# *THE INFLUENCE OF EMPLOYER BRANDING AND EMPLOYEE VALUE PROPOSITION ON EMPLOYEE ENGAGEMENT AND RETENTION AT QARA'A TECHNOLOGY STARTUP*

**KARYA AKHIR**

**Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana**

**Maharani**
**B1021211215**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TANJUNGPURA**
**PONTIANAK**
**2025**

# *THE INFLUENCE OF EMPLOYER BRANDING AND EMPLOYEE VALUE PROPOSITION ON EMPLOYEE ENGAGEMENT AND RETENTION AT QARA'A TECHNOLOGY STARTUP*

**KARYA AKHIR**

**Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana**

**Maharani**
**B1021211215**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TANJUNGPURA**
**PONTIANAK**
**2025**

## PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

| | |
|---|---|
| Nama | : Maharani |
| NIM | : B1021211215 |
| Jurusan | : Manajemen |
| Program Studi | : Manajemen Reguler A |
| Konsentrasi | : Sumber Daya Manusia |
| Judul Karya Akhir | : *The Influence of Employer Branding and Employee value proposition on Employee Engagement and Retention at Qara'a Technology Startup* |

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya akhir dengan judul tersebut diatas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber daftar pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).
Apabila di dalamnya terbukti penulis melakukan plagiat, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Karya Akhir dengan judul tersebut di atas.
Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 10 Januari 2025



Maharani
NIM. B1021211215

## PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

| | |
|---|---|
| Nama | : Maharani |
| Jurusan | : Manajemen |
| Studi | : Manajemen Reguler A |
| Konsentrasi | : Sumber Daya Manusia |
| Tanggal Ujian | : 10 Januari 2025 |

Judul Karya Akhir :
*The Influence of Employer Branding and Employee value proposition on Employee Engagement and Retention at Qara'a Technology Startup*

Menyatakan bahwa Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 10 Januari 2025



Maharani
NIM. B1021211215

**LEMBAR YURIDIS**

***THE INFLUENCE OF EMPLOYER BRANDING AND EMPLOYEE VALUE PROPOSITION ON EMPLOYEE ENGAGEMENT AND RETENTION AT QARA'A TECHNOLOGY STARTUP***

Penanggung jawab Yuridis

Maharani
B1021211215

Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Sumber Daya Manusia
Tanggal Ujian : 10 Januari 2025

MAJELIS PENGUJI

| Majelis Penguji | Nama/NIP | tgl/bln/thn | Tanda Tangan |
|---|---|---|---|
| Pembimbing 1 | Karsim, S.Kom., M.M.<br>NIP. 19870607202231005 | 17/01/2025 | |
| Pembimbing 2 | Mazayatul Mufrihah, S.E., M.M.<br>NIP. 199101122023212043 | 16/01/2025 | |
| Penguji 1 | Dr. Ahmad Shalahuddin, S.E., M.M.<br>NIP. 196909032000031001 | 16/01/2025 | |
| Penguji 2 | Hasanudin, S.E., M.M.<br>NIP. 198410012023211017 | 23/01/2025 | |

Dinyatakan telah memenuhi persyaratan dan lulus
oleh Majelis Penguji dalam Ujian Karya Akhir
Program MBKM Riset dan Komprehensif untuk
memperoleh gelar Sarjana

Pontianak, 24 JAN 2025
Koordinator Program Studi Manajemen

Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
NIP. 199205082019031006

## UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulliah Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul ***"The Influence of Employer Branding and Employee value proposition on Employee Engagement and Retention at Qara'a Technology Startup"*** dengan baik. Karya akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan program strata satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak. Karya akhir ini dihadiahkan spesial kepada Ayah dan Ibu tercinta penulis.

