



ABSTRAK

Strategi merek perusahaan merupakan sebuah langkah konkrit yang dapat dilakukan perusahaan untuk menjawab tantangan persaingan pasar tenaga kerja saat ini. Merek perusahaan adalah sebuah gambaran situasi bagi para pelamar kerja, yang dapat meyakinkan mereka untuk memilih bekerja di perusahaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis nilai daya tarik perusahaan yang menjadi alasan karyawan internal bergabung dengan perusahaan, menganalisis proposisi nilai perusahaan yang diterima oleh karyawan internal selama bekerja di PT. Mercedes-Benz Indonesia sebagai dasar pembuatan strategi merek perusahaan yang tepat, menganalisis nilai daya tarik karyawan potensial terhadap yang menjadi preferensi mereka dalam memilih perusahaan dan menganalisis media komunikasi dan kegiatan yang tepat bagi perusahaan sebagai wadah pengimplementasian strategi merek perusahaan.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, sumber data berasal dari data primer yaitu data yang diperoleh dari pertanyaan yang disusun secara sistematis yang kemudian diajukan kepada narasumber dalam bentuk wawancara. Wawancara dilakukan secara mendalam dan bersifat terbuka, dengan tujuan untuk melakukan eksplorasi secara luas serta mempertahankan objektivitas pendapat dari narasumber. Jumlah narasumber adalah 20 orang yang terdiri dari karyawan internal dan karyawan potensial yang dipilih dengan karakteristik tertentu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik karyawan internal adalah reputasi merek, adanya perkembangan diri serta karir dan pekerjaan yang sesuai dengan kompetensi. Proposisi nilai yang dianggap baik adalah konsep budaya perusahaan, program karir, program pengembangan karyawan, pemimpin yang kompeten, hubungan sosial antar karyawan yang baik, kompensasi kompetitif, tunjangan menarik dan reputasi produk yang baik. Daya tarik karyawan potensial adalah perusahaan yang memberikan keamanan berkarir dalam jangka panjang, memiliki reputasi yang besar, gaji kompetitif, memberikan tunjangan transportasi, kesehatan dan hari tua, lingkungan sosial yang saling mendukung, tempat dan waktu kerja fleksibel dan memberikan kesempatan aktualisasi diri. Media komunikasi yang paling disarankan adalah situs web perusahaan, media sosial seperti Instagram dan Youtube. Kegiatan pemasaran merek perusahaan yang paling disarankan adalah melalui media sosial, pameran bursa kerja dan informasikan nilai positif perusahaan.

Kata Kunci: *persaingan pasar tenaga kerja, strategi merek perusahaan, proposisi nilai perusahaan, nilai daya tarik perusahaan, media komunikasi.*



ABSTRACT

The employer branding strategy is a concrete step that companies can take to respond to the challenges of today's talent war. Employer branding is a picture of the situation for job applicants, which can convince them to choose to work in the company. This study aims to analyze the company attractiveness which is the reason for internal employees joining the company, analyze the employer value proposition received by internal employees while working at Mercedes-Benz Indonesia as the basis for making the right corporate brand strategy, analyzing the employer attractiveness of potential employees towards their preferences in choosing a company and analyzing the communication media and the right activities for the company as a means of implementing the company's brand strategy.

This research is a qualitative study in which the source of data comes from primary data that is obtained from questions compiled systematically which are then submitted to participants in the form of interviews. Interviews are conducted in depth with open ended answer, with the aim to conduct a broad exploration and maintain the objectivity of the participants. The number of participants is 20 people consisting of internal employees and potential employees who are selected with certain characteristics.

The results showed that the company internal attractiveness is brand reputation, self-development and career and compatibility of work and competence. Employer value propositions which is considered as a good point is the concept of corporate culture, career programs, employee development programs, competent leaders, good social relations between employees, competitive compensation, attractive benefits and good product reputation. The employer attractiveness of potential employees is a company that provides job security, has a great reputation, competitive salary, provides transportation, health and retirement benefits, supportive environment, flexible workplaces and times and provides self-actualization opportunities. The most recommended communication media are company websites, social media such as Instagram and Youtube. The most recommended employer brand marketing activities are through social media, job fairs and inform potential employee about the company positive values.

Keywords: *talent war, employer branding, employer value proposition, employer attractiveness, communication channel.*