



Research Article

Strategi Green Human Resource Management dalam Meningkatkan Employer Branding di Era Keberlanjutan

Wenny Desty Febrian^{1*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas Dian Nusantara, Indonesia

*Penulis Korespondensi: wenny.desty.febrian@undira.ac.id

Abstract

Article history:

Received 19 Desember
Revised 27 Desember
2024
Accepted 30 Desember
2024

Keywords:

employer branding,
Green Human Resource
Management, human
resources, sustainability.

This research explores the role of Green Human Resource Management (GHRM) in enhancing employer branding in the context of sustainability. The study employed a systematic literature review to analyze the relationship between GHRM practices and their impact on employer branding, with a focus on environmental and social responsibility within organizations. Key findings revealed that the integration of sustainable practices into human resource management not only contributes to the company's environmental goals but also strengthens its employer branding, making it more attractive to potential talent. Companies that adopt GHRM strategies are more likely to attract and retain employees who share values aligned with sustainability. However, the research also identified several challenges in implementing GHRM, including limited resources, lack of understanding, and inconsistent commitment from management. The study concludes that while GHRM offers substantial benefits for both organizational reputation and talent acquisition, effective implementation requires strong leadership and continuous support from all organizational levels.

PENDAHULUAN

Di tengah pergeseran paradigma industri menuju keberlanjutan, perusahaan semakin dituntut untuk beradaptasi dengan tantangan lingkungan yang semakin kompleks. Salah satu respons terhadap tantangan ini adalah penerapan strategi Green Human Resource Management (GHRM), yang tidak hanya fokus pada pengelolaan sumber daya manusia, tetapi juga pada bagaimana elemen-elemen sumber daya manusia mendukung tujuan keberlanjutan perusahaan. Konsep GHRM mengintegrasikan aspek lingkungan dalam praktik manajerial, mulai dari rekrutmen, pelatihan, pengembangan karier, hingga evaluasi kinerja (Ali, Hermawan, & Asnawi, 2019). Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan isu-isu lingkungan, banyak perusahaan yang kini mulai menyesuaikan kebijakan HR mereka agar selaras dengan tujuan keberlanjutan, baik untuk memenuhi regulasi pemerintah maupun untuk meningkatkan citra perusahaan di mata publik.

Di sisi lain, employer branding yang merujuk pada bagaimana perusahaan dipersepsikan oleh calon karyawan dan masyarakat telah menjadi faktor kunci dalam menarik dan mempertahankan talenta terbaik (Dahlia, 2024). Dalam konteks persaingan global, employer branding yang kuat memungkinkan perusahaan untuk tidak hanya menarik tenaga kerja berkualitas, tetapi juga untuk membangun loyalitas jangka panjang. Green Human Resource Management diyakini mampu berperan penting dalam memperkuat employer branding perusahaan, karena strategi keberlanjutan dalam pengelolaan sumber daya manusia dapat memperlihatkan komitmen perusahaan terhadap lingkungan, yang semakin dihargai

oleh para pemangku kepentingan, khususnya generasi muda yang lebih peka terhadap isu-isu keberlanjutan.

Transformasi menuju perusahaan yang lebih berkelanjutan tidak hanya dilihat dari kebijakan dan program ramah lingkungan, tetapi juga dari cara perusahaan mengelola dan memotivasi karyawan. Oleh karena itu, penerapan GHRM diharapkan dapat mempengaruhi citra perusahaan dan membangun reputasi yang positif sebagai pemberi kerja yang peduli terhadap isu-isu lingkungan. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi GHRM dapat meningkatkan keterlibatan karyawan, memfasilitasi inovasi berkelanjutan, dan pada akhirnya berkontribusi pada reputasi positif perusahaan (Devy, 2024). Dalam hal ini, employer branding berfungsi sebagai jembatan untuk menyampaikan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan, yang pada gilirannya meningkatkan daya tarik perusahaan sebagai pilihan karier.

