

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 *Employer Branding*

Strategi *Branding* sebelumnya hanya berfokus pada upaya pengembangan untuk mempromosikan produk dan jasa, namun saat ini strategi *branding* dilihat dari sudut pandang manajemen sumber daya manusia sebagai upaya untuk menarik dan mempertahankan talenta terbaik. Organisasi menyadari bahwa cara yang tepat untuk diminati banyak kandidat di pasar tenaga kerja yaitu dengan memiliki *employer brand* yang kuat, jelas, dan berbeda dari kompetitor. *Employer branding* menjadi sangat penting bagi organisasi, mengingat saat ini menarik, mengembangkan serta mempertahankan talenta yang tepat untuk organisasi dapat sangat menentukan keberlangsungan organisasi. *Employer branding* didefinisikan sebagai strategi manajemen untuk mempertahankan karyawan saat ini dan menarik talenta yang tepat. Para praktisi dan penelitian akademis mengemukakan bahwa *employer branding* yang efektif dapat memberikan keuntungan strategis bagi perusahaan dengan mengembangkan karyawan yang *engaged*, *loyal*, dan berkomitmen pada perusahaan, serta bekerja untuk mencapai tujuan perusahaan (Bussin dan Mouton 2019).

2.1.1.1 Pengertian *Employer Branding*

Ambler dan Barrow adalah akademisi pertama yang melakukan studi akademik mengenai *employer branding* pada tahun 1996 dalam *Journal of Brand*

Management. Mereka mendefinisikan *employer branding* sebagai paket manfaat fungsional, ekonomi, dan psikologi yang disediakan oleh pekerjaan dan diidentifikasi dengan perusahaan yang mempekerjakan. Paket manfaat fungsional yang dimaksud meliputi peluang pengembangan karir dan kegiatan lain yang bermanfaat bagi karyawan. Untuk manfaat ekonomi, yaitu berupa imbalan materi atau uang, seperti gaji, upah, bonus, dan insentif, sedangkan manfaat psikologis yang diberikan adalah perasaan memiliki (*sense of belonging*) dan hubungan lain yang dirasakan karyawan dalam hubungannya dengan perusahaan sebagai pemberi kerja. Hubungan antara perusahaan dan karyawan yang berkelanjutan dapat memberikan keuntungan bagi satu sama lain dan merupakan bagian integral dari total jaringan bisnis perusahaan (Ambler dan Barrow 1996).

Employer branding sebagai identitas perusahaan yang mencakup sistem nilai, kebijakan, dan perilaku perusahaan sehubungan dengan tujuan menarik, memotivasi, dan mempertahankan karyawan potensial (Figurska dan Matuska 2013).

Employer branding juga diartikan sebagai paket fungsional, ekonomi, dan manfaat psikologis yang diberikan perusahaan kepada karyawannya, branding perusahaan dapat berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan dan dapat menarik minat pencari kerja (Sharma dan Prasad 2018).

Berdasarkan pendapat yang telah diuraikan diatas dapat dipahami *employer branding* merupakan strategi yang digunakan oleh organisasi dengan memberikan manfaat terbaik guna mempertahankan karyawan yang dibutuhkan dan menarik

karyawan yang potensial, sehingga perusahaan berusaha untuk mempertahankan karyawannya dengan mengembangkan strategi *employer branding* yang efektif.

2.1.1.2 Faktor-Faktor *Employer Branding*

Terdapat 5 faktor yang mempengaruhi *employer branding* merujuk pada buku (Armstrong 2008). Faktor tersebut terdiri dari :

1. Pekerjaan itu sendiri

Pekerjaan itu sendiri dapat membuat kepuasan kerja yang mengarah pada motivasi intrinsik dan peningkatan keterikatan karyawan. Faktor-faktor yang terlibat seperti adanya pekerjaan yang menarik dan menantang, tanggung jawab, otonomi (kebebasan untuk bertindak), ruang lingkup untuk menggunakan dan mengembangkan keterampilan, dan ketersediaan sumber daya.

2. Lingkungan kerja

Sehari-hari karyawan melakukan tugasnya dalam waktu yang lama, karyawan memerlukan suasana lingkungan yang penuh akan penghargaan dari manajernya. Apabila lingkungan kerja tidak menunjukkan suasana menghargai dan menghormati, maka karyawan yang bekerja tidak akan merasa nyaman.

3. Kepemimpinan

Keterikatan karyawan pada pekerjaannya sangat tergantung pada cara pemimpin dalam memegang kendali. Pemimpin dapat memberikan kesempatan pada para karyawan untuk mencapai dan mengembangkan

potensinya dan memberikan umpan balik yang menunjukkan pengakuan terhadap kontribusi karyawan.

4. Kesempatan untuk melakukan pengembangan diri

Kebanyakan karyawan selalu mempunyai rasa keinginan yang kuat untuk mendapatkan sesuatu. Karyawan ingin selalu mengetahui akan hal baru dari lingkungan sekitarnya. Terlebih jika ada kesempatan mengembangkan diri yang sesuai dengan potensi yang dimilikinya, maka akan menimbulkan adanya rasa penghargaan dari perusahaan terhadap karyawan.