Penulis juga banyak mendapatkan bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Garuda Wiko, S.H., M.Si., FCBArb. selaku Rektor Universitas Tanjungpura.
2. Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
3. Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
4. Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakutas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
5. Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M. selaku Ketua Prodi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesritas Tanjungpura.
6. Karsim, S.Kom., M.M. selaku Dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan dari semester 1 sampai penulis menyelesaikan studi.
7. Mazayatul Mufrihah, S.E., M.M. selaku Dosen pembimbing akademik dan pembimbing riset yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan akhir ini.
8. Dr. Ahmad Shalahuddin, S.E., M.M. selaku dosen penguji di MBKM Riset yang telah memberikan masukan kritis yang sangat berharga dalam menyempurnakan laporan akhir ini.
9. Hasanudin, S.E., M.M. selaku dosen penguji di MBKM Riset yang telah memberikan masukan kritis yang sangat berharga dalam menyempurnakan laporan akhir ini.
10. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya dari Jurusan Manajemen, yang telah membagikan ilmu pengetahuan dan wawasan selama masa perkuliahan.
11. Keluarga besar yang juga selalu memberikan doa dan perhatiannya kepada penulis dalam menyelesaikan laporan akhir ini.
12. Rekan pejuang riset yakni Evita Maharani yang telah bersama berjuang dari awal perkuliahan dan selalu mendukung penulis dalam suka maupun duka hingga proses penulisan tugas akhir ini.
13. Rekan seperjuangan perkuliahan Nada Hanifah Amran yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis sampai saat ini

14. Rekan kerja penulis yakni Yogi dan Imelga yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis saat ini.
15. Rekan penulis yang lain yakni Fahirah, Tasya, dan Ghea yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan laporan akhir ini
16. Muhammad Irvan Januari, yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal, mendukung dan menghibur penulis dalam suka dan duka, dan meyakinkan penulis untuk pantang menyerah dalam menyelesaikan studi.
17. Co-Founder dan karyawan *startup* Qara'a yang telah memberikan bantuan dalam partisipasi dalam penelitian penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir.
18. Semua pihak yang selalu memberikan perhatian dan dukungannya yang tidak bisa dituliskan satu per satu.

Pontianak, 10 Januari 2025



Maharani
NIM. B1021211215

***The Influence of Employer Branding and Employee value proposition on Employee Engagement and Retention at Qara'a Technology Startup***

Maharani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Indonesia

**ABSTRAK**

Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, kemampuan untuk menarik dan mempertahankan talenta berkualitas sangat penting bagi kesuksesan perusahaan rintisan (*startup*). Penelitian ini mengeksplorasi peran *employer branding* dan *employee value proposition (EVP*) terhadap keterlibatan karyawan dan retensi karyawan di perusahaan rintisan di Kota Pontianak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen untuk mengukur persepsi mereka terhadap praktik *employer branding* dan *EVP* serta dampaknya terhadap tingkat keterlibatan dan retensi karyawan. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa *employer branding* perusahaan rintisan Qara'a, yang didasarkan pada dimensi nilai minat, nilai sosial, nilai ekonomi, nilai pengembangan, dan nilai aplikasi, dapat meningkatkan keterlibatan dan retensi karyawan. Selain itu, penerapan *employee value proposition* Qara'a dikemas secara menarik dan sesuai dengan ekspektasi karyawan, sehingga *EVP* dapat meningkatkan keterlibatan dan retensi karyawan di perusahaan rintisan Qara'a.

**Kata kunci**: *Employer Branding, Employee value proposition, Employee Engagement, Employee Retention, Startup Company.*

***The Influence of Employer Branding and Employee value proposition on Employee Engagement and Retention at Qara'a Technology Startup***

Maharani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Indonesia

## *ABSTRACT*

*In a competitive business environment, the ability to attract and retain quality talent is critical to the success of startup companies. This study explores the role of employer branding and employeevalue proposition (EVP) on employee engagement and retention in startup companies in Pontianak City. This research uses a qualitative approach with data collection methods through in-depth interviews, participatory observation, and document analysis to measure their perceptions of Employer branding and EVP practices and their impact on engagement and retention levels. The results of this study reveal that Qara'a's startup employer branding, based on the dimensions of interest value, social value, economic value, development value, and application value, can increase employee engagement and retention. Furthermore, the application of Qara'a's employeevalue proposition is packaged attractively and by employee expectations so that the EVP can increase the engagement and retention of Qara'a startup employees.*