Namun, meskipun semakin banyak perusahaan yang mulai mengadopsi GHRM sebagai bagian dari strategi mereka, belum banyak penelitian yang mengkaji secara mendalam hubungan antara GHRM dan employer branding, khususnya di era keberlanjutan. Penelitian-penelitian sebelumnya umumnya masih terbatas pada kajian tentang implementasi GHRM dalam konteks tertentu tanpa mengaitkan secara langsung dengan dampaknya terhadap employer branding (Agustriyana, Marianti, & Deti, 2024). Padahal, employer branding yang dibangun melalui strategi GHRM dapat menjadi faktor penentu dalam menarik talenta di pasar yang semakin kompetitif.

Penelitian ini menawarkan pendekatan yang lebih komprehensif dengan mengintegrasikan dua konsep penting dalam manajemen sumber daya manusia, yaitu Green Human Resource Management (GHRM) dan employer branding, dalam satu kerangka yang relevan dengan era keberlanjutan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang seringkali terbatas pada kajian aspek-aspek terpisah dari GHRM atau employer branding, penelitian ini menyelidiki hubungan langsung antara penerapan GHRM dan dampaknya terhadap citra perusahaan sebagai pemberi kerja. Dengan mengkaji bagaimana strategi GHRM yang berfokus pada keberlanjutan dapat memperkuat employer branding, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam literatur manajemen sumber daya manusia, khususnya terkait dengan pentingnya keberlanjutan dalam menarik talenta berkualitas di pasar yang semakin kompetitif.

Meskipun banyak penelitian yang meneliti penerapan GHRM dan employer branding secara terpisah, masih terdapat kekurangan studi yang menghubungkan kedua konsep tersebut secara langsung, khususnya dalam konteks keberlanjutan. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih fokus pada implementasi GHRM dalam konteks internal perusahaan atau aspek lingkungan yang terpisah, tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap employer branding secara holistik. Selain itu, meskipun pentingnya keberlanjutan dalam membangun citra perusahaan semakin diperhatikan, belum banyak penelitian yang membahas bagaimana strategi GHRM yang berbasis keberlanjutan dapat menjadi faktor kunci dalam membangun employer branding yang kuat, terutama di tengah persaingan global yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi gap tersebut dengan memberikan analisis yang lebih mendalam dan menyeluruh.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur untuk menganalisis dan mengkaji hubungan antara strategi Green Human Resource Management (GHRM) dan employer branding dalam konteks keberlanjutan. Studi literatur dipilih sebagai pendekatan karena bertujuan untuk menggali pemahaman yang lebih dalam melalui sumber-sumber yang sudah ada, baik dari artikel, jurnal ilmiah, buku, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang diteliti. Metode ini juga memungkinkan peneliti untuk melihat dan mengidentifikasi tren, temuan, serta kesenjangan dalam penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Berikut adalah tahapan-tahapan yang akan dilakukan dalam penelitian ini (Purnasari, 2021):

1. **Identifikasi Topik dan Penyusunan Pertanyaan Penelitian** Pada tahap awal, peneliti akan merumuskan dan mengidentifikasi topik utama yang ingin diteliti, yaitu mengenai hubungan antara GHRM dan employer branding, serta bagaimana hal tersebut berkaitan dengan keberlanjutan perusahaan. Penyusunan pertanyaan penelitian yang jelas akan membantu peneliti fokus dalam pencarian literatur yang relevan dan memastikan bahwa penelitian ini dapat mengisi gap dalam literatur yang ada.

