

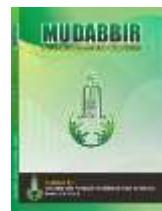


JURNAL MUDABBIR

(Journal Research and Education Studies)

Volume 5 Nomor 2 Tahun 2025

<http://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/mudabbir>



ISSN: 2774-8391

Peran Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Upaya Meningkatkan Employer Branding Pada PT Union Confectionery Medan

Yuli Arnida Pohan¹, Natasya Alima², Kayla Khairani³, Dinda Prasati⁴,
Dini Novytasari Sitanggang⁵, Ayu Ramadana⁶

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Potensi Utama

Email: kk6650157@gmail.com¹, natasya.alima12@gmail.com²,
dinisitanggang11@gmail.com³, dindaprasasti26@gmail.com⁴,
ayuramadana0123@gmail.com⁵

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran perencanaan dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) dalam meningkatkan employer branding pada PT Union Confectionery Medan. Employer branding yang kuat menjadi faktor penting dalam menarik dan mempertahankan karyawan, serta meningkatkan loyalitas dan kepuasan kerja. Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Analysis (SLA) terhadap sumber-sumber ilmiah tahun 2021–2025 yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi perencanaan SDM, seperti penyediaan kompensasi yang kompetitif, sistem kerja fleksibel, serta kebijakan cuti yang manusiawi, mampu menciptakan lingkungan kerja yang mendukung. Selain itu, pengembangan SDM melalui pelatihan rutin, mentoring, dan jalur karier yang jelas terbukti meningkatkan keterikatan emosional, loyalitas, dan kebanggaan karyawan terhadap perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perencanaan dan pengembangan SDM yang terstruktur dan berorientasi pada kesejahteraan karyawan merupakan fondasi utama dalam membentuk employer branding yang kuat dari dalam perusahaan

Kata Kunci: Employer Branding, Perencanaan Sumber Daya Manusia, Pengembangan Sumber Daya Manusia, Loyalitas, PT Union Confectionery

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of human resource (HR) planning and development in improving employer branding at PT Union Confectionery Medan. Strong employer branding is an important factor in attracting and retaining employees, as well as increasing loyalty and job satisfaction. This study uses the Systematic Literature Analysis (SLA) method on relevant scientific sources from 2021-2025. The results of the study show that HR planning strategies, such as providing competitive compensation, flexible work systems, and humane leave policies, are able to create a supportive work environment. In addition, HR development through regular training, mentoring, and clear career paths has been shown to increase emotional attachment, loyalty and employee pride in the company. Thus, it can be concluded that structured HR planning and development that is oriented towards employee welfare is the main foundation in forming strong employer branding from within the company.

Keywords: Employer Branding, Human Resource planning, Human Resource Development, Loyalty

PENDAHULUAN

Dalam lingkup persaingan bisnis yang semakin kompetitif, sebuah perusahaan tidak hanya dituntut untuk menciptakan sebuah jasa atau produk yang berkualitas unggul, perusahaan tersebut juga harus menciptakan dan membangun citra positif perusahaan sebagai tempat kerja yang ideal dan baik. Citra perusahaan atau employer branding menjadi salah satu faktor penting yang dapat mempertahankan dan menarik talenta - talenta terbaik. Kuatnya *employer branding* suatu perusahaan terbentuk dari lingkup eksternal dan internal, employer branding yang kuat juga dapat memberikan keunggulan bersaing sebab mampu meningkatkan loyalitas karyawan yang sudah ada serta menciptakan daya tarik calon karyawan