***Keywords*** *: Employer Branding, EmployeeValue Proposition, Employee Engagement, Employee Retention, Startup Company*

# RINGKASAN KARYA AKHIR

## *The Influence of Employer Branding and Employee value proposition on Employee Engagement and Retention at Qara'a Technology Startup*

### 1. Latar Belakang

Perusahaan *startup* merupakan salah satu fenomena bisnis yang sedang berkembang pesat di Indonesia. *Startup* merupakan sebuah bisnis yang dibentuk dengan tujuan menemukan model bisnis yang ideal agar dapat terus berkembang dan bertahan (Andriyati & Zulaikha, 2023). Indonesia merupakan negara dengan *startup* terbanyak nomor satu di ASEAN pada awal 2024. Dilansir dari laman Katadata.co.id, Menurut data *Startup* Ranking, perusahaan statistik asal Peru, pada 11 Januari 2024 ada 2.562 *startup* di Indonesia (Annur, 2024). Angka ini menunjukkan bahwa perusahaan *startup* sedang berkembang pesat saat ini, seiring dengan meningkatnya inovasi teknologi, pertumbuhan ini turut berdampak pada kebutuhan akan sumber daya manusia yang berkualitas.

*Startup* teknologi khusus nya di Kota Pontianak telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Ekosistem *startup* yang berkembang pesat ini menawarkan berbagai peluang baru tetapi juga menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan karyawan. Dalam industri yang sangat kompetitif, *startup* teknologi harus mampu menarik, melibatkan, dan mempertahankan talenta terbaik untuk tetap relevan dan inovatif . Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh perusahaan *startup* adalah dalam hal pengelolaan sumber daya manusia. Merujuk pada hasil riset dari (Kofanov & Zozul`ov, 2018)menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu *startup* ialah berasal dari faktor eksternal dan internal, yaitu sumber daya manusia atau tim didalam *startup* tersebut, organisasi, proses dan lingkungan. Hal tersebut juga didukung berdasarkan hasil penelitian dari (Dwi Rahmadiane et al., 2022) mengungkapkan bahwa, terdapat faktor yang berpengaruh pada pertumbuhan *startup*, terdiri dari sumber daya manusia (SDM),faktor infrastruktur, dan keamanan siber. Dalam hal ini peranan SDM berperan besar dalam hal pengembangan *startup*. Dua konsep yang dapat menjadi kunci dalam mencapai tujuan keberhasilan *startup* adalah Employer branding dan *Employee value proposition* (*EVP*) (Kinasih et al., 2019).

*Startup* Qara'a merupakan salah satu perusahaan rintisan teknologi yang berfokus pada pembelajaran Quran dengan teknologi kecerdasan buatan atau Artificial Intelligence (AI) sejak tahun 2018. Dengan pesatnya perkembangan perusahaan, tantangan dalam mengelola sumber daya manusia, terutama dalam hal meningkatkan keterlibatan dan retensi karyawan, semakin krusial. Hal ini menekankan pentingnya strategi yang tepat dalam employer branding dan *employee value*

*proposition* (*EVP*) untuk menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pertumbuhan perusahaan sekaligus mempertahankan talenta terbaik di industri teknologi yang sangat kompetitif.