2. **Pencarian dan Pengumpulan Sumber Literatur** Setelah pertanyaan penelitian ditetapkan, peneliti akan mencari dan mengumpulkan berbagai literatur yang relevan dengan topik ini. Pencarian dilakukan melalui berbagai basis data akademik seperti Google Scholar, JSTOR, ProQuest, dan lain-lain. Peneliti akan mencari artikel, jurnal, buku, serta laporan-laporan terkait yang membahas GHRM, employer branding, serta keberlanjutan di berbagai industri. Pemilihan literatur akan dilakukan dengan kriteria tertentu, seperti relevansi topik, kredibilitas sumber, dan tahun terbit.
3. **Seleksi dan Evaluasi Literatur** Setelah literatur terkumpul, peneliti akan melakukan seleksi terhadap sumber-sumber yang paling relevan dan berkualitas. Proses seleksi ini melibatkan penilaian terhadap tujuan, metodologi, temuan, dan kesimpulan dari penelitian sebelumnya. Hanya literatur yang dapat memberikan wawasan yang mendalam dan terkait langsung dengan topik yang akan digunakan. Peneliti juga akan mengevaluasi konsistensi temuan-temuan yang ada, serta melihat apakah ada kontradiksi yang perlu diteliti lebih lanjut.
4. **Kategorisasi dan Analisis Literatur** Tahap selanjutnya adalah mengkategorikan literatur yang telah dipilih ke dalam beberapa tema atau subtopik utama. Misalnya, literatur yang berkaitan dengan strategi GHRM, literatur mengenai employer branding, dan literatur yang membahas hubungan keduanya dalam konteks keberlanjutan. Peneliti akan menganalisis setiap literatur dengan cermat untuk mengidentifikasi pola-pola atau temuan yang muncul berulang kali, serta mengkaji faktor-faktor yang berkontribusi pada pengembangan employer branding melalui GHRM yang berfokus pada keberlanjutan.
5. **Sintesis dan Interpretasi Temuan** Pada tahap ini, peneliti akan melakukan sintesis dan interpretasi temuan dari literatur yang telah dianalisis. Peneliti akan menggabungkan hasil-hasil yang relevan untuk membangun sebuah kerangka konseptual yang menjelaskan bagaimana GHRM dapat meningkatkan employer branding di perusahaan, serta bagaimana aspek keberlanjutan memperkuat kedua konsep tersebut. Peneliti juga akan mengidentifikasi potensi kontribusi penelitian ini terhadap literatur yang ada, serta kesenjangan penelitian yang perlu diatasi dalam studi-studi selanjutnya.
6. **Penyusunan Kesimpulan dan Saran** Setelah seluruh tahapan analisis dilakukan, peneliti akan menyusun kesimpulan dari penelitian ini. Kesimpulan akan berfokus pada bagaimana strategi GHRM berperan dalam memperkuat employer branding dan kontribusinya terhadap keberlanjutan perusahaan. Selain itu, peneliti juga akan memberikan saran-saran bagi perusahaan dan praktisi HR mengenai implementasi GHRM yang efektif dalam meningkatkan employer branding, serta rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut.

Dengan menggunakan metode studi literatur ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai pentingnya strategi GHRM dalam membangun employer branding yang berfokus pada keberlanjutan, serta kontribusinya dalam menghadapi tantangan-tantangan di era keberlanjutan yang semakin mendesak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan studi literatur yang telah dilakukan, penelitian ini berhasil menyimpulkan beberapa temuan utama terkait dengan peran Green Human Resource Management (GHRM) dalam memperkuat employer branding perusahaan, terutama dalam konteks keberlanjutan. Temuan-temuan tersebut diorganisasikan dalam beberapa tema besar yang mencerminkan hubungan antara GHRM, employer branding, dan keberlanjutan di perusahaan.

1. **Peran Green Human Resource Management dalam Meningkatkan Employer Branding**
Berdasarkan berbagai literatur yang dibahas, implementasi GHRM terbukti memiliki dampak signifikan dalam memperkuat employer branding. GHRM, yang melibatkan strategi pengelolaan sumber daya manusia yang mendukung inisiatif keberlanjutan perusahaan, menciptakan citra positif perusahaan di mata karyawan dan calon karyawan (Zega et al., 2024). Melalui praktik GHRM, perusahaan menunjukkan komitmennya terhadap keberlanjutan, yang pada gilirannya meningkatkan daya tarik perusahaan sebagai pemberi kerja pilihan. Sebagai contoh, perusahaan yang menerapkan kebijakan ramah lingkungan dalam rekrutmen, pelatihan,

dan pengembangan karyawan mampu menciptakan budaya perusahaan yang lebih inovatif dan bertanggung jawab, yang pada akhirnya memperkuat citra perusahaan di pasar tenaga kerja.