Beberapa faktor yang berperan dalam membentuk pandangan positif karyawan salah satunya ialah cara perusahaan membuat perencanaan dan pengembangan sumber daya manusia secara keseluruhan. Sebagaimana dijelaskan dalam sebuah kajian mengenai hubungan *employer branding* dan retensi pegawai, kepuasan ketja yang dibangun melalui pengembangan karyawan yang sistematis memainkan peran penting dalam mempertahankan talenta (Pricilla & Martdianty, 2024). Dengan adanya perencanaan dan pengembangan sumber daya manusia yang baik dan tepat, perusahaan dapat menciptakan lingkungan yang mempertahankan dan mendukung pertumbuhan individu setiap karyawan. Selain itu nilai - nilai internal seperti penghargaan terhadap pertumbuhan karyawan dan budaya kerja yang mendukung, menjadi aspek utama yang mempengaruhi daya tarik perusahaan sebagai tempat kerja (Indra & Widoatmojo, 2021). Pemberian kesejahteraan, dalam bentuk kompensasi yang memadai, fasilitas kerja, atau kesempatan pengembangan karier, menjadi bagian tak terpisahkan dari upaya perusahaan untuk mempertahankan karyawan dan membangun loyalitas. Karyawan yang merasa dihargai, diberdayakan, dan memiliki peluang berkembang, akan

menumbuhkan rasa bangga terhadap tempat kerja. Perasaan tersebut menjadi dasar utama dalam membangun *employer branding* yang kuat dari dalam.

PT. Union Confectionery, merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan yang berada di Medan menghadapi tantangan dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas karyawan. Maka dari itu, adanya strategi pengelolaan Sumber Daya Manusia sangat penting guna memastikan karyawan bekerja dengan nyaman, dihargai dan memiliki rasa bangga karena menjadi bagian dari perusahaan yang memperhatikan kesejahteraan karyawannya. Perencanaan kebutuhan tenaga kerja yang tepat, pengembangan jalur karir yang jelas dan terarah serta pemenuhan kesejahteraan karyawan yang baik juga bagian dari menciptakan citra perusahaan atau *employer branding* di mata karyawan dan masyarakat sekitar. Bahkan dalam studi lain, ditemukan bahwa keberhasilan employer branding sering kali ditopang oleh praktik kesejahteraan karyawan, seperti penciptaan work-life balance, program pelibatan karyawan, dan fasilitas pendukung lainnya (Yulianti & Hartono, 2023). Ini menunjukkan bahwa branding perusahaan bukan sekadar citra yang dibangun dari luar, melainkan cerminan dari kualitas hubungan internal antara perusahaan dan tenaga kerjanya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana strategi perencanaan dan pengembangan sumber daya manusia yang diterapkan oleh PT Union Confectionery Medan dapat membentuk rasa bangga dan kepuasan kerja karyawan, serta dampaknya terhadap penguatan citra Perusahaan atau *employer branding*. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi Perusahaan dalam merancang strategi manajemen sumber daya manusia yang lebih manusiawi, dan efektif serta berdampak langsung pada reputasi Perusahaan sebagai tempat kerja.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan metode Systematic Literatur Analysis (SLA) yang bertujuan untuk menelaah peran perencanaan dan pengembangan sumber daya manusia dalam upaya meningkatkan citra perusahaan atau *employer branding*. Data untuk penelitian ini didapatkan melalui pencarian di internet tentang artikel terkait citra perusahaan atau *employer branding* pada tahun 2019-2025. informasi ini digunakan untuk mempelajari topik terkait mengenai hal yang berperan dalam meningkatkan citra perusahaan atau *employer branding* pada perusahaan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis sejumlah artikel ilmiah yang membahas hubungan antara perencanaan dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) terhadap employer branding atau citra perusahaan sebagai tempat kerja ideal. Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa perencanaan dan pengembangan SDM yang dilakukan secara sistematis dan berorientasi pada kesejahteraan serta pertumbuhan karyawan memiliki dampak signifikan terhadap penguatan employer branding di berbagai organisasi.

