

**STRATEGI *BRAND-CENTERED HRM*
DALAM PROSES *EMPLOYEE BRANDING*
PADA *START-UP EVENT ORGANIZER*
DI PT HARIKA CAKRAWALA INDOTAMA**

TUGAS AKHIR



**ACINTA PUTRI TAQWA
1181901002**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2020**

**STRATEGI *BRAND-CENTERED HRM*
DALAM PROSES *EMPLOYEE BRANDING*
PADA *START-UP EVENT ORGANIZER*
DI PT HARIKA CAKRAWALA INDOTAMA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
manajemen di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie**



**ACINTA PUTRI TAQWA
1181901002**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2020**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Acinta Putri Taqwa

NIM : 1181901002

Tanda tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Acinta', with a stylized flourish underneath.

Tanggal : 24 Agustus 2020


HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh:


Nama : Acinta Putri Taqwa
NIM : 1181901002
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi *Brand-Centered HRM* dalam Proses *Employee Branding* pada *Start-Up Event Organizer* di PT Harika Cakrawala Indotama

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ananda Fortunisa, S.E.,M.Si ()


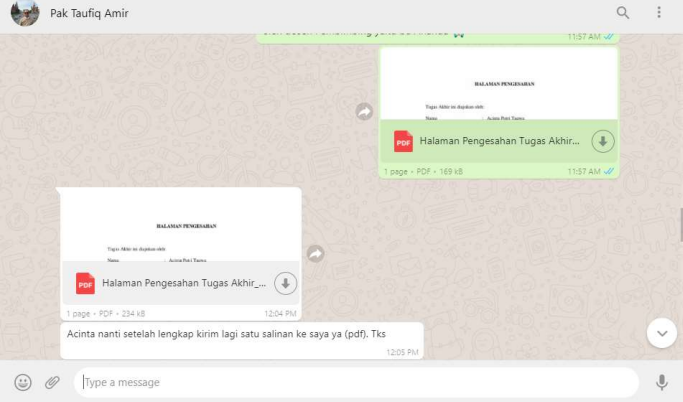

Penguji 1 : M Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D ()

Penguji 2 : Dr. Ir. Urip Setyowidodo, M.M., IPM (a.n )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 24 Agustus 2020

HALAMAN PENGESAHAN MELALUI DARING

<p>NAMA MAHASISWA / NIM</p>	<p>Acinta Putri Taqwa 1181901002</p>
<p>JUDUL SKRIPSI</p>	<p><i>Strategi Brand Centered HRM dalam Proses Employee Branding pada Start-Up Event Organizer di PT Harika Cakrawala Indotama</i></p>
<p>DISETUJUI TANGGAL</p>	<p>24 Agustus 2020</p>
<p>PEMBIMBING</p>	
<p>PENGUJI 1</p>	
<p>PENGUJI 2</p>	

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- a. Ibu Ananda Fortunisa SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan tugas akhir ini;
- b. Bapak M. Taufiq Amir, SE., M.M., Ph.D dan Bapak Dr. Ir. Urip Setyowidodo, M.M., IPM selaku dosen penguji dalam sidang tugas akhir;
- c. Mama, Papa dan Adik tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan serta kasih sayang kepada penulis;
- d. Seluruh karyawan dan pimpinan PT Harika Cakrawala Indotama yang telah banyak membantu penulis dalam memperoleh data yang diperlukan;
- e. Sahabat dan teman seperjuangan yaitu Dania, Tia, Tania, Tyas, Gessa dan Tania yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis;
- f. Rekan-rekan kelas karyawan angkatan X Manajemen Universitas Bakrie;
- g. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tugas akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu dan pembaca.

Jakarta, 24 Agustus 2020



Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Acinta Putri Taqwa
NIM : 1181901002
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Brand-Centered HRM dalam Proses Employee Branding pada Start-Up Event Organizer di PT Harika Cakrawala Indotama

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 24 Agustus 2020

Yang menyatakan,



(Acinta Putri Taqwa)

**STRATEGI *BRAND-CENTERED HRM*
DALAM PROSES *EMPLOYEE BRANDING*
PADA *START-UP EVENT ORGANIZER*
DI PT HARIKA CAKRAWALA INDOTAMA**