Dalam lingkup *startup* teknologi di Pontianak, di mana karyawan sering mencari kesempatan untuk berkembang dan memberikan kontribusi yang signifikan, *EVP* yang kuat dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan karyawan untuk tetap bekerja di perusahaan tersebut. *EVP* yang jelas dan dikelola dengan baik dapat meningkatkan motivasi dan keterlibatan karyawan (Fuadi & Anjayani, 2023). Keterlibatan karyawan merupakan faktor kunci yang memengaruhi produktivitas dan kinerja organisasi. Menurut Gallup (2024), Perusahaan dengan karyawan yang terlibat cenderung memiliki produktivitas yang lebih tinggi dan tingkat pergantian tenaga kerja yang lebih rendah.. Employee engagement tidak hanya mendorong karyawan untuk memberikan kontribusi melebihi kemampuan mereka dalam pekerjaan, tetapi juga meningkatkan loyalitas mereka terhadap perusahaan, sehingga mengurangi keinginan untuk keluar secara sukarela.Di era digital yang berkembang pesat, keterlibatan karyawan menjadi tantangan tersendiri, terutama bagi perusahaan *startup* yang sering kali menghadapi ketidakpastian dan perubahan yang cepat (Chairunnisa et al, 2023).

Salah satu tantangan dalam pengelolaan karyawan adalah mempertahankan karyawan potensial atau yang dikenal dengan retensi karyawan (Srimulyani, 2020). Penerapan strategi retensi karyawan sangat penting bagi perusahaan, karena tingginya tingkat turnover dapat mengganggu kelancaran aktivitas dan produktivitas, serta menyebabkan ketidakstabilan dan ketidakpastian di antara tenaga kerja (Hamid & Fauzan, 2023). Retensi karyawan merupakan usaha yang dilakukan guna menjaga karyawan tetap bekerja pada suatu organisasi/perusahaan. Winoto (2021) menyatakan bahwa menjaga karyawan terbaik dalam jangka panjang merupakan tantangan yang dihadapi oleh semua perusahaan atau organisasi.

Penelitian sebelumnya sering kali berfokus pada perusahaan besar dan mapan, yang memiliki sumber daya lebih untuk mengembangkan program Employer branding dan *EVP* yang kuat. Namun, *startup*, terutama yang berada pada tahap awal perkembangan, mungkin menghadapi tantangan yang berbeda dalam menerapkan strategi ini. Kajian mendalam mengenai bagaimana *startup* teknologi yang relatif baru di Pontianak menerapkan dan mengelola Employer branding serta *EVP* untuk meningkatkan keterlibatan dan retensi karyawan masih sangat terbatas.

Meskipun banyak literatur yang membahas Employer branding dan *EVP* secara terpisah, masih jarang ditemukan penelitian yang mengkaji keterkaitan langsung antara kedua konsep ini dengan keterlibatan dan retensi karyawan secara komprehensif. Penelitian sebelumnya oleh Ariyanto & Kustini, (2021) berfokus pada pengukuran kesuksesan employer branding dan *employee value proposition* Dalam menarik calon pegawai potensial secara eksplisit. Oleh karena itu, penelitian ini

mencoba mengisi kekosongan dengan mengeksplorasi bagaimana peran Employer branding dan *EVP* secara bersama-sama meningkatkan keterlibatan dan retensi karyawan pada *startup* teknologi di Kota Pontianak.

Sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur keterlibatan dan retensi karyawan. Penelitian dengan pendekatan kualitatif yang memberikan wawasan lebih mendalam mengenai pengalaman karyawan dalam konteks *startup* teknologi masih kurang. Pendekatan kualitatif dapat memberikan pemahaman yang lebih kaya mengenai dinamika internal perusahaan dan persepsi karyawan terhadap Employer branding dan *EVP*.

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan diatas, maka penelitian ini membahas lebih dalam mengenai peran employer branding dan *employee value proposition* dalam meningkatkan keterlibatan dan retensi karyawan *startup* Qara'a di Kota Pontianak.