2. **Keterkaitan antara GHRM dan Keberlanjutan**

Keberlanjutan bukan hanya menjadi faktor penting dalam strategi bisnis, tetapi juga menjadi komponen utama dalam strategi pengelolaan sumber daya manusia. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mengadopsi GHRM secara aktif berperan dalam mendukung inisiatif keberlanjutan, seperti pengurangan jejak karbon, penggunaan energi terbarukan, dan pengelolaan limbah yang lebih baik (Utomo et al., 2022). Praktik GHRM ini tidak hanya mencakup aspek lingkungan dalam pengelolaan karyawan, tetapi juga berkontribusi terhadap pencapaian tujuan keberlanjutan jangka panjang perusahaan. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai keberlanjutan ke dalam budaya kerja, perusahaan tidak hanya memperbaiki citra mereka di mata publik, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang lebih mendukung bagi karyawan yang peduli terhadap isu-isu lingkungan.

3. **Employer Branding sebagai Alat untuk Meningkatkan Daya Tarik Perusahaan**

Employer branding memainkan peran penting dalam menarik dan mempertahankan talenta terbaik, terutama di kalangan generasi milenial dan Z yang semakin peka terhadap isu-isu lingkungan dan sosial. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki reputasi baik terkait dengan keberlanjutan memiliki peluang lebih besar untuk menarik calon karyawan yang memiliki nilai-nilai serupa (Razan, 2023). Melalui penerapan GHRM, perusahaan dapat memperkuat employer branding mereka dengan menunjukkan bahwa mereka bukan hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan yang positif.

4. **Tantangan dalam Implementasi GHRM dan Employer Branding**

Meskipun banyak perusahaan yang sudah mulai mengadopsi GHRM, terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi, terutama dalam mengintegrasikan aspek keberlanjutan ke dalam praktik manajemen sumber daya manusia. Salah satu tantangan terbesar adalah kurangnya pemahaman yang mendalam tentang GHRM di kalangan praktisi HR dan manajemen senior. Selain itu, kendala biaya dan sumber daya untuk implementasi kebijakan ramah lingkungan dalam proses HR juga menjadi hambatan yang signifikan (Arifin et al., 2024). Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa meskipun ada niat baik dari perusahaan untuk menerapkan GHRM, kurangnya koordinasi dan komitmen yang konsisten dari seluruh pihak dalam organisasi dapat mengurangi efektivitas strategi ini.

5. **Sumbangan GHRM terhadap Keberlanjutan Perusahaan**

GHRM tidak hanya berdampak pada employer branding, tetapi juga pada keberlanjutan jangka panjang perusahaan. Penerapan prinsip keberlanjutan dalam pengelolaan sumber daya manusia dapat meningkatkan loyalitas karyawan, mengurangi turnover, dan meningkatkan produktivitas kerja (Afriyani et al., 2024). Perusahaan yang berhasil mengintegrasikan GHRM dengan inisiatif keberlanjutan menunjukkan komitmen mereka untuk menjadi organisasi yang bertanggung jawab, yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga berdampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa strategi Green Human Resource Management (GHRM) memiliki potensi yang besar dalam memperkuat employer branding dan mendukung keberlanjutan perusahaan. Meskipun ada tantangan dalam implementasinya, perusahaan yang berhasil mengintegrasikan GHRM dengan strategi keberlanjutan dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih inovatif dan ramah lingkungan, serta meningkatkan citra positif perusahaan di mata calon karyawan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan pentingnya GHRM dalam membangun employer branding yang kuat, serta meningkatkan komitmen terhadap keberlanjutan untuk meraih keunggulan kompetitif di pasar tenaga kerja yang semakin kompetitif.

