

PENGARUH BUDAYA KERJA DAN TUNJANGAN KARYAWAN TERHADAP EMPLOYER BRANDING PADA PT. ANGKASA PURA PROPERTI

Rahelist Valentina Richi Manurung

Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Indonesia, Jakarta, Indonesia.

rahelistrichi01@gmail.com

Kristin Handayani

Kristin.handayani.mm@gmail.com

Abstrak: *Work culture within the company needs to be considered as internal marketing. the suitability and similarity of the values of each employee and the company will lead to psychological attachment, thus creating a willingness to remain in a company. In addition, companies also need to pay attention to employee benefits. An employee benefits system is clear and aims to help increase employee morale and improve their public presentation through proper management. Many employees do not include employee benefits to increase them according to the work performed. Therefore, this research was made to find out whether there is influence from Work Culture and Employee Benefits on Company Branding at PT. Angkasa Pura Property. The theory used in this study is Work Culture, Employee Benefits and Company Branding. There are two types of variables used, namely independent and dependent variables. The independent variable consists of Work Culture and Employee Benefits, while the dependent variable is Company Branding. The objects in this study are workers at PT. Angkasa Pura Properti, the research method used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. Data was collected by distributing questionnaires via Google form to 50 respondents. Sampling was done by using judgment sampling technique. The results of this study indicate that Work Culture has a positive and significant effect on Company Branding Employee Benefits has a positive and significant effect on Company Branding. The conclusion of this study is that work culture has a positive effect on company branding, where work culture has a strong influence on company branding and employee benefits have a positive effect on company branding, where employee benefits have a strong influence on company branding.*

Kata kunci: *Employer Branding, Budaya kerja, Tunjangan Karyawan*

1. PENDAHULUAN

Perusahaan di abad modern ini memiliki berbagai tantangan yang semakin kompleks, terlebih adanya dampak pandemi yang memaksa perusahaan untuk beradaptasi dengan ragam perubahan. Bukan hanya dalam pasar ekonomi, melainkan juga tantangan dalam pasar tenaga kerja. Para top manajemen menyadari pentingnya memiliki tenaga kerja berkualitas yang mampu beradaptasi di perusahaan mereka. Hal ini menjadi pemicu yang harus diperhatikan baik di kalangan perusahaan multinasional, nasional, swasta, pemerintah, BUMN, maupun start-up. Masalah yang sering timbul adalah ketidakmampuan suatu perusahaan dalam menemukan dan mempertahankan karyawan yang potensial. Usaha untuk mempertahankan karyawan yang potensial telah menjadi perhatian utama dalam sebuah perusahaan maupun



organisasi, oleh karena itu sangat penting bagi perusahaan maupun organisasi memiliki strategi mempertahankan karyawan yang potensial untuk tetap loyal kepada perusahaan. Manajemen sumber daya manusia sangat dibutuhkan dalam setiap kegiatan organisasi. Manajemen sumber daya manusia perannya sangat penting keberadaannya dalam menjalankan roda organisasi

Tantangan untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja di Indonesia membuat organisasi menggunakan *Employer Branding* sebagai instrumen daya saing organisasi dalam “*the war of talent*”. Fokus Perusahaan saat ini adalah bagaimana mempertahankan tenaga kerja yang terbaik dan berkualitas. Istilah *Employer Branding* menunjukkan perbedaan karakteristik perusahaan sebagai pemberi kerja dengan perusahaan lainnya. *Employer Branding* menempatkan *image* yang menunjukkan organisasi atau perusahaan sebagai “*a good place to work*”. Perusahaan yang menerapkan *Employer Branding* adalah perusahaan yang memiliki posisi kuat di pasar tenaga kerja yang kompetitif.

Konsep *Branding* berasal dari konsep *marketing brand* yang dikembangkan dari sudut pandang manajemen sumber daya manusia. *Employer Branding* merupakan bagaimana cara mempromosikan perusahaan melalui sumber daya manusia yang dimilikinya, dimana karyawan perusahaan merasakan adanya rasa aman, keinginan untuk berkembang dan loyalitas terhadap perusahaannya. *Employer Branding* memberikan gambaran tentang bagaimana rasanya bekerja di perusahaan, sekaligus mendorong budaya kerja yang positif bagi karyawan yang ada.

Employer Branding memiliki fungsi untuk memasarkan suatu organisasi sebagai tempat kerja yang memiliki daya tarik, serta untuk mempertahankan atau mengikat orang yang tepat untuk memaksimalkan pekerjaan dalam perusahaan, agar nantinya organisasi tersebut dapat dikenal sebagai tempat kerja yang memiliki orang-orang bertalenta tinggi.

