk memperkuat employer branding melalui komunikasi internal yang efektif, pemberian penghargaan kepada karyawan, serta pengembangan lingkungan kerja yang mendukung keseimbangan kerja dan kehidupan pribadi. Penelitian ini menegaskan bahwa employer branding bukan hanya strategi rekrutmen, tetapi juga faktor penting dalam meningkatkan kesejahteraan dan loyalitas karyawan.

Kata kunci: employer branding; kepuasan kerja; citra perusahaan; loyalitas karyawan; manajemen sumber daya manusia.

PENDAHULUAN Latar Belakang

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, employer branding menjadi strategi kunci bagi perusahaan dalam menarik dan mempertahankan talenta terbaik. Employer branding didefinisikan sebagai upaya perusahaan dalam membangun citra positif sebagai tempat kerja yang menarik bagi calon karyawan serta mempertahankan kepuasan dan loyalitas karyawan yang sudah ada ^[1]. Dalam konteks organisasi modern, employer branding bukan hanya sekadar alat pemasaran perusahaan kepada tenaga kerja potensial, tetapi juga berdampak langsung terhadap kepuasan kerja dan produktivitas karyawan. Studi menunjukkan bahwa perusahaan dengan employer branding yang kuat memiliki tingkat kepuasan kerja dan retensi karyawan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang kurang memperhatikan aspek ini ^[2].

Pentingnya employer branding semakin relevan di tengah meningkatnya kesadaran karyawan akan lingkungan kerja yang mendukung kesejahteraan mereka. Menurut laporan Badan Pusat Statistik ^[3], sebanyak 75% pencari kerja mempertimbangkan reputasi perusahaan sebelum mengajukan lamaran kerja. Data ini menunjukkan bahwa employer branding tidak hanya berdampak pada daya tarik perusahaan bagi calon karyawan, tetapi juga berperan dalam membangun keterlibatan dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Organisasi yang memiliki employer branding yang baik cenderung menciptakan lingkungan kerja yang lebih positif, meningkatkan motivasi karyawan, serta mengurangi tingkat turnover yang tinggi ^[4].

CV. Bintang Rejeki Sejahtera, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pengadaan barang dan jasa di Makassar, menghadapi tantangan dalam mempertahankan kepuasan kerja karyawan di tengah persaingan industri yang ketat. Meskipun perusahaan telah berupaya membangun citra positif melalui berbagai strategi branding, masih terdapat variasi dalam tingkat kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan. Faktor-faktor seperti lingkungan kerja, budaya organisasi, serta sistem penghargaan dan pengakuan karyawan menjadi elemen penting dalam membangun employer branding yang efektif ^[5]. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh employer branding terhadap kepuasan kerja karyawan di CV. Bintang Rejeki Sejahtera.

Penelitian ini memiliki implikasi praktis dan akademik. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi employer branding yang lebih efektif guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas karyawan. Sementara itu, secara akademik, penelitian ini berkontribusi pada literatur manajemen sumber daya manusia dengan menambah wawasan mengenai hubungan antara employer branding dan kepuasan kerja karyawan dalam konteks perusahaan lokal. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan lain dalam merancang strategi employer branding yang berkelanjutan dan berdampak positif bagi karyawan serta organisasi secara keseluruhan.

Tinjauan Literatur

Employer Branding

Employer branding didefinisikan sebagai strategi perusahaan dalam membangun citra positif di mata karyawan dan calon karyawan dengan tujuan meningkatkan daya tarik, retensi, dan kepuasan kerja karyawan ^[6]. Employer branding mencakup berbagai aspek seperti budaya organisasi, nilai-nilai perusahaan, serta kebijakan yang mendukung kesejahteraan karyawan ^[7,8]. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, perusahaan dengan employer branding yang kuat cenderung memiliki tingkat retensi karyawan yang lebih tinggi serta kepuasan kerja yang lebih baik dibandingkan perusahaan dengan strategi branding yang lemah ^[9].