Acinta Putri Taqwa

ABSTRAK

Karyawan adalah orang yang menyampaikan janji dan pengalaman *brand* kepada *customer*. Salah satu cara organisasi dapat mencapainya dengan menyelaraskan strategi *brand-centered human resource management (HRM)* dalam proses *employee branding* dengan internal. Intinya, *brand-centered HRM* adalah kunci pencapaian kesuksesan suatu *brand* dan kelangsungan hidup di *marketplace*. Karyawan diharapkan untuk menjalankan *brand* dan memproyeksikan *brand images* perusahaan yang benar, sangat penting bagi mereka untuk memahami dan menerima *brand value proposition*. *Brand-centered HRM* mengacu pada praktik terkait SDM yang diterapkan agar karyawan menghasilkan sikap dan perilaku positif terhadap *brand* perusahaan (Chiang et al., 2012). Apabila pengalaman *brand customer* ditingkatkan, maka akan menghasilkan loyalitas *brand* kepada *customer*. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif agar dapat menjelaskan secara jelas dan mendalam bagaimana strategi *brand-centered HRM* pada proses *employee branding* pada *start-up event organizer*. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa terdapat perbedaan implementasi strategi antara *temporary employee* dan *volunteer*. Selain itu, penerapan strategi *brand-centered HRM* pada proses *employee branding* di PT Harika Cakrawala Indotama belum dilaksanakan berdasarkan konsep *brand-centered HRM*.

Kata kunci: Strategi, *Brand-centered HRM*, Praktik SDM, *Employee Branding*, *Event Organizer*

**THE STRATEGY OF BRAND-CENTERED HRM
ON EMPLOYEE BRANDING PROCESS
FOR START-UP EVENT ORGANIZER
AT PT HARIKA CAKRAWALA INDOTAMA**

Acinta Putri Taqwa

ABSTRACT

Employees are the ones who deliver the brand promises and experiences to the customers. One of the ways the organization can achieve this is by aligning its employee branding strategy with the internal. In essence, brand-centered human resource management (HRM) is key toward the accomplishment of brand success and survival in the marketplace. Employees are expected to live the brand and project the correct image of the company brand, it is vital that they understand and accept the brand value proposition. Brand-centered HRM refers to the HR-related practices that are implemented to make employees produce positive attitude and behaviors toward the brands of the firm (Chiang, 2012). If customers brand experience will be enhanced, resulting in customer brand loyalty. The author uses qualitative research methods to be able to explain clearly and profoundly how the strategy of brand centered HRM on employee branding process for start-up event organizer. Based on the analysis, it is known that there are differences in strategy implementation between temporary employees and volunteers. In addition, the implementation of the brand-centered HRM strategy on the employee branding process at PT Harika Cakrawala Indotama has not been implemented based on the concept of brand-centered HRM.

Keywords: Strategy, Brand-centered HRM, Human Resource Practices, Employee Branding, Event Organizer

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN MELALUI DARING	v
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	15
1.1 Latar Belakang Masalah	15
1.2 Identifikasi Masalah.....	22
1.3 Rumusan Masalah.....	22
1.4 Tujuan Penelitian.....	22
1.5 Batasan Masalah Penelitian.....	23
1.6 Manfaat Penelitian	23
1.6.1 Manfaat Teoritis	18
1.6.2 Manfaat Praktis.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1 <i>Start-Up</i>	24
2.1.1 Definisi.....	24
2.1.2 Jenis <i>Start-Up</i>	25
2.1.3 Karakteristik <i>Start-Up</i>	25
2.2 <i>Event Organizer</i>	26
2.3 <i>Human Resource Management Practices & Roles</i>	27
2.4 <i>Brand Management</i>	36
2.5 <i>Brand-Centered HRM</i>	37
2.5.1 <i>Brand Centered Staffing</i>	38
2.5.2 <i>Brand Centered Training dan Education</i>	38
2.5.3 <i>Brand Centered Performance Management</i>	39
2.5.4 <i>Brand Centered Compensation</i>	40
2.5.5 <i>Brand Centered Participation dan Involvement</i>	41
2.6 <i>Employee Branding</i>	42
2.7 Matriks Posisi Penelitian Terdahulu.....	45
2.8 Kerangka Pemikiran	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1 Metode Penelitian	51
3.2 Objek Penelitian	52
3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	52
3.4 Operasionalisasi Variabel	53
3.5 Pedoman Diskusi	56