Faktor yang diteliti pengaruhnya terhadap *Employer Branding* adalah Budaya kerja dan Tunjangan Karyawan, Budaya kerja dalam perusahaan perlu untuk diperhatikan sebagai *internal marketing*. Kesamaan nilai dari masing-masing pekerja dan perusahaan dapat menimbulkan keterikatan secara psikologi, artinya karyawan memiliki kemauan untuk tetap berada dalam perusahaan. Keterikatan psikologis ini memiliki hubungan yang baik dengan turnover dan intensi keluar perusahaan, serta dapat mengurangi pengurangan kepuasan kerja, pengurangan kepercayaan terhadap perusahaan, dan pengurangan performa karyawan. Budaya kerja sebagai suatu acuan bagi ketentuan atau peraturan yang berlaku, maka para pemimpin dan karyawan secara tidak langsung akan terikat sehingga dapat membentuk sikap dan perilaku sesuai dengan visi dan misi serta strategi perusahaan. Proses pembentukan tersebut pada akhirnya akan menghasilkan pemimpin dan karyawan *professional* yang mempunyai integritas yang tinggi. Oleh karena itu pimpinan harus berusaha menciptakan kondisi budaya kerja yang kondusif dan dapat mendukung terciptanya kinerja yang baik. Budaya organisasi merupakan pola dasar dalam perusahaan untuk bertindak dalam memecahkan masalah, membentuk karyawan yang mampu beradaptasi dengan lingkungan dan bersatu dengan anggota lain. Karyawan yang mudah beradaptasi akan mampu menyesuaikan diri dengan beragam individu merupakan salah satu keterampilan sosial.

Selain itu perusahaan juga perlu memperhatikan tunjangan karyawan, Tunjangan karyawan digunakan untuk membantu organisasi memenuhi satu atau lebih dari tujuan tujuan seperti meningkatkan moral karyawan, memotivasi karyawan, meningkatkan kepuasan kerja. Pemberian tunjangan karyawan yang tepat bagi karyawan dalam suatu perusahaan dapat memberikan manfaat yang besar bagi perusahaan. Sehingga perlu untuk ditinjau tunjangan karyawan apa yang tepat untuk diterapkan kepada karyawan. Sistem tunjangan karyawan yang jelas dan objektif membantu meningkatkan moral karyawan dan meningkatkan presentasi publik mereka melalui manajemen yang tepat. Tunjangan adalah bagian dari komponen yang terdapat di dalam gaji karyawan, selain gaji pokok yang diberikan untuk menunjang



them to treat your best customers." Pernyataan tersebut cukup mengingatkan para pelaku bisnis tentang bagaimana memperlakukan karyawan dalam proporsi tepat untuk mencapai tujuan bisnis. Terdapat banyak pilihan yang bisa dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan pegawainya, salah satunya adalah kebijakan memberikan tunjangan karyawan.

3. METODE

A. Obyek Penelitian

Obyek Penelitian ini adalah pengaruh Budaya kerja dan Tunjangan Karyawan terhadap *Employer Branding* dan sebagai objek penelitian yang diteliti adalah para pekerja di PT. Angkasa Pura Properti.

B. Desain Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:109) Desain penelitian research design adalah rencana untuk melakukan pengumpulan, pengukuran, dan analisis data berdasarkan pada pertanyaan penelitian. Terdapat 6 aspek dalam desain penelitian:

1) Tujuan Studi

Penelitian ini tergolong kedalam studi deskriptif untuk mengumpulkan data yang menjelaskan karakteristik orang, kejadian atau situasi. Dan dalam studi kausal penelitian ini berupaya untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang bersangkutan dan menerangkan pengaruh antar variabel independen secara signifikan terhadap variabel dependen.

2) Tingkat Intervensi

Penelitian ini menggunakan tingkat intervensi minimum karena penulis berupaya menjelaskan hubungan antar variabel dengan melakukan studi korelasional, yaitu mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner, dan menganalisis data tersebut.

3) Situasi Studi

Berdasarkan pada tingkat intervensi minimum maka, Situasi Studi yang digunakan pada penelitian ini adalah situasi studi tidak diatur (*noncontrived setting*) dengan melakukan studi lapangan (*field study*).

4) Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan strategi penelitian survei, karena penulis mengumpulkan data tentang orang, kejadian dan situasi. Survei yang dilakukan adalah dengan cara menyebarkan kuesioner, di mana responden menyelesaikan pertanyaan-pertanyaan tersebut sendiri.

5) Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini tergolong dalam unit analisis individu, karena rumusan masalah dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara Budaya Kerja dan Tunjangan Karyawan terhadap *Employer Branding*, di mana pengumpulan data diperoleh dari banyak individu. Dalam hal ini, unit analisis adalah individu.

6) Horizon Waktu

Penelitian ini merupakan penelitian studi *cross-sectional* karena penelitian ini hanya dilakukan satu kali pada periode tertentu dan studi *longitudinal*, yang mempelajari orang maupun fenomena pada lebih dari satu batas waktu dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian.





C. Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen). Menurut Sugiyono (2017), variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator		
Budaya Kerja (X1) Budaya kerja adalah sikap dan perilaku individu dan kelompok yang didasari oleh nilai-nilai yang diyakini kebenarannya dan telah menjadi sifat serta kebiasaan dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan sehari-hari mereka di perusahaan (Nurhadijah,2017)	Kedisiplinan	Tata Tertib		
		Waktu dan Kehadiran		
		Tanggung Jawab		
	Keterbukaan	Pendapat		
		Kejujuran		
Saling Menghargai	Saling menghormati dan menghargai			
Kerjasama	Komunikasi			
Nurhadijah(2017)				
Tunjangan Karyawan (X2) Tunjangan adalah kompensasi yang diberikan organisasi kepada para pegawainya karena pegawai tersebut dianggap telah ikut berpartisipasi dengan baik dalam mencapai tujuan organisasi. Sutrisno (2019)	Dimensi	Indikator		
			Motivasi	Kompensasi dan Penghargaan
	Keadilan	Capaian Kerja		
	Bentuk Tunjangan	Tunai		
Non Tunai				
Maruli dalam Yudha(2018)				
Employer Branding (Y) Employer Branding adalah citra dan reputasi perusahaan sebagai tempat kerja yang ideal. Amelia(2018:93)	Dimensi	Indikator		
			Psikologis	Lingkungan Kerja
				Kerjasama
	Gaya Kepemimpinan			
Amelia(2018)				

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling* atau *judgement sampling* yaitu pemilihan sampling yang didasari pada kriteria-kriteria tertentu. Menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie (2017:68), judgement sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini kriteria responden yang dapat mengisi kuesioner adalah individu atau kelompok yang bekerja pada perusahaan yang diteliti, yaitu PT. Angkasa Pura Properti. Responden dalam penelitian ini adalah pekerja PT. Angkasa Pura Properti. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang di dapat dari sumber pertama, baik dari individu maupun perseorangan seperti hasil pengisian kuesioner.



E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dalam bentuk *Google* Menurut Sugiyono (2017:142) kuesioner atau angket adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:121) “instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner).

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017: 130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut sugiyono (2017: 147), adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda menggunakan lebih dari satu variabel bebas untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat. Analisis regresi berganda memberikan mean penelitian secara objektif pada tingkat dan ciri – ciri hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

4. HASIL

4.1. Uji Validitas

Variabel	Kriteria	Hasil Penelitian	Keterangan
Budaya Kerja	$r_{hitung} > t_{tabel}$ (0,278)	$r_{hitung} > (0,278)$	Semua pernyataan Budaya Kerja Valid
Tunjangan Karyawan	$r_{hitung} > t_{tabel}$ (0,278)	$r_{hitung} > (0,278)$	Semua pernyataan Tunjangan Karyawan Valid
<i>Employer Branding</i>	$r_{hitung} > t_{tabel}$ (0,278)	$r_{hitung} > (0,278)$	Semua pernyataan <i>Employer Branding</i> Valid

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

4.1.1. Uji Reliabilitas

Variabel	Kriteria	Hasil Penelitian	Keterangan
Budaya Kerja	Cronbach Alpha > 0,70	0,777 > 0,70	Semua Variabel Reliabel
Tunjangan Karyawan	Cronbach Alpha > 0,70	0,779 > 0,70	
<i>Employer Branding</i>	Cronbach Alpha > 0,70	0,868 > 0,70	

4.1.2. Uji Rata – Rata (*Mean*)

Variabel	Skor Mean	Keterangan
Budaya Kerja	4,07	Semua Variabel berada pada rentang Skala Setuju
Tunjangan Karyawan	3,96	
<i>Employer Branding</i>	3,98	

4.2. Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil data kuesioner yang telah diperoleh melalui pembagian *Google Form* kepada 50 responden, maka diperoleh suatu gambaran mengenai lama bekerja responden yang telah mengisi kuesioner, sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Lama Bekerja

Lama Bekerja	Jumlah Responden	Presentase
< 1 Tahun	11 Orang	22%
2 Tahun	3 Orang	6%
3 Tahun	10 Orang	20%
4 Tahun	7 Orang	14%
5 Tahun	19 Orang	38%

Sumber : Google Form

Berdasarkan data yang diperoleh, responden terbanyak berasal dari lama bekerja 5 tahun dengan jumlah 38%, sedangkan responden yang lama bekerja <1 tahun sebanyak 22%, responden yang lama bekerja 2 tahun sebanyak 6%, responden yang lama bekerja 3 tahun sebanyak 20% dan responden yang lama bekerja 4 tahun sebanyak 14%.