5. Kesempatan untuk berkontribusi

Keterikatan akan meningkat jika keinginan karyawan didengarkan. Hal tersebut memungkinkan mereka untuk memberikan ide-ide atau inovasi baru karena karyawan merasa terlibat atau diberikan kesempatan untuk berkontribusi dalam perusahaan.

2.1.1.3 Indikator *Employer Branding*

Indikator *employer branding* merujuk pada penelitian (Rathee 2015).

Indikator tersebut terdiri dari :

1. Nilai Ekonomi

Nilai ekonomi meliputi besaran gaji yang diterima, kompensasi yang diterima, jaminan keamanan dalam pekerjaan, kesempatan untuk mengembangkan jenjang karir.

2. Nilai Pengembangan

Nilai pengembangan meliputi pengembangan *skill*, pengembangan kepercayaan diri dan *personality*.

3. Nilai Sosial

Nilai sosial meliputi lingkungan kerja yang menyenangkan dan lingkungan komunikasi yang nyaman.

4. Nilai reputasi

Nilai reputasi meliputi kualitas dari produk dan jasa, *branding* perusahaan yang sukses, kebanggaan dan *prestige* dari sebuah brand, citra perusahaan yang baik.

2.1.1.4 Manfaat *Employer Branding*

(Armstrong 2008) mengungkapkan bahwa *employer branding* mampu mengangkat peran kunci sumber daya manusia menjadi bekerja lebih baik lagi sehingga menghasilkan hasil yang lebih maksimal untuk perusahaan. Berikut ini adalah manfaat yang akan didapatkan apabila memiliki *employer branding* yang efektif :

1. Manfaat bagi karyawan

1. Memberikan persepsi karyawan bahwa nilai-nilai positif dari perusahaan akan didapatkan dalam hubungan kerja.
2. Meningkatkan motivasi kerja.
3. Karyawan akan merasa terikat dan aman.
4. Membangun kerja sama yang solid.

2. Manfaat untuk peran kunci sumber daya manusia

1. Sebagai daya tarik untuk proses rekrutmen dan mempertahankan karyawan terbaik dan meningkatkan rasa kebanggaan karyawan.
2. Sebagai panduan untuk meningkatkan level keterikatan karyawan.

3. Mendapatkan lebih banyak lamaran kerja dan meningkatkan retensi karyawan.
4. Menurunkan permintaan paket remunerasi.

2.1.2 *Employee Engagement*

Employee engagement merupakan keterikatan kerja karyawan terhadap perusahaan, *employee engagement* juga sering disebut dengan *work engagement*. Kata *employee* artinya adalah karyawan. Sedangkan *engagement* berarti keterikatan. Aspek *engagement* organisasi didefinisikan sebagai sikap positif yang dimiliki pegawai terhadap organisasi dan nilai-nilainya. Dengan kata lain, *engagement* organisasi terjadi ketika pegawai melakukan identifikasi diri dengan nilai dan tujuan organisasi dan percaya bahwa organisasi tersebut merupakan tempat yang hebat untuk bekerja dan terus bekerja.

Istilah *engagement* bisa digunakan dalam pekerjaan untuk menjelaskan apa yang terjadi ketika seseorang terikat pada pekerjaan, maka akan timbul suasana positif, bahkan bergairah dengan pekerjaannya, menjalankan perilaku sukarela, dan termotivasi untuk mencapai tingkat kinerja yang tinggi.

2.1.2.1 Pengertian *Employee Engagement*

Keterikatan karyawan adalah sikap dan perilaku karyawan dalam bekerja dengan mengekspresikan dirinya secara totalitas baik secara fisik, kognitif, afektif, dan emosional (Sulistiyawati dan Sufriadi 2020).

Para karyawan akan secara penuh terlibat dan antusias terhadap pekerjaan mereka. Para karyawan yang *engaged* peduli dengan masa depan perusahaan dan

mereka rela untuk menginvestasikan karya terbaiknya untuk kesuksesan organisasi tempat mereka bekerja (Andrian Noviardy 2020).

Karyawan yang terlibat secara emosional dengan organisasi mereka dan sangat terlibat dalam pekerjaan mereka dengan antusiasme yang besar untuk kesuksesan perusahaan mereka, bekerja lebih keras melampaui perjanjian kontrak (Markos 2010).

Dari beberapa uraian para ahli diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa keterikatan karyawan (*employee engagement*) merupakan keterlibatan seorang karyawan, dengan rasa antusias yang tinggi untuk kesuksesan pimpinan atau perusahaan mereka.