A. Perencanaan Sumber Daya Manusia dalam Penguatan Employer Branding

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa perencanaan SDM yang komprehensif – termasuk strategi kompensasi dan kesejahteraan – berperan langsung dalam membentuk citra perusahaan sebagai tempat kerja ideal. Fadila et al. (2025) menyimpulkan bahwa HR planning yang efektif meningkatkan kepuasan kerja dan retensi karyawan, dengan data empiris dari beberapa perusahaan menunjukkan korelasi positif antara praktik ini dan loyalitas karyawan yang lebih tinggi . Selain itu, Fawaida Ilmalmaula et al. (2023) menekankan pentingnya peran manajemen SDM dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan, melalui pelatihan, sistem penghargaan, dan dukungan psikologis – yang semuanya adalah komponen penting dalam HR planning modern . Selaras dengan ini, Putri & Lavidya (2023) menyoroti bahwa perencanaan SDM mampu memberikan kepastian jabatan dan benefit yang jelas, sehingga meningkatkan kinerja serta citra profesional perusahaan . Tak kalah penting, studi oleh Chardelia Penggalih et al. (2025) tentang fleksibilitas kerja menyebutkan bahwa HR planning yang memasukkan fleksibilitas jadwal dapat menurunkan stres dan meningkatkan well-being karyawan, yang secara tidak langsung berdampak pada citra perusahaannya .

Berdasarkan penjelasan diatas, PT Union Confectionery sudah menyusun perencanaan sumber daya manusia dengan komitmen yang kuat terhadap kepuasan dan kesejahteraan karyawan sebagai komponen utama citra perusahaan atau employer branding. Perusahaan juga menetapkan program kompensasi yang kompetitif, seperti bonus atas pencapaian target yang dilakukan, asuransi kesehatan, serta bonus tahunan lainnya sesuai dengan ketentuan dari tim manajemen atas hasil kerja yang dilakukan berdasarkan performa. selain itu, ada penerapan sistem kerja yang fleksibel, seperti penyesuaian shift kerja dan adanya tambahan hari libur atau cuti khusus yang diberikan di luar cuti tahunan biasa. langkah tersebut diikuti dengan pelatihan keterampilan dan komunikasi yang terbuka tentang jalur karir, untuk menciptakan rasa aman dan nyaman dalam lingkungan kerja serta kebanggaan dalam lingkungan kerja. dengan adanya proses nyata yang dilakukan dari perencanaan sumber daya manusia yang mencerminkan investasi dalam hal profesional dan kesejahteraan, PT Union Confectionery berhasil memperkuat reputasinya sebagai tempat kerja yang modern dan

berkualitas dari lingkup internal dan perusahaan yang "employer of choice" dalam industri.

B. Pengembangan Sumber Daya Manusia sebagai Strategi Loyalitas dan Kepuasan Kerja Karyawan

Dari penelitian terdahulu yang diakses menunjukkan bahwa komponen kesejahteraan dan pengembangan karir seperti kompensasi dan budaya kerja memiliki peran yang penting dalam meningkatkan loyalitas dan kepuasan kerja karyawan. Studi Purnamasari & Sintaasih (2019) menemukan bahwa sistem pengembangan karir, ditunjang oleh kompensasi yang adil dan iklim organisasi kondusif, berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas karyawan dengan kompensasi memberikan dampak paling besar. Eman Sulaeman et al. (2023) membuktikan bahwa pengembangan karir tak hanya meningkatkan loyalitas, tetapi juga kepuasan kerja, dengan motivasi sebagai mediator penting. Kedua hal ini memperkuat teori bahwa karyawan yang mendapatkan pelatihan, melihat jalur karir yang jelas dan dihargai secara finansial ataupun non-finansial cenderung memiliki perasaan terikat secara emosional dengan perusahaan.

Berdasarkan beberapa pemaparan diatas PT Union Confectionery menerapkan strategi pengembangan SDM yang menyeluruh sebagai bagian dari meningkatkan citra perusahaan atau employer branding. Program seperti pelatihan, sistem mentoring, serta adanya jalur karier yang transparan, memfasilitasi karyawan untuk berkembang dalam mencapai tujuannya. Selain itu, perusahaan juga menawarkan kompensasi yang kompetitif, insentif, kenaikan secara bertahap, dan asuransi kesehatan. Seperti dalam penelitian Purnamasari & Sintaasih (2019) yang menekankan pentingnya kompensasi dalam loyalitas. Dari upaya ini perusahaan dapat membuat karyawan merasa dihargai, memiliki rasa bangga, dan termotivasi yang memungkinkan PT Union Confectionery memperkuat citra perusahaan atau employer branding melalui peningkatan loyalitas dan kepuasan kerja yang nyata.