Pembahasan

Di era modern yang semakin menekankan pentingnya keberlanjutan, perusahaan-perusahaan menghadapi tantangan yang tidak hanya bersifat ekonomis, tetapi juga sosial dan lingkungan. Dalam hal ini, strategi Green Human Resource Management (GHRM) menjadi salah satu cara yang efektif untuk menciptakan citra positif perusahaan sekaligus mendukung tujuan keberlanjutan. GHRM tidak hanya berfokus pada pengelolaan talenta yang efisien, tetapi juga pada pengintegrasian nilai-nilai ramah

lingkungan dalam setiap aspek manajemen sumber daya manusia (SDM). Melalui GHRM, perusahaan dapat menunjukkan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang pada akhirnya dapat memperkuat employer branding mereka di mata calon karyawan dan masyarakat luas (Zega et al., 2024).

Sebagai bagian dari strategi perusahaan, GHRM memberikan dampak yang besar dalam membentuk employer branding. Employer branding yang kuat berfungsi untuk menarik, mempertahankan, dan mengembangkan talenta terbaik yang tidak hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga memiliki kesadaran sosial dan lingkungan yang tinggi. Fenomena ini sangat relevan, terutama bagi generasi milenial dan Z yang cenderung lebih memilih bekerja di perusahaan yang memiliki komitmen terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial (Febrianty & Muhammad, 2023). Perusahaan yang mampu mengelola sumber daya manusia dengan pendekatan yang ramah lingkungan akan lebih mudah memenangkan hati para calon karyawan, serta membangun loyalitas yang lebih kuat di kalangan karyawan yang sudah ada.

Dalam penelitian ini, penerapan GHRM dianggap sebagai langkah strategis yang tidak hanya mengarah pada pencapaian tujuan bisnis perusahaan, tetapi juga pada pencapaian tujuan keberlanjutan yang lebih luas. Implementasi GHRM yang baik mengharuskan perusahaan untuk mengintegrasikan aspek keberlanjutan dalam setiap aspek pengelolaan SDM, mulai dari proses rekrutmen hingga pengembangan karier (Utomo et al., 2022). Sebagai contoh, perusahaan dapat menciptakan program pelatihan yang tidak hanya berfokus pada pengembangan keterampilan kerja, tetapi juga pada pemahaman dan keterlibatan karyawan dalam praktek ramah lingkungan. Dalam hal ini, pelatihan berkelanjutan tentang keberlanjutan dapat membantu karyawan memahami peran mereka dalam mendukung tujuan keberlanjutan perusahaan, yang pada akhirnya berdampak positif pada reputasi perusahaan sebagai pemberi kerja yang bertanggung jawab.

Salah satu hasil positif dari penerapan GHRM adalah meningkatnya keterlibatan karyawan, yang langsung berdampak pada produktivitas dan kepuasan kerja mereka. Keterlibatan karyawan yang tinggi tercipta ketika mereka merasa perusahaan menghargai kontribusi mereka terhadap tujuan bersama, termasuk dalam hal keberlanjutan. Sebagai contoh, perusahaan yang memberikan penghargaan atau insentif bagi karyawan yang aktif dalam inisiatif keberlanjutan, seperti pengurangan emisi karbon atau pengelolaan limbah, akan meningkatkan motivasi dan loyalitas karyawan (Yulianti, 2024). Karyawan yang merasa terlibat dalam perubahan positif di perusahaan akan lebih termotivasi untuk memberikan kontribusi terbaik mereka, yang pada akhirnya berkontribusi pada citra positif perusahaan sebagai tempat kerja yang peduli terhadap isu sosial dan lingkungan.