Menurut Feranda dkk ^[10], employer branding dapat dikategorikan ke dalam tiga dimensi utama: (1) ekonomi, yang mencakup kompensasi dan manfaat yang diterima karyawan; (2) psikologis, yang berkaitan dengan lingkungan kerja dan pengakuan terhadap karyawan; serta (3) fungsional, yang berhubungan dengan peluang karier dan pengembangan profesional. Faktor-faktor ini memainkan

peran penting dalam membentuk persepsi karyawan terhadap perusahaan serta memengaruhi kepuasan kerja mereka.

Kepuasan Kerja Karyawan

Kepuasan kerja karyawan merupakan tingkat kenyamanan yang dirasakan individu terhadap pekerjaan mereka berdasarkan pengalaman dan persepsi terhadap organisasi^[11]. Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan kerja meliputi lingkungan kerja, hubungan dengan rekan kerja dan atasan, serta sistem penghargaan yang diterapkan dalam perusahaan^[12-16]. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan kerja yang tinggi berkontribusi terhadap peningkatan produktivitas, loyalitas, serta rendahnya tingkat turnover karyawan^[17].

Menurut model kepuasan kerja dari Spector^[12], terdapat beberapa indikator utama dalam mengukur kepuasan kerja karyawan, antara lain (1) lingkungan kerja yang mendukung, (2) hubungan interpersonal yang baik, (3) keseimbangan kerja dan kehidupan pribadi, serta (4) sistem kompensasi yang adil. Faktor-faktor ini berkontribusi terhadap kesejahteraan karyawan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kinerja organisasi.

Hubungan Employer Branding dan Kepuasan Kerja Karyawan

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa employer branding memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan kerja karyawan. Studi yang dilakukan oleh Jeihan Nazwa^[18] menemukan bahwa employer branding yang kuat meningkatkan keterlibatan karyawan serta memperbaiki persepsi mereka terhadap organisasi, yang berujung pada peningkatan kepuasan kerja. Selain itu, penelitian oleh Setyawan & Ambarwati^[19] mengonfirmasi bahwa perusahaan yang secara aktif membangun employer branding yang baik mengalami peningkatan loyalitas karyawan serta penurunan turnover.

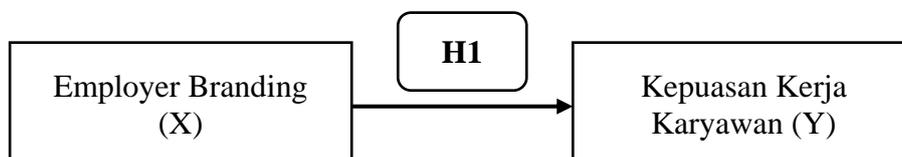
Lebih lanjut, penelitian oleh Setyawan^[19] menunjukkan bahwa faktor employer branding seperti reputasi perusahaan, lingkungan kerja yang positif, serta transparansi komunikasi internal memiliki pengaruh langsung terhadap motivasi dan kepuasan kerja karyawan. Dengan demikian, perusahaan yang ingin meningkatkan kepuasan kerja karyawan harus secara aktif mengembangkan employer branding mereka melalui kebijakan yang lebih inklusif dan berorientasi pada kesejahteraan karyawan^[20,21].

Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan tinjauan literatur dan penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Employer branding berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan di CV. Bintang Rejeki Sejahtera.

Berdasarkan hipotesis yang penulis ajukan di atas, maka penulis mencoba untuk menggambarkan kerangka konseptual dari penelitian ini seperti pada **Gambar 1** berikut:



Sumber: Penulis, 2025

Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatif untuk menganalisis pengaruh employer branding terhadap kepuasan kerja karyawan di CV. Bintang Rejeki Sejahtera, Makassar. Desain penelitian ini dipilih karena bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel independen, yaitu employer branding, dengan variabel dependen, yaitu

kepuasan kerja karyawan. Data dikumpulkan melalui survei kuesioner yang disusun berdasarkan indikator yang telah diuji dalam penelitian terdahulu, sehingga hasil penelitian dapat diuji secara empiris.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan CV. Bintang Rejeki Sejahtera yang berjumlah 30 orang. Karena jumlah populasi relatif kecil, penelitian ini menggunakan metode **sampling jenuh** [22], di mana seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Teknik ini dipilih untuk memastikan bahwa data yang diperoleh mencerminkan kondisi sebenarnya di dalam perusahaan, tanpa kehilangan informasi akibat keterbatasan sampel.