## 2. Permasalahan

Merujuk pada latar belakang masalah dalam uraian variabel di atas, peneliti berusaha untuk menjawab hal yang dapat terjadi pada peranan *employer branding* dan *employee value proposition* dalam meningkatkan keterlibatan dan retensi karyawan di *startup* Qara'a. Adapun rumusan masalah telah dibuat sebagai berikut:

1) Bagaimana peranan *employer branding* dalam meningkatkan keterlibatan karyawan *startup* Qara'a?
2) Bagaimana peranan *employer branding* dalam meningkatkan retensi karyawan *startup* Qara'a?
3) Bagaimana peranan *employee value proposition* dalam meningkatkan keterlibatan karyawan *startup* Qara'a?
4) Bagaimana peranan *employee value proposition* dalam meningkatkan retensi karyawan *startup* Qara'a?

## 3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan, diantaranya :

1) Untuk mengetahui bagaimana peranan employer branding dalam meningkatkan keterlibatan dan retensi karyawan *startup* Qara'a
2) Untuk mengetahui bagaimana peranan employe value proposition dalam meningkatkan keterlibatan dan retensi karyawan *startup* Qara'a

## 4. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai peran employer branding dan *employee value proposition* (*EVP*) dalam meningkatkan keterlibatan dan retensi karyawan di perusahaan *startup* Qara'a yang beroperasi di Kota Pontianak. Metodologi penelitian kualitatif digunakan untuk

memahami secara mendalam fenomena yang diteliti melalui pengumpulan dan analisis data secara deskriptif, interpretatif, dan kontekstual (Rifa'i, 2023).

Dalam penelitian ini, kriteria inklusi ditetapkan untuk memastikan bahwa informan memiliki pengalaman dan pemahaman yang relevan terkait topik employer branding dan *employee value proposition* di Qara'a. Informan yang dipilih adalah karyawan aktif yang telah bekerja di perusahaan tersebut selama minimal 6 bulan, karena durasi ini memungkinkan mereka untuk memahami strategi dan budaya perusahaan secara mendalam. Selain itu, karyawan dari berbagai divisi dan level pekerjaan dipilih untuk memperoleh perspektif yang beragam, termasuk mereka yang terlibat dalam pengambilan keputusan atau pelaksanaan strategi SDM, khususnya dalam hal keterlibatan dan retensi. Informan juga harus bersedia berpartisipasi secara terbuka dalam wawancara.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Teknik ini memastikan bahwa informan yang dipilih memiliki karakteristik dan pengalaman yang relevan dengan tujuan penelitian. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memilih karyawan dengan pengetahuan khusus tentang employer branding dan *EVP* di Qara'a, seperti anggota tim SDM, manajer, dan karyawan dari berbagai tingkatan posisi.

Alasan utama penggunaan metode kualitatif ini adalah untuk mengungkap fenomena di dunia nyata melalui pengumpulan data secara naturalistik. Penelitian kualitatif merupakan investigasi naturalistik karena menggunakan strategi pengumpulan data interaktif untuk menemukan alur alami dari peristiwa dan proses (Syaefullah, 2015).

Beberapa teknik pengumpulan data digunakan dalam penelitian ini untuk memastikan kedalaman dan keakuratan informasi.

Pertama, wawancara mendalam dengan pendekatan semiterstruktur dilakukan dengan Founder dan karyawan kunci *startup* Qara'a. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh wawasan tentang persepsi dan pengalaman karyawan terkait employer branding, *Employee value proposition* (*EVP*), keterlibatan karyawan, dan retensi (Rifa'i, 2023). Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan interaksi antara peneliti dan responden untuk mendapatkan informasi yang relevan dan mendalam tentang topik penelitian. Wawancara dilakukan berdasarkan panduan wawancara yang disusun oleh peneliti dengan durasi 40-60 menit. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 5 orang, yaitu Co-Founder, Direktur Operasional, karyawan divisi Keuangan, karyawan divisi Pemasaran, dan karyawan divisi IT *startup* Qara'a. Dalam penelitian ini, lima informan dari berbagai departemen di perusahaan dianggap cukup untuk mencapai kejenuhan data, terutama founder dan karyawan dengan pengalaman beragam dan mendalam terkait employer branding dan *EVP* di perusahaan Qara'a.