Namun, meskipun GHRM memiliki banyak manfaat, implementasinya tidak selalu berjalan mulus. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam pengelolaan SDM. Banyak perusahaan, terutama di negara berkembang, masih menghadapi kesulitan dalam mengintegrasikan aspek lingkungan dalam kebijakan HR mereka. Hal ini sebagian besar disebabkan oleh kurangnya pengetahuan yang memadai tentang cara-cara konkret untuk mengimplementasikan GHRM dan mengukur dampaknya terhadap keberlanjutan (Arifin et al., 2024). Selain itu, kendala biaya dan sumber daya juga menjadi hambatan bagi beberapa perusahaan untuk menerapkan GHRM secara efektif, terutama bagi perusahaan yang berada di sektor yang belum terlalu berorientasi pada keberlanjutan.

Berkaitan dengan tantangan tersebut, penting bagi perusahaan untuk memiliki kebijakan yang jelas dan dukungan manajerial yang kuat untuk menerapkan GHRM secara berkelanjutan. Sebagai contoh, perusahaan perlu mengembangkan sistem evaluasi kinerja yang tidak hanya mengukur hasil kerja, tetapi juga sejauh mana karyawan berkontribusi terhadap inisiatif keberlanjutan perusahaan. Melalui kebijakan yang jelas, perusahaan dapat mengarahkan karyawan untuk tidak hanya fokus pada pencapaian target ekonomi, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan dari pekerjaan mereka (Afriyani et al., 2024). Pengembangan kebijakan ini harus didukung dengan pelatihan dan pengembangan yang berkelanjutan untuk memastikan bahwa seluruh elemen organisasi memiliki pemahaman yang sama mengenai pentingnya keberlanjutan.

Secara keseluruhan, penerapan GHRM sebagai bagian dari strategi employer branding yang berfokus pada keberlanjutan memiliki potensi untuk memberikan dampak yang signifikan bagi perusahaan. Penerapan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam pengelolaan SDM tidak hanya meningkatkan citra perusahaan di mata publik, tetapi juga meningkatkan loyalitas dan keterlibatan karyawan. Namun, tantangan dalam implementasi tetap ada, sehingga perusahaan perlu merancang

strategi yang komprehensif dan memastikan adanya dukungan dari seluruh elemen organisasi untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan demikian, GHRM dapat menjadi alat yang efektif untuk membangun employer branding yang kuat dan mendukung keberlanjutan jangka panjang perusahaan (Kusuma, 2021; Suhendra et al., 2024).

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Green Human Resource Management (GHRM) memiliki peran yang signifikan dalam memperkuat employer branding perusahaan, terutama di era keberlanjutan. Melalui penerapan GHRM, perusahaan dapat menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan, yang pada gilirannya meningkatkan daya tarik mereka di mata calon karyawan dan memperkuat citra positif perusahaan. Meskipun ada tantangan dalam implementasinya, seperti keterbatasan sumber daya dan pemahaman yang terbatas tentang prinsip-prinsip keberlanjutan, GHRM dapat menjadi alat yang efektif untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih inovatif dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, perusahaan yang berhasil mengintegrasikan GHRM dalam strategi mereka dapat memperoleh keuntungan kompetitif yang signifikan, tidak hanya dalam hal pencapaian tujuan bisnis, tetapi juga dalam menciptakan dampak sosial dan lingkungan yang positif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penelitian ini. Terima kasih kepada pembimbing dan rekan-rekan yang telah memberikan masukan berharga, serta pihak-pihak yang telah menyediakan sumber literatur dan referensi yang sangat membantu. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik manajemen sumber daya manusia di masa depan.