4.3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pada uji normalitas, terdapat kriteria yaitu nilai sig > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal.

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas

Uji Asumsi Klasik	Sig.	Keterangan
Normalitas	0,050	Berdistribusi Normal

Sumber : Data penelitian yang telah diolah 2023

Berdasarkan data yang telah dianalisis pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai Sig 0,050 maka berkesimpulan data berdistribusi secara normal.

a. Uji Heteroskedastisitas

Pada uji heteroskedastisitas, terdapat kriteria yaitu nilai sig $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.12
Hasil Uji Heterosketastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Budaya Kerja (X1)	0,515	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Tunjangan Karyawan (X2)	0,519	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data penelitian yang telah diolah 2023

Pada uji Heterokedastisitas, variabel Budaya kerja memperoleh nilai sig sebesar $0,515 > 0,05$ dan variabel Tunjangan Karyawan memperoleh nilai sig sebesar $0,519 > 0,05$ yang memiliki arti bahwa dalam model regresi tidak terjadi heterokedastisitas.

b. Uji Multikolinearitas

Pada pengujian multikolinearitas terdapat kriteria yaitu nilai tolerance $> 0,100$ dan VIF $< 10,00$ sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Budaya Kerja (X1)	2,339	0,428	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Tunjangan Karyawan (X2)	2,339	0,428	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Data penelitian yang telah diolah 2023

Pada uji Multikolinearitas pada Tabel 4.13 variabel Budaya kerja dan Tunjangan Karyawan memperoleh nilai VIF $2,339 < 10,00$ artinya tidak terjadi multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

4.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda diarahkan untuk membuat asumsi variabel dependen (*Employer Branding*) yang bersumber dari variabel budaya kerja dan tunjangan karyawan. Hal ini disajikan sebagai berikut:



Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	B	Std.error
<i>Constant</i>	-3,392	2,602
Budaya Kerja	0,261	0,097
Tunjangan Karyawan	1,202	0,130

Sumber : Data penelitian yang telah diolah 2023

Dari Tabel 4.14 hasil perhitungan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = (-3,392) + 0,261 X_1 + 1,202 X_2$$

Keterangan:

Y = *Employer Branding*

X_1 = Budaya Kerja

X_2 = Tunjangan Karyawan

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat dijelaskan dari hasil analisis regresi tersebut bernilai konstanta negatif, yaitu -3,392 artinya jika budaya kerja dan tunjangan karyawan sama dengan nol (0) maka *Employer Branding* mengalami penurunan. Nilai koefisien regresi variabel budaya kerja (X_1) sebesar 0,261 artinya budaya kerja berpengaruh positif terhadap *Employer Branding* nilai koefisien regresi variabel tunjangan karyawan (X_2) sebesar 1,202 artinya tunjangan karyawan berpengaruh positif terhadap *Employer Branding*.

Nilai koefisien regresi dalam penelitian ini menunjukkan nilai variabel budaya kerja (0,261) tunjangan karyawan (1,202). Karena $1,202 > 0,261$ maka tunjangan karyawan merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap *Employer Branding*.

a. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Pada uji F, terdapat kriteria yaitu nilai sig < 0,05 atau nilai F hitung > F Tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.15
Hasil Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Nilai F	Sig
152,86	0,000

Sumber : Data penelitian yang telah diolah 2023

Perhitungan F Tabel : 3,20

Df (N2) = 50-3 = 47

Df (N1) = 3-1 = 2

Berdasarkan data pada Tabel 4.15 dijelaskan bahwa nilai sig 0,000 < 0,05 dan nilai F hitung lebih besar dari F Tabel ($152,86 > 3,20$), sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



b. Uji Signifikan Koefisien (Uji T)

Pada uji signifikan koefisien (uji t) terdapat kriteria yaitu nilai t hitung > t Tabel dan nilai sig < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.16
Hasil Uji Signifikan Koefisien (Uji T)