Kedua, observasi partisipatif dilakukan oleh peneliti yang secara aktif terlibat dalam aktivitas sehari-hari perusahaan, mengamati

lingkungan kerja, dan berinteraksi langsung dengan karyawan di perusahaan *startup* Qara'a. Catatan observasi dibuat secara rinci, dilengkapi dengan catatan lapangan dan dokumentasi lingkungan kerja di Qara'a. Fadli (2021) menyatakan bahwa observasi partisipatif membantu peneliti memahami konteks sosial dan budaya subjek penelitian secara lebih mendalam.

Terakhir, analisis dokumen dilakukan dengan meninjau dokumen internal perusahaan seperti kebijakan, strategi branding, dan *EVP* yang dipublikasikan. Analisis ini bertujuan untuk memahami bagaimana perusahaan merancang dan mengomunikasikan identitas, nilai, dan penawarannya kepada karyawan. Analisis dokumen memberikan sumber data yang kaya dan andal untuk melengkapi data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi.

Dengan menggunakan kombinasi teknik-teknik ini, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif tentang peran employer branding dan *EVP* dalam meningkatkan keterlibatan dan retensi karyawan di perusahaan *startup* di Kota Pontianak.

## 5. Hasil Penelitian

Employer branding memainkan peran penting dalam meningkatkan keterlibatan karyawan Qara'a. Employer branding yang kuat dan positif menciptakan citra yang menarik, tidak hanya bagi calon karyawan tetapi juga bagi karyawan yang sudah ada. Employer branding yang menonjolkan nilai-nilai perusahaan, seperti inovasi, dukungan untuk pengembangan karier, dan kesejahteraan karyawan, mampu meningkatkan motivasi serta rasa bangga karyawan terhadap perusahaan. Karyawan yang merasa bangga dan terhubung dengan citra perusahaan cenderung lebih terlibat dalam pekerjaan mereka. Mereka menjadi lebih termotivasi karena merasa dihargai dan diakui oleh perusahaan. Employer branding yang baik juga memperkuat keterlibatan karyawan dengan meningkatkan kepuasan kerja, karena karyawan merasa adanya keselarasan antara nilai-nilai mereka dengan nilai-nilai perusahaan. Hubungan ini menunjukkan bahwa employer branding yang kuat tidak hanya berdampak pada persepsi eksternal, tetapi juga berperan signifikan dalam membangun keterlibatan internal karyawan. Pada akhirnya, hal ini berkontribusi pada peningkatan produktivitas, loyalitas, dan retensi karyawan di perusahaan. Employee Value Proposition (*EVP*) memiliki peran penting dalam membangun keterlibatan karyawan. *EVP* yang kuat meliputi peluang pengembangan karier, lingkungan kerja yang positif, keseimbangan antara kerja dan kehidupan, serta pengakuan atas kontribusi karyawan. Karyawan yang merasakan manfaat jelas dari *EVP* ini cenderung lebih terlibat dan termotivasi. *EVP* yang dirancang dengan baik meningkatkan keterlibatan karyawan dengan menumbuhkan rasa nilai dan kebersamaan dalam perusahaan. Karyawan yang merasa bahwa perusahaan memberikan dukungan yang sesuai dengan kebutuhan dan

harapan mereka menjadi lebih berenergi, produktif, dan loyal. Hubungan ini menghubungkan *EVP* dengan keterlibatan karyawan, memperkuat loyalitas, dan mengurangi tingkat pergantian karyawan. Dapat disimpulkan bahwa *Employee value proposition startup* Qara'a secara efektif berkontribusi signifikan dalam membangun keterlibatan karyawan, menciptakan motivasi intrinsik, dan mempertahankan retensi karyawan yang lebih baik, yang merupakan hal penting bagi keberhasilan jangka panjang perusahaan.