Penelitian ini dilakukan di CV. Bintang Rejeki Sejahtera, yang berlokasi di Jl. Letjen Hertasning, Masale, Kec. Panakkukang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Pengumpulan data dilakukan dalam rentang waktu Januari hingga Februari 2025. Survei disebarikan kepada responden melalui kuesioner berbasis Google Form dan wawancara langsung untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam mengenai persepsi karyawan terhadap employer branding dan kepuasan kerja mereka.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana [23] untuk menguji pengaruh employer branding terhadap kepuasan kerja karyawan. Sebelum analisis regresi dilakukan, uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan memenuhi standar pengukuran yang baik. Selain itu, dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi statistik yang diperlukan. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 26 [24], yang memungkinkan perhitungan statistik secara akurat dan efisien.

Hasil analisis regresi akan menunjukkan seberapa besar employer branding memengaruhi kepuasan kerja karyawan di CV. Bintang Rejeki Sejahtera. Nilai koefisien determinasi (R^2) akan digunakan untuk melihat proporsi variabilitas kepuasan kerja yang dapat dijelaskan oleh employer branding [24,25]. Uji t parsial akan digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara kedua variabel, di mana hipotesis diterima jika nilai signifikansi (p-value) lebih kecil dari 0,05. Dengan metode ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya employer branding dalam meningkatkan kepuasan kerja karyawan.

HASIL

Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan pada karyawan CV. Bintang Rejeki Sejahtera di Makassar dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden. Karakteristik responden mencakup jenis kelamin dan lama bekerja, yang dirangkum dalam **Tabel 1** berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	19	62%
	Perempuan	11	38%
Lama Bekerja	≥ 5 tahun	4	14%
	4 tahun	8	29%
	3 tahun	6	21%
	2 tahun	5	18%
	1 tahun	6	21%
Total		30	100%

Sumber: Data diolah, 2025

Dari table 1 tersebut, mayoritas responden adalah laki-laki (62%) dan sebagian besar karyawan telah bekerja antara 2 hingga 4 tahun (68%).

Analisis Statistik

Uji Korelasi

Uji korelasi Pearson digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel *Employer Branding* (X) dan *Kepuasan Kerja Karyawan* (Y). Hasilnya ditampilkan dalam **Tabel 2** berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Korelasi

Variabel	X	Y
X (Employer Branding)	1	0.806**
Y (Kepuasan Kerja)	0.806**	1

Sumber: Data diolah, 2025

Keterangan: $p < 0.01$ (signifikan pada level 1%)

Nilai korelasi sebesar 0.806 menunjukkan hubungan yang kuat dan positif antara employer branding dan kepuasan kerja karyawan.

Uji Determinasi (R²)

Uji determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana employer branding berkontribusi terhadap kepuasan kerja karyawan.

Tabel 3. Hasil Uji Determinasi

Model	R	R ²	Adj. R ²	Std. Error
1	0.806	0.649	0.637	2.83132

Sumber: Data diolah, 2025

Nilai R² sebesar 0.649 menunjukkan bahwa employer branding mampu menjelaskan 64.9% variasi dalam kepuasan kerja karyawan. Sisanya (35.1%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Uji Regresi Linear

Regresi linear digunakan untuk menguji pengaruh employer branding terhadap kepuasan kerja karyawan. Model yang digunakan:

$$Y = a + bX$$

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear

Variabel	Koefisien (B)	Std. Error	t	Sig.
Konstanta	0.249	5.122	0.049	0.962
X (Employer Branding)	0.966	0.134	7.199	< 0.001

Sumber: Data diolah, 2025

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel employer branding memiliki nilai t-hitung sebesar 7.199, yang lebih besar dari t-tabel (2.045) pada taraf signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan bahwa employer branding memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan ($p < 0.001$).