Variabel	T hitung	Sig	Keterangan
X1	2,687	0,010	Tolak H0
X2	9,264	0,000	Tolak H0

Sumber : Data penelitian yang telah diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4.16 dijelaskan bahwa:

- 1) X1 memiliki nilai t hitung ($t = 2,687$) > tTabel (2,0117) atau sig 0,010 < 0,05 Maka tolak H0 atau berpengaruh terhadap *Employer Branding*
- 2) X2 memiliki nilai t hitung ($t = 9,264$) > tTabel (2,0117) atau sig 0,000 < 0,05 Maka tolak H0 atau berpengaruh terhadap *Employer Branding*.

c. Uji Koefisien Determinasi R²

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Adjusted R Square	Std. error of the estimate
0,867	2,36207

Sumber : Data penelitian yang telah diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4.17 dijelaskan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,867 maka memiliki arti bahwa pengaruh variabel independen Budaya Kerja dan Tunjangan Karyawan terhadap variabel dependen *Branding* sebesar 86,7% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

5. PEMBAHASAN**1. Pengaruh Budaya Kerja terhadap *Employer Branding***

Berdasarkan pada hasil perhitungan uji mean diketahui skor mean tertinggi yaitu sebesar 4,20 dimana walaupun posisi skor pernyataan dikatakan rendah, namun hasilnya masih berada pada rentang yang baik.

Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pitaloka Ayu Radhinda tentang Penerapan Proses *Employer Branding* pada Perusahaan E-commerce (Studi Kasus pada Shopee Indonesia), Hasil penelitian menjelaskan bahwa dari banyak program yang disediakan Shopee melalui fasilitas penunjang maupun bentuk keuntungan tambahan di luar upah, hingga bentuk komunikasi dan budaya kerja, sumber menyatakan bahwa budaya perusahaan menjadikan Shopee sebagai tempat kerja yang baik, dengan budaya kerja yang terbuka dalam arti memudahkan dalam proses kerjasama para karyawan. Budaya kerja membuat komunikasi berjalan dua arah dan efektif.

Berdasarkan skor akhir mean variabel Budaya Kerja yaitu sebesar 4,07 yang menyatakan bahwa secara keseluruhan responden setuju bahwa Budaya



Kerja memiliki pengaruh terhadap *Employer Branding* melalui ketepatan waktu hadir para karyawan, kemudian absensi kehadiran, dan komitmen karyawan terhadap tata tertib perusahaan. Hal ini didukung oleh teori Nurhadijah dalam Marsus Suti yaitu pada indikator Disiplin, yang merupakan peraturan dan norma yang berlaku di dalam maupun di luar perusahaan. Karyawan yang memiliki kedisiplinan tinggi mempunyai karakteristik melaksanakan tata tertib, tugas dan tanggung jawab yang baik, disiplin waktu dan kehadiran, disiplin dalam berpakaian. Sumber daya manusia yang ada dalam perusahaan dapat bertahan jika terdapat *Great Leaders* dalam arti hubungan antara atasan dan bawahan baik, serta dikatakan sebagai *Great company* dalam arti memiliki nilai dan budaya perusahaan, reputasi, promosi dan kenaikan pangkat, gaya hidup dalam perusahaan yang baik. Budaya kerja perusahaan mempengaruhi *Employer Branding* dikalangan masyarakat. Maka dapat ditarik kesimpulan *Employer Branding* sangat diperlukan oleh perusahaan untuk mempertahankan SDM yang dibutuhkan melalui budaya dan nilai-nilai yang dikomunikasikan oleh perusahaan.

2. Pengaruh Tunjangan Karyawan terhadap *Employer Branding*

Berdasarkan pada hasil perhitungan uji mean skor mean tertinggi yaitu sebesar 4,28 dimana walaupun posisi skor pernyataan dikatakan rendah, namun hasilnya masih berada pada rentang yang baik.

Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Leti Arinawati, Ratih Purbasari dan Suryanto tentang Pengaruh *employer brand* terhadap *employee engagement* pada PT. Telekomunikasi Indonesia yang menyatakan bahwa PT. Telekomunikasi Indonesia memberikan beragam *benefits and compensations* kepada karyawannya yang akan membuat karyawan merasa puas dan memiliki kemungkinan untuk bertahan lama di perusahaannya. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh Amelia (2018) yang menyebutkan bahwa fakta yang tidak bisa dipungkiri karyawan tetap bertahan dalam perusahaan adalah *finansial*, gaji dan tunjangan (*benefit*).