## 6. Kesimpulan dan Saran

### 1) Kesimpulan

Employer branding dan *employee value proposition* (*EVP*) memainkan peran penting dalam meningkatkan keterlibatan dan retensi karyawan di *startup* Qara'a. Employer branding memiliki peran signifikan dalam menciptakan citra positif bagi perusahaan *startup* di Pontianak, terutama Qara'a, sebagai tempat kerja yang inovatif, menarik, dan kolaboratif. Dengan membangun reputasi sebagai perusahaan yang menawarkan pekerjaan menantang dan lingkungan kerja yang mendukung, Qara'a berhasil menarik dan mempertahankan talenta berkualitas.

Karyawan merasa lebih terlibat dalam pekerjaan mereka karena adanya keselarasan antara nilai-nilai mereka dan nilainilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa employer branding secara signifikan meningkatkan keterlibatan karyawan. *Employee value proposition* di Qara'a juga terbukti memainkan peran penting dalam meningkatkan retensi karyawan. Karyawan merasa perusahaan menghargai dan mengakui kontribusi mereka dengan menawarkan kompensasi yang adil, lingkungan kerja yang mendukung, dan peluang pengembangan karier.

*EVP* yang jelas dan relevan tidak hanya membantu menarik karyawan baru, tetapi juga menjaga kepuasan dan loyalitas karyawan yang sudah ada, sehingga mengurangi tingkat pergantian karyawan. Secara keseluruhan, penelitian ini mengonfirmasi bahwa employer branding dan *EVP* adalah dua strategi kunci yang saling melengkapi dalam meningkatkan keterlibatan dan retensi karyawan di perusahaan *startup* di Pontianak, terutama di industri teknologi yang kompetitif. *Startup* seperti Qara'a yang mengelola kedua aspek ini dengan baik akan memiliki keunggulan kompetitif dalam menarik dan mempertahankan talenta berkualitas.

### 2) Saran

Hasil penelitian ini memberikan masukan bagi pendiri *startup* untuk mengadopsi peran employer branding dan *employee value proposition* untuk meningkatkan keterlibatan dan retensi karyawan secara keseluruhan. Dalam hal ini, hal ini juga dapat memiliki dampak signifikan bagi kinerja perusahaan *startup*. Salah satu

keterbatasan utama dari penelitian ini adalah penggunaan satu objek perusahaan sebagai fokus penelitian. Keterbatasan ini dapat memengaruhi generalisasi hasil penelitian, karena temuan hanya mencerminkan sebagian kondisi atau karakteristik perusahaan lain di industri yang sama. Penggunaan satu objek perusahaan dapat menghasilkan bias dalam analisis, terutama jika perusahaan tersebut memiliki keunikan yang signifikan dalam struktur, budaya, atau strategi bisnis yang tidak umum. Oleh karena itu, hasil penelitian ini sebaiknya dipandang sebagai representasi awal yang memerlukan eksplorasi lebih lanjut. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar studi dilakukan dengan melibatkan beberapa perusahaan dari sektor atau ukuran yang berbeda untuk memperoleh data yang lebih holistik dan komprehensif. Hal ini dapat membantu memvalidasi temuan dan memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai fenomena yang sedang diteliti.

# DAFTAR ISI

Halaman
COVER ..... 1
PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT ..... ii
PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR ..... iii
PENGESAHAN KARYA AKHIR ..... iv
UCAPAN TERIMA KASIH ..... v
ABSTRAK ..... vii
RINGKASAN KARYA AKHIR ..... ix
DAFTAR ISI ..... xvi
DAFTAR TABEL ..... xvii
DAFTAR GAMBAR ..... xviii
DAFTAR LAMPIRAN ..... xix
ISI KARYA AKHIR ..... 519
INTRODUCTION ..... 519
RESEARCH METHOD ..... 522
RESULT AND DISCUSSION ..... 524
CONCLUSION ..... 535
REFERENCE ..... 536
LAMPIRAN