Analisis ANOVA (Uji F)

Untuk mengetahui apakah model regresi secara keseluruhan signifikan, dilakukan uji F.

Tabel 5. Hasil Uji ANOVA

Sumber Variasi	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regresi	415.408	1	415.408	51.820	< 0.001
Residual	224.459	28	8.016		
Total	639.867	29			

Sumber: Data diolah, 2025

Nilai F-hitung sebesar 51.820 dengan $p < 0.001$ menunjukkan bahwa model regresi ini signifikan dalam menjelaskan hubungan antara employer branding dan kepuasan kerja.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa employer branding memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan di CV. Bintang Rejeki Sejahtera. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa citra perusahaan sebagai tempat kerja yang menarik dan mendukung karyawan dapat meningkatkan kepuasan kerja serta retensi mereka. Dengan nilai korelasi sebesar **0.806**, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa employer branding dan kepuasan kerja memiliki hubungan yang kuat dan positif. Artinya, semakin baik employer branding yang diterapkan oleh perusahaan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan kerja karyawan.

Dalam konteks CV. Bintang Rejeki Sejahtera, employer branding mencerminkan bagaimana perusahaan membangun reputasi, menciptakan budaya organisasi, dan menyediakan lingkungan kerja yang mendukung kesejahteraan serta produktivitas karyawan. Ketika karyawan merasa bahwa perusahaan memiliki reputasi yang baik, lingkungan kerja yang kondusif, serta budaya kerja yang jelas dan mendukung, mereka cenderung merasa lebih puas dengan pekerjaannya. Hal ini selaras dengan teori *Two-Factor Theory* yang dikemukakan oleh Herzberg^[12], di mana faktor-faktor seperti kebijakan perusahaan, kondisi kerja, dan hubungan interpersonal memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan.

Lebih lanjut, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa employer branding memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan dengan nilai $B = 0.966$, $t = 7.199$, $p < 0.001$. Temuan ini menegaskan bahwa setiap peningkatan employer branding sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan kerja sebesar 0.966 satuan. Dengan kata lain, ketika perusahaan mampu meningkatkan citra dan reputasinya sebagai tempat kerja yang baik, maka tingkat kepuasan kerja karyawan pun akan meningkat secara signifikan.

Peningkatan kepuasan kerja ini dapat dijelaskan melalui beberapa aspek. Pertama, kesesuaian nilai perusahaan dengan harapan karyawan berperan penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang nyaman. Karyawan yang merasa bahwa nilai-nilai yang dianut perusahaan sejalan dengan ekspektasi mereka akan lebih termotivasi dan lebih puas dalam bekerja. Kedua, ketersediaan fasilitas serta dukungan dari perusahaan juga menjadi faktor yang tidak bisa diabaikan. Fasilitas yang memadai, kebijakan yang mendukung keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi, serta adanya peluang untuk berkembang dalam karier menjadi faktor penting yang menentukan kepuasan kerja. Ketiga, lingkungan kerja yang sehat dan positif memberikan dampak besar terhadap motivasi karyawan. Hubungan yang baik antara atasan dan bawahan, komunikasi yang terbuka, serta kejelasan dalam tugas dan tanggung jawab memberikan kenyamanan bagi karyawan dalam bekerja, sehingga meningkatkan kepuasan mereka.