Berdasarkan skor akhir mean Tunjangan Karyawan yaitu sebesar 3,96 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara keseluruhan responden sangat setuju bahwa Tunjangan karyawan memiliki pengaruh terhadap *Employer Branding* melalui tunjangan berdasarkan prestasi kerja, Gaji yang diterima sesuai dengan beban tugas yang diberikan dan tunjangan sesuai dengan harapan. Hal ini didukung oleh teori Ahmad Sukresno dalam bentuk tunjangan, yaitu Semakin tinggi jabatan maka tunjangan yang diberikan juga semakin besar, dengan tujuan pemberiannya yaitu untuk meningkatkan kesetiaan dan keterikatan karyawan terhadap perusahaan, memberi pemenuhan bagi karyawan dan keluarga, serta memberi motivasi kerja, produktivitas dan disiplin.

Tunjangan berdasarkan pada prestasi akan terjamin pada asas keadilan, dalam arti pemberiannya mengacu pada motivasi kerja yang diberikan secara adil, serta Pemberian rasa adil merupakan hal yang penting untuk peningkatan loyalitas karyawan. Tunjangan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempengaruhi keputusan karyawan untuk tetap melanjutkan bekerja pada perusahaan tersebut, tunjangan juga dapat mempengaruhi kinerja karyawan dalam pemenuhan tugasnya.

Beberapa perusahaan telah menjaga kesejahteraan karyawan dengan memberikan kompensasi dan tunjangan dalam bentuk remunerasi, tunjangan, promosi, dan juga insentif. Kompensasi dan tunjangan diberikan berdasarkan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

kinerja karyawan. Hal ini sejalan dengan Peraturan Menteri Agama Nomor 29 Tahun 2016 sebagai indikator Tunjangan Kinerja, yaitu kelas jabatan, kehadiran kerja dan capaian kerja. Serta didukung oleh Sondang P. Siagian pemberian tunjangan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan.

Maka pemberian tunjangan karyawan ini sangat mempengaruhi karyawan untuk tetap tinggal, karena posisi perusahaan dan pekerja dikatakan seimbang, dalam arti apa yang pekerja dapat berikan dan apa yang perusahaan dapat berikan untuk pekerja. Hal ini tentu berdampak pada *branding* atau citra perusahaan yang mampu memberikan pemenuhan atas pekerjaannya.

3. *Employer Branding* PT. Angkasa Pura Properti

Berdasarkan hasil Uji Signifikan Koefisien (Uji T) pada Tabel 4.16 diperoleh hasil bahwa variabel Budaya Kerja dan Tunjangan Karyawan memiliki pengaruh positif terhadap *Branding* Perusahaan PT. Angkasa Pura Properti. Dimana berdasarkan nilai T hitung yang diperoleh, variabel Budaya Kerja memiliki nilai T hitung sebesar 2,687 sementara variabel Tunjangan Karyawan memiliki T hitung tertinggi yaitu sebesar 9,264. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa Tunjangan Karyawan berpengaruh lebih kuat terhadap *Employer Branding* PT. Angkasa Pura Properti.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian (Jain & Bhatt, 2015; Lievens & Highhouse, 2003) dalam Pelaksanaan *Employer Branding* PT. Arya Noble (2020) yang menyatakan bahwa teori *Employer brand* yang kuat perlu termasuk didalamnya mengenai *rewards, salary, benefits, career progression*, dan ruang lingkup untuk nilai tambah. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Konsep *employer brand* Amelia yang mengusung tiga manfaat, yaitu manfaat ekonomi, manfaat fungsional, dan manfaat psikologis.

Hasil penelitian ini lebih besar pada Manfaat ekonomi yaitu, Segala bentuk manfaat yang berhubungan dengan aspek finansial atau segala bentuk tunjangan material yang didapatkan oleh karyawan. Lalu diikuti dengan psikologis, yaitu Bentuk manfaat yang diperoleh karyawan seperti tingkat kerjasama yang baik, suasana kerja yang mendukung, lingkungan kerja yang menyenangkan dan nyaman. Bentuk manfaat psikologis dapat dirasakan dengan nilai-nilai dan budaya yang ada dalam perusahaan.

Pemberian Tunjangan dimaksudkan agar karyawan lebih bersemangat untuk bekerja dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Pemberian tunjangan yang baik akan dapat meningkatkan loyalitas, komitmen setiap karyawan dalam perusahaan dan dapat memberikan kinerja yang optimal kepada perusahaan sehingga bersinergi dalam mencapai tujuan perusahaan. Serta berdampak pada retensi karyawan, dan keterlibatan karyawan merupakan hal penting agar karyawan tetap tinggal di perusahaan. Selain itu, *Employer Branding* menjelaskan beberapa hal mengenai apa yang orang harapkan dari perusahaan.