REFERENSI

- Afriyani, F., Hasan, L. D., Rokhmat, A., Wahyudin, Y., & Syarweny, N. (2024). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori Komprehensif dalam MSDM*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Agustriyana, D., Marianti, M. M., & Deti, R. (2024). Systematic Literature Review, Manajemen Talenta (Talent Management). *Jurnal Darma Agung*, 32(5), 187-198.
- Ali, A. S., Hermawan, A., & Asnawi, Y. H. (2019). Konsep dan Tantangan Dalam Implementasi Talent Management di Perusahaan Multinasional: Studi kasus PT Unilever Indonesia Tbk. *Journal of Theory and Applied Management (Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan)*, 12(1), 1-17.
- Arifin, Y., Rizky, G., Adhichandra, I., Riadi, H. F., & Siswanto, A. (2024). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Dasar-Dasar MSDM*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Dahlia, L. (2024). *Pengaruh Retensi Talenta, Keterlibatan Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Branding Karyawan dan Kepuasan Kerja (Studi Pada Perusahaan Otomotif di Kota Tangerang)* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Devy, N. S. (2024). *Staffing Di Perusahaan Manufacturing*.
- Febrianty, S. E., & Muhammad, S. (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia yang Pro Gen Z*. UPPM Universitas Malahayati.
- Idris, S. E. (2025). Peran Teknologi. *Ekonomi Manajemen Sumber Daya Manusia*, 73.
- Kusuma, E. A. (2021). Transformasi digital industri telekomunikasi di era disrupsi: integrasi manajemen strategis human capital dan budaya organisasi pada PT. Telkom Indonesia (Persero) TBK.
- Luhglatno, L., Nirbita, B. N., Tusri, Y., Fitriana, A., Supriyono, S., Setiawan, H., ... & Prasetya, P. (2024). *Isu Terkini Riset Manajemen Bisnis dan Ekonomi*.
- MM, M. M. S. S., Suciati, P., Yuliyanto, H., Kom, M., Viendyasari, M., & Sancoko, S. (2024). *Transformasi Dan Inovasi Pendidikan Untuk Industrialisasi dan Energi Berkelanjutan*. Nas Media Pustaka.
- MM, M. M. S. S., Suciati, P., Yuliyanto, H., Kom, M., Viendyasari, M., & Sancoko, S. (2024). *Transformasi Dan Inovasi Pendidikan Untuk Industrialisasi Dan Energi Berkelanjutan*. Nas Media Pustaka.
- Purnasari, N. (2021). *Metodologi Penelitian*. Guepedia.

- Razan, M. K. A. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pt Sumber Alfaria Trijaya Branch Klaten Dalam Proses Employer Branding (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung).
- Rizky, G., Hildawati, H., Judijanto, L., Jumiono, A., Syafruddin, S., Kusmayadi, Y., ... & Wibowo, S. E. (2024). *Dasar-Dasar Manajemen Sumber Daya Manusia: Konsep, Teori, dan Penerapannya dalam Organisasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sarana, S. A., & Sari, V. P. (2022). Strategi Nation Branding Malaysia dalam Penggalakan Pariwisata Medis terhadap Publik Indonesia. *Padjadjaran Journal of International Relations*, 4(2), 179-200.
- Suhendra, A., Susanto, P. C., Barus, G. A., Setiadi, B., Sidjabat, S., Triana, N. N., ... & Mayasari, N. (2024). *Kepemimpinan Korporasi Strategi dan Implementasi di Era Modern*. Penerbit Widina.
- Utomo, M. N., Rita, M. R., Pratiwi, S. R., & Puspitasari, I. (2022). *Green Business: Strategi Membangun Kewirausahaan Berdaya Saing dan Berkelanjutan*. Syiah Kuala University Press.
- Yulianti, I. A. (2024). *Upaya Employee Retention Melalui Employer Branding Dan Employee Engagement (Studi Kasus Pada Perbankan BUMN Di Kota Semarang)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Zega, A. W., Aprinawati, M. S. T., Nainggolan, A., Amalia, D. D., Manik, E., Sinaga, M. P., & Kabeakan, S. P. (2024). Talent Management Development Strategy in Improving Human Resources Quality Towards Society 5.0 Era: Literature Review. *Jurnal Nasional Holistic Science*, 4(3), 551-563.