3.6	Pedoman Wawancara.....	57
3.6.1	Pedoman Wawancara <i>CEO, Managing Director</i> dan <i>Artist Relation/Hospitality</i>	57
3.6.2	Pedoman Wawancara <i>Temporary Employee</i> dan <i>Volunteer</i>	59
3.7	Uji Keabsahan Data Pedoman Wawancara.....	62
3.8	Teknik Analisis Data	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		65
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	65
4.2	Struktur Organisasi PT Harika Cakrawala Indotama	66
4.3	Gambaran Umum Subjek Penelitian	68
4.4	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	69
4.4.1	<i>Brand Centered Staffing</i>	71
4.4.2	<i>Brand Centered Training dan Education</i>	73
4.4.3	<i>Brand Centered Performance Management</i>	76
4.4.4	<i>Brand Centered Compensation</i>	78
4.4.5	<i>Brand Centered Participation dan Involvement</i>	81
4.5	Model yang Dihasilkan Setelah Penelitian	83
BAB V PENUTUP		87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran	87
5.2.1	Saran Akademis.....	88
5.2.2	Saran Praktis.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....		90
LAMPIRAN.....		94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	<i>Top Startup Worldwide</i>	15
Gambar 1.2.	<i>Top 20 Reasons Startups Fail</i>	16
Gambar 1.3.	<i>Four-Pillar Approach: Foundation For Success</i>	17
Gambar 4.1.	Logo Harika	65
Gambar 4.2.	Logo Widelanes	65
Gambar 4.3.	Poster Festival Musik dan <i>Intimate Concert</i> Widelanes	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Karakteristik <i>Start-Up</i>	26
Tabel 2.2.	Kategori <i>Event</i>	27
Tabel 2.3.	Skema Aktivitas <i>Human Resource Management</i>	29
Tabel 2.4.	Kegunaan Informasi <i>Job Analysis</i>	30
Tabel 2.5.	Konseptual Proses <i>Employee Branding</i>	44
Tabel 2.6.	Matriks Posisi Penelitian Terdahulu	46
Tabel 2.7.	Kerangka Pemikiran.....	50
Tabel 3.1.	Operasional Variabel.....	54
Tabel 3.2.	Pedoman Wawancara <i>CEO, Managing Director</i> dan <i>Artist Relation/Hospitality</i>	57
Tabel 3.3.	Pedoman Wawancara <i>Temporary Employee</i> dan <i>Volunteer</i>	59
Tabel 4.1.	Struktur Organisasi	61
Tabel 4.2.	Deskripsi Informasi Subjek Penelitian.....	69
Tabel 4.3.	Tabulasi/Kategorisasi Wawancara Mengenai Dimensi Konsep <i>Brand Centered Staffing</i>	72
Tabel 4.4.	Tabulasi/Kategorisasi Wawancara Mengenai Dimensi Konsep <i>Brand Centered Training</i> dan <i>Education</i>	74
Tabel 4.5.	Tabulasi/Kategorisasi Wawancara Mengenai Dimensi Konsep <i>Brand Centered Performance Management</i>	77
Tabel 4.6.	Tabulasi/Kategorisasi Wawancara Mengenai Dimensi Konsep <i>Brand Centered Compensation</i>	79
Tabel 4.7.	Tabulasi/Kategorisasi Wawancara Mengenai Dimensi Konsep <i>Brand Centered Participation</i> dan <i>Involvement</i>	82
Tabel 4.8.	Model Yang Dihasilkan Setelah Penelitian.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Transkrip Hasil Wawancara <i>CEO</i> PT Harika Cakrawala Indotama	94
Lampiran 2.	Transkrip Hasil Wawancara <i>Managing Director</i> PT Harika Cakrawala Indotama.....	97
Lampiran 3.	Transkrip Hasil Wawancara <i>Artist Relation/Hospitality</i> PT Harika Cakrawala Indotama	101
Lampiran 4.	Transkrip Hasil Wawancara <i>Temporary Employee</i> PT Harika Cakrawala Indotama	105
Lampiran 5.	Transkrip Hasil Wawancara <i>Temporary Employee</i> PT Harika Cakrawala Indotama	108
Lampiran 6.	Transkrip Hasil Wawancara <i>Temporary Employee</i> PT Harika Cakrawala Indotama	112
Lampiran 7.	Transkrip Hasil Wawancara <i>Volunteer</i> PT Harika Cakrawala Indotama.....	114
Lampiran 8.	Transkrip Hasil Wawancara <i>Volunteer</i> PT Harika Cakrawala Indotama.....	117
Lampiran 9.	Transkrip Hasil Wawancara <i>Volunteer</i> PT Harika Cakrawala Indotama.....	120