Dengan adanya *Employer Branding* diharapkan agar dapat menekan keluar masuknya karyawan, meningkatkan motivasi dan menyalurkan perilaku individu sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Tenaga kerja yang demikian akan membuat perusahaan lebih maju dan berkembang. Hal ini didukung oleh Amelia (2018:13-14) yang menyatakan bahwa posisi antara perusahaan sebagai pemberi kerja dengan pencari kerja adalah seimbang, artinya pencari kerja (*talent*) mengualifikasi perusahaan dengan mempertimbangkan apa yang akan perusahaan berikan. Posisi yang seimbang dalam proses percakapan yang saling bertanya.



Pada dasarnya *Employer Branding* merupakan konsep yang diterapkan oleh perusahaan agar karyawan yang berada dalam perusahaan merasa nyaman dalam melakukan pekerjaannya khususnya dalam mempertahankan tenaga kerja yang loyal dan kompeten. Maka dengan ini memiliki *Employer Branding* yang baik dapat banyak memiliki pengaruh yang baik juga bagi perusahaan. Dalam lingkup internal menghidupkan nilai-nilai dalam perusahaan untuk meningkatkan loyalitas, komitmen dan agar setiap karyawan dalam perusahaan dapat memberikan kinerja yang optimal kepada perusahaan sehingga bersinergi dalam mencapai tujuan perusahaan.

Employer Branding yang baik juga didukung dari dalam (internal) perusahaan yaitu dari budaya kerja yang ada dan sistem pemberian tunjangan karyawan yang diberikan. Kedua hal ini dikatakan dapat mempengaruhi *Employer Branding* karena karyawan yang ada dalam perusahaan akan bercerita atau mengkomunikasikan mengenai nilai-nilai yang ada dalam perusahaan, seperti bagaimana lingkungan kerja dan bagaimana rasanya bekerja dalam perusahaan tersebut. Hal ini akan menjadi persepsi bagi eksternal, maka jika pemberiannya bagus maka persepsi eksternal mengenai *Employer Branding* tersebut juga akan bagus.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilaksanakan dan dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Budaya Kerja terbukti memiliki pengaruh positif terhadap *Employer Branding*, dimana semua faktor memiliki pengaruh terhadap *Employer Branding*. Perusahaan yang baik (*Great company*), memiliki nilai dan budaya perusahaan, reputasi, promosi dan kenaikan pangkat, gaya hidup dalam perusahaan. Hal ini dapat membuat karyawan untuk tetap bertahan di perusahaan lewat nilai-nilai yang dikomunikasikan oleh perusahaan.
2. Tunjangan Karyawan terbukti memiliki pengaruh positif terhadap *Employer Branding*, dimana semua faktor memiliki pengaruh terhadap *Employer Branding* dan terpenting yang berdampak positif dan kuat. Tunjangan karyawan ini merupakan sebagai penunjang *Employer Branding* dalam manfaat ekonomi, yaitu bentuk manfaat dalam bentuk aspek finansial atau material yang diterima karyawan.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan
 - a) Perusahaan dapat memberikan *Coaching* kepada karyawan untuk membantu dalam mengembangkan keterampilan, kinerja dan karir agar menghasilkan performa yang baik, mampu menyesuaikan dengan kondisi sekarang untuk terus berkembang dan tumbuh. Serta memiliki Kesamaan nilai melalui Budaya Kerja sebagai identitas perusahaan seperti (Keterikatan Psikologi) artinya karyawan memiliki kemauan untuk tetap berada dalam perusahaan. Dengan ini, melalui budaya dan nilai-nilai yang dikomunikasikan oleh perusahaan akan dapat memberikan dampak yang positif terhadap *Employer Branding* baik bagi pihak internal maupun eksternal.
 - b) Tunjangan merupakan aspek manfaat ekonomi dalam *Employer Branding*. Adanya Tunjangan finansial THR yang pemberiannya