2.1.2.2 Faktor-Faktor *Employee Engagement*

Menurut (Handoyo 2017) faktor-faktor yang mempengaruhi keterikatan karyawan (*employee engagement*) adalah :

1. *Work Environment* (lingkungan kerja).
2. *Leadership* (kepemimpinan).
3. *Team and Co-worker* (tim dan hubungan rekan kerja)
4. *Training and Career Development* (pelatihan dan pengembangan karir).
5. *Compensation* (kompensasi).
6. *Organizational Policies, Procedures, Structures and System* (kebijakan organisasi, prosedur, struktur, dan sistem).
7. *Workplace well-being* (kesejahteraan kerja).

2.1.2.3 Indikator *Employee Engagement*

Menurut (Andrian Noviardy 2020) ada 3 indikator *employee engagement* yaitu :

1. Kekuatan (*Vigor*)

Vigor atau kekuatan ditandai dengan tingginya tingkat kekuatan dan resiliensi (kemampuan untuk beradaptasi) mental dalam bekerja, keinginan untuk berusaha dengan sungguh-sungguh di dalam pekerjaan, gigih dalam menghadapi kesulitan.

2. Dedikasi (*Dedication*)

Dedication atau dedikasi ditandai oleh suatu perasaan yang penuh makna, antusias, inspirasi, kebanggaan dan menantang dalam pekerjaan. Orang-orang yang memiliki skor *dedication* yang tinggi secara kuat mengidentifikasi pekerjaan mereka karena menjadikannya pengalaman berharga, menginspirasi dan menantang.

3. Penyerapan (*Absorption*)

Absorption atau penyerapan ditandai dengan adanya konsentrasi dan minat yang mendalam, tenggelam dalam pekerjaan, waktu terasa berlalu begitu cepat dan individu sulit melepaskan diri dari pekerjaan sehingga dapat melupakan segala sesuatu disekitarnya.

2.1.2.4 Manfaat *Employee Engagement*

Employee engagement dapat menciptakan kesuksesan bagi perusahaan melalui hal-hal yang berkaitan dengan kinerja karyawan, produktifitas, keselamatan kerja, kehadiran dan retensi, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, hingga

profitabilitas. Kinerja karyawan menjadi salah satu hal yang menjadi akibat dari terciptanya *employee engagement* yang tinggi. Karyawan yang memiliki kaitan kuat dengan perusahaan akan meningkatkan performansi dalam pekerjaannya untuk keuntungan perusahaan (Siddhanta, A., & Roy 2010).

2.1.3 Kinerja Karyawan

Semua karyawan dalam bekerja tentunya menginginkan hasil kerja yang maksimal dalam mengerjakan pekerjaannya. Harapannya ialah mendapatkan hasil kerja terbaik dengan cara mengerjakan yang terbaik yang bisa dilakukan pekerja. Namun tidak semua orang dapat mengerjakan hasil dengan maksimal, hal ini dapat di karenakan berbagai faktor dan berbagai situasi. Karyawan yang baik akan melaksanakan beban yang diberikan oleh instansi perusahaan kepada dirinya dengan sebaik mungkin, hal ini akan sejalan dengan moto dan tujuan perusahaan. Sedangkan beberapa persen karyawan yang malas melaksanakan cenderung tidak maksimal dalam bekerja. Kemampuan dan ketidakmampuan karyawan dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan mereka itulah yang disebut dengan kinerja.

2.1.3.1 Pengertian Kinerja Karyawan

Kinerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan dalam suatu periode tertentu. Biasanya kinerja karyawan akan dinilai sesuai dengan standar kinerja di suatu perusahaan. Penilaian ini akan dilaksanakan oleh pihak manajemen untuk mengukur sejauh mana tingkat kinerja yang ada di dalam perusahaan. Dengan menilai kinerja, kita dapat tahu apa yang kurang atau apa yang dibutuhkan serta

masalah apa yang dihadapi karyawan agar perusahaan dapat melakukan evaluasi yang bertujuan untuk pengembangan perusahaan (Kasmir 2016).

Kinerja karyawan adalah hasil dari apa yang dilakukan oleh karyawan selama bekerja dalam periode tertentu dan dengan standar dan ukuran yang ditentukan (Letsoin dan Ratnasari 2020).

Kinerja karyawan merupakan salah satu dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur, mengevaluasi kekuatan karyawan dalam bertahan dan melaksanakan tugas dan kewajibannya terhadap organisasi tempat mereka bernaung (Wulantika 2019).

Dari beberapa pengertian diatas, penulis menyimpulkan bahwa kinerja karyawan adalah sebuah modal penting bagi perusahaan untuk mencapai hasil kerja individu atau kelompok dalam kurun waktu tertentu agar terwujudnya sebuah tujuan dari perusahaan tersebut.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan

Banyak kendala yang biasa dihadapi oleh para anggota perusahaan, baik karyawan maupun pimpinannya. Hal ini merupakan hal yang wajar mengingat bahwa dalam praktiknya tidak selamanya kinerja perusahaan dapat berjalan dengan mulus tanpa hambatan. Tak bisa dipungkiri bahwa tingkat kinerja setiap karyawan berbeda satu sama lain. Ada banyak faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan seperti yang dikemukakan oleh (Kasmir 2016), faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja yakni :

1. Kemampuan dan keahlian

Kemampuan dan keahlian yang dimiliki seseorang dalam melakukan pekerjaan mempengaruhi kinerja karyawan, yang berarti semakin baik kemampuan yang dimiliki oleh karyawan maka akan semakin baik kinerja yang akan ia hasilkan.