C. Implikasi terhadap employer branding pada PT Union Confectionery Medan

Penguatan pengembangan (Development Value) dalam citra perusahaan atau employer branding secara signifikan dapat meningkatkan keterikatan dan loyalitas karyawan. Menurut (Teguh Satrio Pernanda, dkk, 2023) pada distribusi resmi coca cola di bandung menemukan bahwa citra perusahaan atau employer branding mencakup peluang karir yang jelas dan terstruktur, mentoring yang efektif, dan pelatihan yang relevan dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap loyalitas karyawan. (Daniel Yudisya Wardhana & Purwani Retno, 2023) juga menjelaskan bahwa dalam konteks industri pariwisata Yogyakarta terdapat tiga dimensi utama citra perusahaan atau employer branding yaitu application value, development value dan economic value berpengaruh secara signifikan dalam menurunkan niatan berhenti kerja (turnover karyawan). adanya struktur pengembangan karir yang jelas, kompensasi yang adil dan

sesuai, serta lingkungan kerja yang positif adalah hal utama dalam membangun citra perusahaan atau employer branding yang kuat dalam sebuah perusahaan.

Dari penjelasan tersebut, strategi sumber daya manusia pada PT Union Confectionery tampak sejalan dan memperkuat citra perusahaan atau employer branding perusahaan. adanya komitmen yang jelas terhadap pengembangan karir yang transparan terbukti meningkatkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. kompensasi yang kompetitif atau sesuai seperti adanya asuransinya kesehatan, bonus pencapaian kinerja dan tunjangan tahunan terbukti terhadap kepuasan karyawan untuk bertahan pada perusahaan. selain itu, adanya kebijakan seperti cuti melahirkan, sakit dan sebagainya tanpa pengurangan potongan gaji jika ada bukti yang nyata seperti surat dokter mencerminkan application value perusahaan. Dengan demikian, implikasi dari adanya pengembangan sumber daya manusia yang terstruktur dan hal-hal yang diberikan kepada karyawan sehingga karyawan memiliki keterikatan emosial pada PT Union Confectionery dapat mewujudkan adanya implementasi dari pembentukan citra perusahaan atau employer branding.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik Kesimpulan bahwa perencanaan dan pengembangan sumber daya manusia memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan citra Perusahaan atau employer branding di PT Union Confectionery Medan. Dalam kontekks Perusahaan, citra Perusahaan atau employer branding ini merupakan strategi yang sangat penting dalam membangun citra Perusahaan yang positif dimata karyawan ataupun calon karyawan. Citra Perusahaan ini bukan hanya ditentukan oleh kegiatan atau komunikasi eksternal Perusahaan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh bagaimana Perusahaan Menyusun perencanaan dan pengembangan sumber daya manusia secara menyeluruh.

Pertama, perencanaan sumber daya manusia dilakukan oleh PT Union Confectionery Medan terbukti telah memperhatikan kebutuhan dan kesejahteraan karyawan secara keseluruhan. Hal ini tercermin dari adanya penerapan sistem kerja yang fleksibel, program kompensasi yang kompetitif, dan kebijakan cuti yang adil. Pendekatan ini membentuk citra Perusahaan atau employer branding sebagai tempat kerja yang suportif dan peduli kepada karyawannya, sehingga memperkuat reputasi internal Perusahaan yang positiif.

Kedua, pada aspek pengembangan sumber daya manusia, Perusahaan telah menunjukkan komitmen melalui adanya pelatihan teknis dan softskills berkelanjutan, jalur karir yang jelas dan transparan serta sistem mentoring. Strategi ini memberi peluang nyata bagi karyawan untuk berkembang dan merasa dihargai. Dengan adanya pengembangan karir yang terstruktur serta pemberian kompensasi yang sesuai,

Perusahaan mampu menumbuhkan loyalitas karyawan, keterkaitan emosional, dan adanya rasa kebanggan karyawan terhadap tempat mereka bekerja.