terhambat atau *ter-pending* karena faktor internal perusahaan sebaiknya dapat diberikan solusi dengan pemberian tunjangan lain yang sifatnya non finansial seperti *Voucher* belanja, *Free Lunch*, *Gift* agar tetap memotivasi karyawan serta mendukung produktivitasnya dalam perusahaan. Pemberian tunjangan karyawan ini juga sangat mempengaruhi karyawan untuk tetap tinggal. Hal ini tentu berdampak pada *branding* atau citra perusahaan yang mampu memberikan pemenuhan atas pekerjaannya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam pembuatan penelitian ini, peneliti berharap apa yang telah dituangkan pada penelitian ini dapat berguna dan membantu peneliti lain selanjutnya, dan dapat dikembangkan lebih luas sehingga dapat bermanfaat bagi penelitian lainnya.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifia, Z., Hafiar, H., & Sani, A. (2020). Pelaksanaan Employer Branding PT. Arya Noble. *Communication*, 11(1), 48–68
- Arianis, Chan1*, Rivani2, S. F. (2019). *Employer Banding PT. Astra International*. 44(12), 2–8
- Ariana, R. (2016). *Terdapat Pengaruh Tunjangan dan Pelayanan terhadap Kepuasan Kerja pada PNS Dinas Pekerjaan Umum dan Tata Ruang Kota Tasikmalaya*. 1–23.
- Ayu Radhinda, P. (2020). *Penerapan Proses Employer Branding Pada Perusahaan E-Commerce (Studi Kasus pada Shopee Indonesia)*. *Tuturlogi*, 1(3), 185–204. <https://doi.org/10.21776/ub.tuturlogi.2020.001.03.3>
- Budiarto, Liza Karina. (2019). *Pengaruh Budaya Organisasi dan Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Karyawan Hotel Ibis Jakarta Tamarin*. IBI Kwik Kian Gie (Tidak Dipublikasikan)
- Husaini, Abdullah, SE, M. (2017). *Peranan Manajemen Sumberdaya Manusia Dalam Organisasi Oleh*. 1–14.
- Junaedi, M. (2021). *Pengaruh Tunjangan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Pos Indonesia (Kantor Pos Samarinda)*. *Borneo Student Research*, 3(1), 831–821.
- Handayani. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Media Sains Indonesia. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=ZCVtEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA41&dq=info:MaZIAue70lIJ:scholar.google.com&ots=t50oxhWC_0&sig=Z2kEfV-3VN048eJuV_OpxljOiom&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Mujanah, Siti. (2019). *Manajemen Kompensasi*. Surabaya: CV. Putra Media Nusantara (PMN)
- Purbasari, R., Arinawati, L., & Suryanto, S. (2021). *Pengaruh Employer Brand Terhadap Employee Engagement Pada Pt. Telekomunikasi Indonesia*. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 8(2), 128. <https://doi.org/10.30998/jabe.v8i2.9264>
- Rukmini, & Murniyanti, S. (2015). *Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan*. *Neliti*, 66–72.
- Salsabila, R., & Anitra, V. (2021). *Pengaruh Etos Kerja Terhadap Kinerja Karyawan: Studi Pada Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur*. *Borneo Student Research (BSR)*, 2(2), 1477–1486. <https://journals.umkt.ac.id/index.php/bsr/article/view/1986>
- Sani, R. A., & Rahman, M. (2022). *Monograf Komunikasi Efektif dan Hasil Belajar - Google Books*. CV Media Sains Indonesia, February, 25.
- Sembiring, R., & Sofiyani, S. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Budaya Kerja Organisasi Di Perusahaan*. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 208–213. <https://doi.org/10.37403/mjm.v7i2.396>



Suparyanto dan Rosad. (2020). *Kompensasi Finansial. Suparyanto Dan Rosad*, 5(3), 248–253.

Suti, Marsus. (2021). *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Deepublish

Hasibuan, Malayu. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: BumiAksara.

Mosley, Richard dan Lars Schmidt, (2017), *Employer Branding For Dumies, New Jersey John Wiley & Son Inc*

Amelia, Agnes. (2018). *Employer Branding* . Jakarta : PT. Kompas Media Nusantara

Sekaran dan Bougie. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta : salemba

Sukresno, Akhmad. (2019). *HRM (Human resource management) Implementation*. Yogyakarta: Quadrant.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian*. Bandung : Alfabeta

Profile Perusahaan PT. Angkasa Pura Properti <https://approperti.co.id/about>



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PERSETUJUAN RESUME KARYA AKHIR MAHASISWA

Nama Mahasiswa / I : Rahelst Valentina Rishi Manurung

: 22190349

Tanggal Sidang : 12 April 2023

Judul Karya Akhir : Pengaruh Budaya Kerja dan Tunjangan Karyawan

Terhadap Employer Branding Pada PT. Angkasa Pura Properti.

Dikatakan pada tanggal 28 / April 2023

Mahasiswa /

Rahelst Valentina Rishi Manurung
(.....)

Pembimbing

Kristin Handayani, S.Si., M.M.
(.....)

©

Hak Cipta

Milik IBI KKG (Institut

Bisnis dan Informatika)

28

April

2023