2. Pengetahuan

Seseorang yang memiliki kemampuan lebih tentang pekerjaannya akan memiliki keterampilan lebih dalam melakukan pekerjaan. Seseorang yang memiliki pengetahuan tentang pekerjaannya secara baik akan memberikan hasil pekerjaan yang baik pula.

3. Rancangan kerja

Jika suatu pekerjaan memiliki rancangan pekerjaan yang baik maka akan memudahkan untuk menjalankan pekerjaan tersebut secara tepat dan benar, dengan begitu para karyawan pun akan lebih mudah dalam melakukan pekerjaannya.

4. Kepribadian

Masing-masing karyawan tentu memiliki kepribadian atau karakter yang berbeda-beda. Orang yang memiliki kepribadian yang baik cenderung mudah berkomunikasi dengan orang lain dan memiliki kesulitan kerja yang lebih sedikit dibandingkan rekannya. Semakin baik kepribadian seseorang ia akan lebih bertanggung jawab terhadap pekerjaan serta memiliki kesungguhan yang tinggi dalam melakukan pekerjaannya. Hal ini akan

menguntungkan perusahaan karena kemungkinan ia menghasilkan output yang diharapkan perusahaan juga akan semakin tinggi.

5. Motivasi kerja

Karyawan yang memiliki motivasi kerja yang tinggi akan lebih mudah melakukan pekerjaannya dengan maksimal dikarenakan ada dorongan dorongan dari motivasi yang ia miliki untuk mencapai tujuan yang ia inginkan.

6. Kepemimpinan

Kepemimpinan merupakan perilaku seorang pemimpin dalam mengelola dan memerintah perusahaan terkhususnya karyawan. Kepemimpinan yang baik akan lebih mudah meningkatkan kinerja karyawan, hal itu karena kepemimpinan yang baik akan mengayomi, mendidik, dan membimbing karyawan yang akan berdampak pada keakraban emosional atasan dan bawahan, hal itu akan menyebabkan lebih mudahnya mengatur bawahan untuk mengikuti apa yang ia perintahkan dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan.

7. Gaya kepemimpinan

Gaya kepemimpinan merupakan gaya seorang pemimpin dalam memimpin karyawan. Misalnya gaya kepemimpinan otoriter akan berbeda dengan gaya kepemimpinan demokratis, dalam praktiknya gaya kepemimpinan dapat diterapkan sesuai kondisi perusahaan.

8. Budaya organisasi

Budaya organisasi dapat disebut juga norma norma yang berlaku di dalam perusahaan atau ciri khas dari suatu perusahaan. Budaya organisasi yang kuat akan menimbulkan keeratan emosional terhadap masing-masing karyawan dan akan meningkatkan semangat kerja dan kinerja karyawan.

9. Kepuasan kerja

Perasaan senang dan gembira atas tercapainya suatu tujuan pekerjaan akan meningkatkan rasa kepuasan karyawan dalam bekerja dan meningkatkan kinerja karyawan.

10. Lingkungan kerja

Lingkungan kerja yang baik akan mengurangi tekanan kerja dan meningkatkan kualitas kerja karyawan, dengan begitu kinerja karyawan juga dapat meningkat.

11. Loyalitas

Loyalitas karyawan terhadap perusahaan adalah sebagai bukti kesungguhan bekerja karyawan yang akan menghasilkan kinerja karyawan yang semakin baik.

12. Komitmen

Komitmen merupakan kepatuhan karyawan akan perusahaan dalam hal menjalankan tugas yang diberikan. Hal ini akan memberikan pengaruh terhadap kinerja akibat dari komitmen yang telah disepakati.

13. Disiplin kerja

Disiplin kerja dapat meningkatkan kinerja karena karyawan yang disiplin cenderung mengerjakan pekerjaannya dengan maksimal dan menghasilkan output yang maksimal pula.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi kinerja, dengan demikian pemimpin harus menyadari dan mengembangkan potensi yang ada pada karyawan sehingga ia memiliki kinerja yang baik dan dapat bekerja dengan maksimal. Sehingga penilaian kinerja yang dilaksanakan oleh seluruh elemen dapat berjalan dengan baik dan maksimal yang nantinya akan menghasilkan output yang berkualitas.

2.1.3.3 Indikator Kinerja Karyawan

Indikator kinerja merupakan sebuah ukuran kinerja karyawan di dalam perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan tersebut. Indikator berfungsi untuk dapat mengetahui tingkat kinerja dari karyawan dan meningkatkan performa karyawan di masa mendatang. Menurut (Mathis 2012) ada 5 indikator dalam menilai kinerja individu yakni :

1. Kuantitas hasil kerja

Kuantitas kerja adalah seberapa lama seorang pekerja dapat bekerja dalam setiap harinya, menghasilkan banyak keluaran sesuai dengan standar, hasil kerja yang lebih baik, dan jumlah kesalahan yang minimal.