Berdasarkan uji determinasi, employer branding mampu menjelaskan **64.9%** variasi kepuasan kerja karyawan, sedangkan sisanya sebesar **35.1%** dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini. Variabel-variabel tersebut dapat mencakup gaya kepemimpinan, kebijakan promosi dan pengembangan karier, sistem penghargaan dan insentif, serta faktor individu seperti motivasi kerja dan tingkat pendidikan. Meskipun employer branding memiliki kontribusi yang besar

terhadap kepuasan kerja, perusahaan tetap perlu memperhatikan faktor-faktor lain yang juga dapat meningkatkan kenyamanan dan loyalitas karyawan.

Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Jeihan Nazwa^[18] yang menyatakan bahwa employer branding yang kuat berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas karyawan. Hal serupa juga ditemukan dalam penelitian Kristianto^[2], yang menegaskan bahwa employer branding bukan hanya alat untuk menarik bakat terbaik, tetapi juga strategi penting dalam mempertahankan karyawan yang sudah ada. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa penghargaan dan pengakuan dari perusahaan memiliki dampak besar terhadap kepuasan kerja karyawan. Dengan demikian, hasil penelitian ini semakin memperkuat bukti bahwa employer branding memiliki peran strategis dalam membentuk kepuasan kerja karyawan, khususnya dalam industri yang sangat bergantung pada loyalitas dan produktivitas tenaga kerja seperti CV. Bintang Rejeki Sejahtera.

Melihat hasil penelitian ini, perusahaan perlu mengambil langkah strategis untuk memperkuat employer branding demi meningkatkan kepuasan kerja karyawan. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan memperbaiki komunikasi internal agar karyawan lebih memahami visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan. Dengan komunikasi yang lebih terbuka, karyawan akan merasa lebih terlibat dalam perkembangan perusahaan dan lebih menghargai tempat mereka bekerja. Selain itu, perusahaan juga dapat meningkatkan transparansi dalam kebijakan promosi dan kenaikan gaji agar karyawan merasa dihargai atas kontribusi mereka.

Langkah lain yang perlu diperhatikan adalah peningkatan fasilitas kerja dan kesejahteraan karyawan. Penyediaan fasilitas yang menunjang produktivitas serta kebijakan yang mendukung keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi akan memberikan dampak positif terhadap kepuasan kerja. Selain itu, perusahaan juga dapat menerapkan sistem penghargaan berbasis kinerja agar karyawan lebih termotivasi dalam bekerja dan merasa diakui atas usaha yang mereka lakukan. Tidak hanya itu, peluang pengembangan karier juga harus diperhatikan. Program pelatihan dan pengembangan keterampilan dapat membantu karyawan meningkatkan kompetensi mereka serta memberikan peluang bagi mereka untuk mendapatkan promosi berdasarkan kinerja dan pengalaman kerja.

Berdasarkan pembahasan ini, dapat disimpulkan bahwa employer branding memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan kerja karyawan di CV. Bintang Rejeki Sejahtera. Employer branding yang kuat dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif, meningkatkan motivasi karyawan, dan memperkuat loyalitas mereka terhadap perusahaan. Namun, perusahaan juga harus mempertimbangkan faktor-faktor lain yang berkontribusi terhadap kepuasan kerja agar strategi peningkatan employer branding dapat berjalan secara optimal. Dengan melakukan berbagai perbaikan dalam aspek employer branding, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih baik, meningkatkan produktivitas karyawan, serta mempertahankan tenaga kerja berkualitas dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkap bahwa employer branding memiliki peran yang signifikan dalam membentuk kepuasan kerja karyawan di CV. Bintang Rejeki Sejahtera. Citra perusahaan sebagai tempat kerja yang menarik, lingkungan kerja yang mendukung, serta budaya organisasi yang positif berkontribusi dalam menciptakan kepuasan kerja yang lebih tinggi. Ketika employer branding diterapkan dengan baik, karyawan cenderung merasa lebih dihargai, lebih terlibat dalam proses kerja, serta memiliki komitmen yang lebih besar terhadap perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa employer branding tidak hanya berfungsi sebagai strategi untuk menarik tenaga kerja, tetapi juga sebagai faktor penting dalam mempertahankan karyawan yang sudah ada. Karyawan yang bekerja di lingkungan yang memiliki employer branding yang kuat lebih mungkin untuk merasa nyaman dengan pekerjaan mereka, memiliki hubungan yang baik dengan rekan kerja dan atasan, serta merasa memiliki prospek karier yang jelas. Dengan adanya employer branding yang positif, karyawan juga lebih termotivasi untuk memberikan kinerja terbaik mereka, yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan produktivitas perusahaan.