Secara keseluruhan, perencanaan dan pengembangan sumber daya manusia yang dilaksanaan oleh PT Union Confectionery Medan merupakan strategi pengelolaan sumber daya manusia yang berorientasi pada kesejahteraan karyawan yang terstruktur terbukti berdampak positif terhadap loyalitas dan kepuasan kerja karyawan, hal ini memperkuat citra Perusahaan atau employer branding dari dalam, serta menciptakan keterikatan emosional antara karyawan dan Perusahaan dan menurunkan niat karyawan untuk keluar (*turn over*). Maka keberhasilan membangun citra Perusahaan atau employer branding yang baik tidak hanya bergantung pada citra luar, tetapi juga sangat ditentukan oleh praktik internal yang mencerminkan kepedulian Perusahaan terhadap pertumbuhan dan kesejahteraan karyawannya.

REFERENSI

- Amalia, F. R., Fauziah, Y. A., Puspitasari, A. D., & Suwandi. (2025). Pengaruh Perencanaan SDM yang Efektif terhadap Kepuasan dan Retensi Karyawan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pendidikan*, 1(4), 193-196.
- Aulia, D. (2025). Mencetak Sukses Bersama: Panduan Perencanaan SDM untuk Pertumbuhan Perusahaan dan Karyawan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 4(1), 63-70.
- Ilmalmaula, F., Damayanti, R., Taqiyah, H., Al-Ghazali, I., & Mu'allimin, M. (2025). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Kesejahteraan Karyawan. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital*, 2(2), 96-111.
- Indra, I. R., & Widoatmodjo, S. (2021). Analisa Strategi Employer Branding terhadap Minat Melamar Kerja. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(4), 414-419.
- Khaeruman, Mukhlis, A., Bahits, A., & Tabroni. (2023). Strategi Perencanaan Sumber Daya Manusia untuk Meningkatkan Kinerja Organisasi. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT)*, 7(1), 41-50.
- Khasanah, D. A. L., Yuniarti, V., & Ismail, I. (2024). Pentingnya Perencanaan MSDM dalam Mencapai Keunggulan Perusahaan di Era Digital. *Jurnal Media Akademik*, 2(12).
- Pernanda, T. S., Suwarsi, S., & Alamsyah, I. F. (2022). Pengaruh employer branding berbasis development value terhadap loyalitas karyawan pada Coca-Cola Official Distribution Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(2), 1081-1087.
- Penggalih, C., Salsabila, S. N., & Salsabila, C. (2025). Fleksibilitas kerja dan kesejahteraan karyawan: Sebuah analisis literatur. *Musytari: Neraca Manajemen, Ekonomi*, 14(5), 81-90.

- Pricilla, K., & Martdianty, F. (2024). Pengaruh Employer Branding terhadap Employee Retention dengan Job Satisfaction, Organizational Identification serta Career Development sebagai Mediator: Studi pada Pekerja Perusahaan Teknologi. *Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia*, 47(2), 16–29.
- Purnamasari, N. P. D., & Sintanashii, D. K. (2019). Pengaruh pengembangan karir, kompensasi, dan iklim organisasi terhadap loyalitas karyawan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(9), 5762–5782.
- Putri, A. A., & Lavidya, V. (2023). Analisis Perencanaan SDM Terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kesehatan*, 11(3), 1061-1066.
- Sulaeman, E., Husnina, N. N., Lestari, S. A., Sinta Aji, S. N. R., & Marsyatinisa, Y. (2023). Pengaruh pengembangan karir dan motivasi kerja terhadap kepuasan kerja karyawan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 5980–5984.
- Wardhana, D. Y., & Andalas, P. R. (2023). Employer branding dan turnover intention: Pengaruhnya pada karyawan bidang pariwisata di Yogyakarta. *Jurnal Modus*, 35(2), 243-257.
- Yulianti, I. A., & Hartono, S. (2024). Upaya Employee Retention melalui Employer Branding dan Employee Engagement pada Generasi Z serta Milenial. *Ekobis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(1), 124–137.