2. Kualitas hasil kerja

Seberapa baik seorang pekerja dalam melakukan pekerjaannya dan sesuai dengan yang seharusnya dilakukan, mutu hasil kerja sesuai dengan standar

yang ditetapkan, dengan melihat ketepatan, ketelitian, kerapihan, dan keberhasilan hasil pekerjaan yang diharapkan.

3. Ketepatan waktu

Ketepatan waktu disini meliputi ketepatan waktu dalam menjalankan tugas yang diberikan termasuk juga dalam melakukan penundaan pekerjaan sehingga memiliki manajemen waktu yang baik.

4. Kehadiran

Kehadiran meliputi seberapa tinggi kontribusi karyawan dalam kehadiran setiap harinya, kedisiplinan, dan ketepatan waktu sesuai jam operasional yang telah ditetapkan.

5. Kemampuan bekerjasama

Kemampuan karyawan dalam menjalin kedekatan emosional dengan karyawan lain, menjalin hubungan baik di setiap lini, dan dapat bekerjasama dalam menyelesaikan pekerjaan.

2.1.3.4 Penilaian Kinerja

Penilaian kinerja berkenaan dengan seberapa baik orang dalam melakukan pekerjaan yang ditugaskan atau diberikan. Penilaian kinerja merupakan suatu proses yang dilakukan secara sistematis untuk menilai keseluruhan kinerja pegawai dalam jangka waktu atau periode tertentu (Kasmir 2016).

Penilaian kinerja karyawan berguna untuk memberikan data dan memberika informasi secara objektif atas prestasi kerja karyawan yang digunakan untuk berbagai kepentingan pegawai dan perusahaan. Yang menilai kinerja karyawan ialah atasan langsung, artinya orang yang menjadi atasan langsung karyawan yang

bersangkutan dan yang berwenang untuk memberikan tugas. Penilaian kinerja karyawan dapat dilakukan dengan periode tertentu sesuai dengan kebijakan perusahaan.

Proses penilaian kinerja meliputi :

1. Menyusun rencana kerja

Perencanaan kerja biasanya terkait dengan sasaran tahunan perusahaan dengan membandingkan rencana yang ada. Rencana kerja merupakan tahap dalam menyepakati sasaran kerja yang harus dicapai dalam periode tertentu.

2. Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan implementasi dari rencana kerja dan dikerjakan dengan sebaik baiknya oleh karyawan sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

3. Pembinaan

Pembinaan dilakukan untuk memantau pencapaian sasaran kerja selama periode penilaian. Biasanya pembinaan dilakukan oleh atasan karyawan jika karyawan belum atau tidak mencapai target yang telah ditetapkan.

4. Pengawasan dan peninjauan

Hal ini merupakan realisasi dari rencana kerja untuk mengetahui kemampuan kerja karyawan juga digunakan untuk penelitian selanjutnya serta untuk ditindak lanjuti.

5. Pengendalian

Kegiatan pengendalian dilakukan ketika terjadi penyimpangan atas pelaksanaan tugas yang diberikan. Pengendalian disini dimaksudkan agar

dalam pengendalian tugas karyawan diharapkan tidak keluar dari rel yang telah ditetapkan sebagaimana mestinya.

2.1.3.5 Manfaat Kinerja

Segala sesuatu yang dikelola oleh organisasi pasti memiliki tujuan spesifik yang ingin dicapai dalam pelaksanaannya dan pasti memiliki manfaat bagi perusahaan maupun stakeholder, salah satunya ialah penilaian kinerja (Rivai 2011).

Berikut adalah beberapa manfaat dari kinerja :

1. Manfaat bagi karyawan yang dinilai

Manfaat dari kinerja bagi karyawan yang dinilai meliputi meningkatkan motivasi kerja, meningkatkan kepuasan kerja, kejelasan standar hasil yang dinilai, peningkatan pengertian atas nilai nilai pribadi, dan kesempatan berkomunikasi vertikal.

2. Manfaat bagi penilai

Adanya kesempatan untuk mengukur kualitas kerja karyawan dan mengidentifikasi kecenderungan kinerja karyawan, sebagai sarana meningkatkan motivasi karyawan, dapat mengidentifikasi kesempatan untuk ritasi karyawan, serta meningkatkan kepuasan kerja baik manajer maupun karyawan itu sendiri.