Meskipun employer branding terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja, terdapat faktor-faktor lain yang juga turut menentukan tingkat kepuasan tersebut. Aspek seperti gaya kepemimpinan, sistem kompensasi dan penghargaan, kebijakan keseimbangan kerja dan kehidupan pribadi, serta kesempatan pengembangan karier menjadi elemen yang juga harus diperhatikan oleh perusahaan. Jika faktor-faktor ini tidak diperbaiki secara seimbang, maka employer branding yang kuat pun mungkin tidak cukup untuk menjaga kepuasan kerja dalam jangka panjang.

Berdasarkan temuan ini, perusahaan disarankan untuk terus mengembangkan employer branding melalui peningkatan komunikasi internal, penciptaan budaya kerja yang lebih transparan dan inklusif, serta penerapan kebijakan yang lebih responsif terhadap kebutuhan karyawan. Program pelatihan dan pengembangan profesional juga perlu diperkuat agar karyawan merasa memiliki kesempatan untuk berkembang dalam karier mereka. Selain itu, penghargaan atas kinerja karyawan harus diberikan secara konsisten untuk memperkuat loyalitas mereka terhadap perusahaan.

Penerapan employer branding yang lebih baik tidak hanya akan meningkatkan kepuasan kerja karyawan, tetapi juga memperkuat daya saing perusahaan dalam menarik dan mempertahankan tenaga kerja berkualitas. Dengan demikian, CV. Bintang Rejeki Sejahtera dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif, harmonis, dan berkelanjutan, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada pertumbuhan bisnis jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Halik JB, Rantererung CL, Sutomo DA, Rasinan D, Daud M, Todingbua MA. Era Disruptif. 1st ed. Banyuwangi: CV. Adanu Abimata; 2024.
- [2] Kristianto NA, Handoyo S. Pengaruh Employer Branding Terhadap Employee Retention Dengan Employee Engagement Sebagai Mediator Pada Generasi Milenial Di Industri E-Commerce. *J Psikol Media Ilm Psikol* 2020;18:1–19.
- [3] Badan Pusat Statistik Indonesia. *Statistik Indonesia 2021*. Jakarta: 2021.
- [4] Wardhana DY, Andalas PR. Employer Branding Dan Turnover Intention: Pengaruhnya Pada Karyawan Bidang Pariwisata Di Yogyakarta. *Modus* 2023;35:243–57. <https://doi.org/10.24002/modus.v35i2.7676>.
- [5] Hermanto IR, Maulana N. RANCANGAN STRATEGI EMPLOYER BRANDING PT XYZ. *J Teknol Dan Manaj Sist Ind* 2025;3. <https://doi.org/10.56071/jtmsi.v3i2.934>.
- [6] Citta AB, Brasit N, Nurdjanah H, Yusuf RM. Penerapan Employer Branding Dalam Suatu Perusahaan : Studi Beberapa Literature. *J Mirai Manag* 2020;6:122–36.
- [7] Yusuf T, Baptista Halik J, Nurlia N. Analisis Kualitas Kehidupan Kerja (Quality Of Work Life) Terhadap Kinerja (Performance) pegawai RSUD Dr. Kanujoso Djatiwibowo Balikpapan. *J GeoEkonomi* 2019;10:199–218. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i2.96>.
- [8] Halik JB, Nurlia N. THE INFLUENCE OF LECTURER COMPETENCE ON THE QUALITY OF EDUCATION IN THE MANAGEMENT DEPARTMENT OF UKIP MAKASSAR. *J GeoEkonomi* 2024;15:138–47. <https://doi.org/doi.org/10.36277/geoekonomi.V15i1.326>.
- [9] Prawinda KS, Yulianti P. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBANGKITAN EMPLOYEE ENGAGEMENT DI PERBANKAN. *J Ilm MEA (Manajemen, Ekon Dan Akuntansi)* 2022;6:494–512.
- [10] Nadya Najla Feranda, Herwan Abdul Muhyi, Pratami Wulan Tresna. The Influence of Employer Branding on Intention to Apply at PT X in Tangerang Selatan: Study on @Rekrutments Instagram Account Followers. *Al-Kharaj J Ekon Keuang Bisnis Syariah* 2024;6:5296–305. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.2548>.
- [11] Rachman AN, Baharuddin B, Halik JB. Pengaruh Kompetensi Dan Kesesuaian Peran Terhadap Kinerja Awak Kapal MV.Mutawa.103 Di Abu Dhabi. *EKOMA J Ekon Manajemen, Akunt* 2024;4:3100–8.
- [12] Anwar MA. Analisis Model Dua Faktor (Hygiene Factors Dan Motivator Factors) Dosen Tetap Pada Lldikti Wilayah Xi Kalimantan Di Banjarmasin. *Manaj J Ekon USI* 2020;2:134–47. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v2i2.357>.
- [13] Syazida SD, Ardiani W, Suhyar AS. Pengaruh Stres Kerja, Komunikasi Dan Keterlibatan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Di Grand Mercure Medan Angkasa Hotel 2022:65–74.
- [14] Andriani C. Pengaruh Kompensasi, Pelatihan Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Has Penelit FEB UM Bengkulu* 2020;1:1–82.
- [15] Bandhaso ML, Paranoan N. Pengaruh Kepuasan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja

-
- Dosen Fakultas Ekonomi Di Perguruan Tinggi Swasta Di Makasar. *J Akun Nabelo* 2019;1:1–10.
- [16] Bandhaso ML, Tandiredung J, Palungan E, Sasabone L. Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT.Cipta Sejati Revolution Makassar. *MARIOBRE J Mark Manag Innov Bus Rev Mark Manag Innov Bus Rev* 2023;1:35–41.
- [17] Aryani I, Ismuni M, Rahayu T. Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di PT Alam Jaya Graha. *YUME J Manag* 2025;8:205–14.
- [18] Jeihan Nazwa.PP, Irbayuni S. Penerapan Employer Branding Terhadap Kepuasan Kerja. *J Padma* 2024;04:636–42.
- [19] Setyawan AS, Ambarwati MD. Pengaruh Employee Branding terhadap Peran Karyawan dalam Membangun Loyalitas dan Reputasi Perusahaan. *Media Huk Indones* 2024;2:996–1000.
- [20] Halik JB, Lintang J, Patandean EHB. The role of employee productivity through digitalization in increasing the performance of culinary SMEs. *Brazilian J Dev* 2024;10. <https://doi.org/10.34117/bjdv10n2-047>.
- [21] Lambe KHP. Unlocking Gen-Z employee potential : the role of strategic leadership and organizational culture Desbloqueando o potencial dos funcionários da geração Z : o papel da liderança estratégica e da cultura organizacional Cómo liberar el potencial de los emplea. *Brazilian J Dev* 2024;10:1–21. <https://doi.org/10.34117/bjdv10n11-033>.
- [22] Susilana R. Metode Penelitian Sosial Kuantitatif. *J Vis Lang Comput* 2015;11:287–301.
- [23] Riadi E. *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. 1st ed. Yogyakarta: CV. Andi Offset; 2016.
- [24] Ghozali I. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Cetakan X. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro; 2021.
- [25] Haryono S. *Metode SEM untuk penelitian manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Luxima Metro Media 2017;450.