3. Manfaat bagi perusahaan

Adapun manfaatnya bagi perusahaan diataranya meningkatkan kualitas sumber daya manusia, meningkatkan kualitas komunikasi, memperbaiki seluruh simpul unit yang ada di dalam perusahaan, meningkatkan motivasi

kerja karyawan secara keseluruhan, serta meningkatkan pandangan luas terhadap tugas yang dilakukan masing-masing karyawan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1

Penelitian terdahulu

No	Peneliti Terdahulu	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Rosa Noviyanti/2022/ <i>The Influence of Employer Branding and Organizational Commitment on Turnover Intention</i> /ISSN: 1477-7282	Variabel: <i>Employer Branding</i>	Variabel: <i>Organizational Commitment, Turnover Intention</i>	Hasil menunjukkan bahwa <i>Employer Branding</i> mempunyai dampak positif terhadap <i>Turnover Intention</i> , <i>Organizational commitment</i> juga memiliki dampak positif untuk <i>Turnover Intention</i> .
2.	Andrian Noviardy, Sabeli Aliya/2022/ Pengaruh <i>Employee Engagement</i> dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan di Bidang Perkebunan Kelapa Sawit/ISSN: 2655-8262	Variabel: <i>Employee Engagement, Kinerja Karyawan</i>	Variabel Independen: Komitmen Organisasi Objek Penelitian: PT.Suryabumi Agrolanggeng, Sumatera Selatan	Hasil Penelitian mengungkapkan bahwa variabel <i>Employee Engagement</i> dan Komitmen Organisasi secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT.Suryabumi Agrolanggeng.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3.	Pieter Novry Ruddy Rehatta, Asiani Sijabat, Saleh Tutupoho, Frandyo Izak Muskita, Nisma Waly/2022/ Pengaruh <i>Employer Branding Terhadap Turnover Intention</i> Di Mediasi Oleh <i>Employee Engagement/</i> ISSN: 3346-3358	Variabel: <i>Employer Branding, Employee Engagement</i>	Variabel: <i>Turnover Intention</i> Objek Penelitian: PT.Federal International Finance Ambon	<i>Employer Branding</i> berpengaruh positif terhadap <i>Employee Engagement.</i> <i>Employer Branding</i> berpengaruh negatif terhadap <i>Turnover Intention.</i> <i>Employee Engagement</i> berpengaruh negatif terhadap <i>Turnover Intention.</i> Dan <i>Employee Engagement</i> dapat memediasi hubungan antara <i>Employer Branding</i> terhadap <i>Turnover Intention.</i>
4.	Muhamad Ekhsan, Tim Saroh/2021/ <i>The Role Organizational Trust on the Influence of Employer Branding on Employee Performance/</i> ISSN: 2776-7388	Variabel: <i>Employer Branding, Employee Performance</i>	Variabel: <i>Organizational Trust</i>	<i>Employer Branding</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dan <i>Organizational Trust,</i> dan <i>Organizational Trust</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5.	Anchu P.R, Santhosh.P. Thampi/2020/ <i>Employer Branding and Employee Engagement: An Evidence from Banking Sector/ ISSN: 1939-7011</i>	Variabel: <i>Employer Branding, Employee Engagement</i>	Objek Penelitian Sektor Bank	<i>Employer Branding</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Employee Engagement.</i>
6.	Veronika Agustini Srimulyani, Yustinus Budi Hermanto/2022/ <i>Employer Branding and Employee Performance at KAI: Employee retention role as mediator</i> /ISSN: 2549-7294	Variabel: <i>Employer Branding</i>	Variabel: <i>Employee Performance, Employee Retention</i>	Hasil uji pengaruh menunjukkan bahwa <i>employer branding</i> meningkatkan retensi dan kinerja karyawan, dan retensi karyawan meningkatkan kinerja karyawan. Hasil analisis jalur dan uji Sobel terhadap peran mediator menunjukkan bahwa pengaruh langsung dari <i>employer branding</i> pada kinerja karyawan setelah dikendalikan oleh retensi karyawan sebagai mediator.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7.	Prabhjot Kaur, Keshav Malhotra, Sanjeev K.Sharma/2020/ <i>Employer Branding and Organisational Citizenship Behaviour: The Mediating Role of Job Satisfaction</i> / ISSN: 2319-510X	Variabel: <i>Employer Branding</i>	Variabel: <i>Organisational Citizenship Behaviour, Job Satisfaction</i>	Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara <i>Employer Branding</i> dan <i>Job Satisfaction</i> dan hubungan positif juga antara <i>Organizational Citizenship Behaviour</i> dan <i>Job Satisfaction</i> .
8.	Hussein Nabil Ismail, Adnan Iqbal, Lina Nasr/ 2019/ <i>Employee Engagement and Job Performance in Lebanon: The Mediating Role of Creativity</i> /ISSN: 1741-0401	Variabel: <i>Employee Engagement</i>	Variabel: <i>Job Performance</i> dan kreativitas	<i>Employee Engagement</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Job Performance</i> dan kreativitas secara penuh memediasi pengaruh antara <i>Employee Engagement</i> dan <i>Job Performance</i> .

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9.	Arinatiar Rima Sagita M/2018/ Pengaruh <i>Employer Branding</i> Terhadap <i>Turnover Intention Dengan Employee Engagement</i> <i>Sebagai Variabel Mediasi</i>	Variabel: <i>Employer Branding, Employee Engagement</i>	Variabel: <i>Turnover Intention</i> Objek Penelitian: Bank X BUMN Cabang Brawijaya Malang	<i>Employer Branding</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Employee Engagement</i> (arah positif) dan <i>Turnover Intention</i> (arah negatif), dan <i>Employee Engagement</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Turnover Intention</i> (arah negatif).
10.	Noor UI Hadi, Shahjehan Ahmed/2018/ <i>Role of Employer Branding Dimension on Employee Retention: Evidence from Educational Sector/ISSN: 2076-4487</i>	Variabel: <i>Employer Branding</i>	Variabel: <i>Employee Retention</i> Objek penelitian: Sektor Pendidikan	Dimensi <i>Development value</i> dari <i>Employer Branding</i> Berpengaruh signifikan terhadap <i>Employee Retention</i> .

2.3 Kerangka Pemikiran

Peusahaan memerlukan karyawan yang memiliki kinerja yang baik yang mampu bekerja secara profesional dan mendorong dirinya agar melaksanakan tugas dengan sebaik-baiknya. Peran karyawan dalam perusahaan menerapkan merupakan peran vital yang mempengaruhi tercapainya tujuan perusahaan. Agar karyawan memberikan kinerja yang terbaik untuk perusahaan, karyawan harus memiliki kepuasan, motivasi dan rasa senang dalam bekerja sehingga karyawan tidak terbebani dalam pekerjaannya. Dengan hal tersebut tujuan karyawan dan perusahaan dapat sama sama terwujud. Perusahaan juga perlu memastikan bahwa orang-orang memahami nilai dan manfaat yang mereka tawarkan dengan mengkomunikasikannya melalui *employer branding*.

Employer branding merupakan representasi citra perusahaan sebagai tempat kerja yang dapat menciptakan permintaan yang tinggi dengan menarik kandidat-kandidat berbakat. Oleh karena itu, *employer branding* yang kuat dapat dengan mudah menarik talenta yang tepat. *Employer branding* menyangkut reputasi organisasi sebagai pemberi kerja dan nilainya bagi karyawannya yang berperan sebagai merek yang membedakan perusahaan tersebut dengan pesaing lain di pasar tenaga kerja (Ramdhani 2022).

Untuk mengukur *employer branding*, adapun 4 indikator yang mempengaruhi *employer branding* pada sebuah perusahaan menurut (Rathee 2015) yaitu :

1. Nilai Ekonomi
2. Nilai Pengembangan

3. Nilai Sosial
4. Nilai Reputasi

Perusahaan dengan *employer branding* yang baik dapat menarik dan mempengaruhi calon karyawan untuk bekerja di perusahaan tersebut, sebab *employer branding* berpengaruh pada keterikatan, kepuasan, keterlibatan, dan komitmen karyawan yang semuanya terkait dengan produktivitas yang lebih besar. Bekerja pada perusahaan yang memiliki *employer branding* yang baik akan menimbulkan komitmen bagi karyawan untuk berusaha bertahan di perusahaan tersebut dengan memiliki kinerja terbaik dan menjadi produktif.

Hal tersebut didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan (Ekhsan dan Saroh 2021) yang menunjukkan bahwa *employer branding* berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Dimana, dijelaskan bahwa *employer branding* yang kuat dapat membuat karyawan memiliki tingkat kinerja yang tinggi.

Dengan demikian *employer branding* adalah hal yang penting dalam upaya meningkatkan tingkat kinerja karyawan dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Terdapat pengaruh *employer branding* terhadap kinerja karyawan yang berarti semakin rendah tingkat *employer branding* yang ada di dalam perusahaan maka semakin rendah juga tingkat kinerja karyawan dalam perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu (Manurung 2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *employer branding* dan *employee engagement*. Hal ini dikemukakan bahwa pada Bank X BUMN Cabang Brawijaya Malang. Ketika terjadi peningkatan *employer branding* maka *employee engagement* juga akan mengalami peningkatan.

Selain *employer branding*, keterikatan karyawan (*employee engagement*) merupakan sebuah konsep yang juga diyakini dapat meningkatkan kinerja karyawan, karena *employee engagement* itu sendiri adalah keadaan dimana anggota dari sebuah organisasi melaksanakan peran kerjanya, bekerja dan mengekspresikan dirinya secara fisik, kognitif, dan emosional selama menunjukkan kinerja mereka. Pengaruh *employee engagement* terhadap kinerja karyawan sangat penting, karena rasa keterikatan (*engaged*) yang dibangun karyawan dengan perusahaan tempatnya bekerja merupakan hal yang penting. Ketika karyawan merasa puas dan termotivasi maka mereka akan peduli, merasa memiliki, atau mengabdikan diri terhadap organisasi secara maksimal dan berkeja tim untuk meningkatkan kinerjanya bagi organisasi. Karyawan yang memiliki ikatan kuat dengan perusahaan akan meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya untuk keuntungan dalam perusahaan (Andrian Noviardy 2020).

Employee engagement merupakan keterikatan kerja karyawan terhadap perusahaan, *employee engagement* juga sering disebut dengan *work engagement*. Kata *employee* artinya adalah karyawan, sedangkan *engagement* berarti keterikatan. Aspek *engagement* organisasi didefinisikan sebagai sikap positif yang dimiliki pegawai terhadap organisasi dan nilai-nilainya. Dengan kata lain, *engagement* organisasi terjadi ketika pegawai melakukan identifikasi diri dengan nilai dan tujuan organisasi dan percaya bahwa organisasi tersebut merupakan tempat yang hebat untuk bekerja dan terus bekerja.

Menurut (Andrian Noviardy 2020) ada 3 indikator *employee engagement* yaitu :

1. Kekuatan (*Vigor*)
2. Dedikasi (*Dedication*)
3. Penyerapan (*Absorption*)

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Andrian Noviardy 2020) menunjukkan bahwa hasil analisis data secara parsial menyatakan bahwa variabel *employee engagement* berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan di PT.Suryabumi Agrolangeng.

Engagement bisa digunakan dalam pekerjaan untuk menjelaskan apa yang terjadi ketika seseorang terikat pada pekerjaan, maka akan timbul suasana positif, bahkan bergairah dengan pekerjaannya, menjalankan perilaku sukarela, dan termotivasi untuk mencapai tingkat kinerja yang tinggi. Dengan demikian karyawan yang *engaged* atau terikat akan berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan pekerjaan lebih banyak dan produktif. Sehingga *employee engagement* dapat meningkatkan kinerja karyawan pada suatu perusahaan

Semua karyawan dalam bekerja tentunya menginginkan hasil kerja yang maksimal dalam mengerjakan pekerjaannya. Harapannya ialah mendapatkan hasil kerja terbaik dengan cara mengerjakan yang terbaik yang bisa dilakukan pekerja. Namun tidak semua orang dapat mengerjakan hasil dengan maksimal, hal ini dapat di karenakan berbagai faktor dan berbagai situasi. Karyawan yang baik akan melaksanakan beban yang diberikan oleh instansi perusahaan kepada dirinya dengan sebaik mungkin, hal ini akan sejalan dengan moto dan tujuan perusahaan. Sedangkan beberapa persen karyawan yang malas melaksanakan cenderung tidak

maksimal dalam bekerja. Kemampuan dan ketidakmampuan karyawan dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan mereka itulah yang disebut dengan kinerja.

Kinerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan dalam suatu periode tertentu. Biasanya kinerja karyawan akan dinilai sesuai dengan standar kinerja di suatu perusahaan. Penilaian ini akan dilaksanakan oleh pihak manajemen untuk mengukur sejauh mana tingkat kinerja yang ada di dalam perusahaan. Dengan menilai kinerja, kita dapat tahu apa yang kurang atau apa yang dibutuhkan serta masalah apa yang dihadapi karyawan agar perusahaan dapat melakukan evaluasi yang bertujuan untuk pengembangan perusahaan (Kasmir 2016).

Ada 5 indikator dalam menilai kinerja individu yakni :

1. Kuantitas hasil kerja
2. Kualitas hasil kerja
3. Ketepatan waktu
4. Kehadiran
5. Kemampuan bekerjasama

Berdasarkan penelitian sebelumnya dikatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *employer branding* dan *employee engagement*. Hal ini dikemukakan bahwa pada Bank X BUMN Cabang Brawijaya Malang. Ketika terjadi peningkatan *employer branding* maka *employee engagement* juga akan mengalami peningkatan dan juga akan meningkatkan tingkat kinerja karyawan pada suatu perusahaan (Manurung 2018).

Dapat disimpulkan bahwa *employer branding* dan *employee engagement* dapat mempengaruhi terhadap kinerja karyawan. Ketika *employer branding* yang baik akan menimbulkan komitmen bagi karyawan untuk berusaha bertahan di perusahaan tersebut dengan memiliki kinerja terbaik dan menjadi produktif. Dan ketika karyawan merasa puas dan termotivasi maka mereka akan peduli, merasa memiliki, atau mengabdikan diri terhadap organisasi secara maksimal dan berkeja tim untuk meningkatkan kinerjanya bagi organisasi. Yang artinya karyawan yang memiliki ikatan kuat dengan perusahaan akan meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya untuk keuntungan dalam perusahaan.

2.4 Hipotesis

Menurut asumsi dan pendapat para ahli, hipotesis merupakan dugaan sementara yang paling memungkinkan dicari kebenarannya. Berdasarkan kerangka pemikiran maka dapat ditarik hipotesis penelitian secara umum yakni **“Terdapat Pengaruh *Employer Branding* Dan *Employee Engagement* Terhadap Kinerja Karyawan Pada Karyawan Bagian Perawat Di Rumah Sakit Jantung Kota Tasikmalaya”**.