

## Akibat Hukum bagi Pekerja yang Tidak Mematuhi *Employee branding* Perusahaan Implikasi dan Tantangan dalam Lingkungan Kerja

### *Legal Consequences for Employees Who Do Not Comply with Company Employee branding Implications and Challenges in the Workplace*

**Yohanes Brilian Jemadur,<sup>1</sup> Mega Dewi Ambarwati,<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia, Email: [ianjemadur@mail.com](mailto:ianjemadur@mail.com)

<sup>2</sup>Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia, Email: [megadewi@untag-sby.ac.id](mailto:megadewi@untag-sby.ac.id)

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini membahas akibat hukum yang dihadapi oleh pekerja yang tidak mematuhi prinsip-prinsip *employee branding* dalam perusahaan. *Employee branding* merupakan strategi penting yang mempengaruhi citra dan reputasi organisasi, serta memiliki dampak langsung terhadap hubungan antara karyawan dan perusahaan. Melalui analisis terhadap berbagai kasus dan literatur yang ada, penelitian ini mengidentifikasi konsekuensi hukum yang dapat timbul dari ketidakpatuhan pekerja, termasuk pelanggaran kontrak kerja, tindakan disiplin, dan potensi kerugian reputasi yang dapat mengakibatkan tuntutan hukum. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji implikasi bagi karyawan terkait perkembangan karir dan tanggung jawab profesional. Temuan menunjukkan bahwa kesadaran dan pemahaman yang lebih baik tentang *employee branding* dapat membantu pekerja memahami pentingnya peran mereka dalam membangun citra perusahaan yang positif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi perusahaan dalam merancang kebijakan yang mendukung kepatuhan karyawan terhadap *employee branding* serta mengurangi risiko hukum yang mungkin terjadi.

**Kata Kunci:** *Employee branding*; Akibat Hukum; Citra Perusahaan.

#### **ABSTRACT**

This study examines the legal consequences faced by employees who do not adhere to the principles of *employee branding* within companies. *Employee branding* is an important strategy that influences the image and reputation of organizations, as well as having a direct impact on the relationship between employees and the company. Through analysis of various cases and existing literature, this research identifies the legal ramifications that may arise from employee non-compliance, including breach of employment contracts, disciplinary actions, and potential reputational damage that could lead to legal claims. Additionally, this study explores the implications for employees regarding career development and professional responsibilities. Findings indicate that greater awareness and understanding of *employee branding* can help workers recognize the importance of their roles in building a positive corporate image. This research is expected to provide insights for companies in designing policies that support employee compliance with *employee branding* and mitigate potential legal risks.

**Keywords:** *Employee branding; Legal Consequences; Employees; Corporate Image; Professional Responsibility*

## A. LATAR BELAKANG

Dalam dunia bisnis saat ini, *employee branding* telah menjadi salah satu aspek krusial yang mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. *Employee branding* bukan hanya sekadar strategi pemasaran, tetapi juga merupakan cara untuk menciptakan identitas perusahaan yang kuat, di mana karyawan berfungsi sebagai duta merek.<sup>1</sup> Karyawan yang memahami dan menginternalisasi nilai-nilai perusahaan tidak hanya berkontribusi pada produktivitas, tetapi juga pada persepsi eksternal tentang perusahaan di mata pelanggan, calon karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya.<sup>2</sup>

Ketidakpatuhan terhadap *employee branding* dapat berimplikasi serius bagi perusahaan. Karyawan yang tidak menjalankan nilai-nilai yang diharapkan dapat menciptakan ketidakselarasan antara citra yang ingin dibangun oleh perusahaan dan perilaku aktual yang ditampilkan oleh karyawan.<sup>3</sup> Hal ini tidak hanya berpotensi merusak reputasi perusahaan, tetapi juga dapat menyebabkan dampak hukum yang signifikan. Misalnya, apabila seorang karyawan bertindak dengan cara yang merugikan citra perusahaan, maka perusahaan dapat menghadapi tuntutan hukum yang berkaitan dengan pelanggaran kontrak, tindakan disipliner, atau bahkan klaim pencemaran nama baik.<sup>4</sup>

Lebih jauh lagi, ketidakpatuhan terhadap *employee branding* dapat menyebabkan suasana kerja yang negatif, di mana karyawan lain merasa tidak

---

<sup>1</sup> Stefanus Rumangkit and Muhammad Dwiyani, “DAMPAK EMPLOYEE BRANDING PADA EFEKTIVITAS REKRUTMEN (Case Study: Generasi Z Indonesia),” *Jurnal Bisnis Darmajaya* 5, no. 1 (2019): 1–12, <https://doi.org/10.30873/jbd.v5i1.1358>.

<sup>2</sup> Klaus Backhaus and Surinder Tikoo., “Conceptualizing and Researching Employer Branding,” *Career Development International*, 2015.

<sup>3</sup> Ria Marginingsih and Dani Irawan, “EMPLOYER BRANDING PERSEPSIAN TERHADAP KEPERCAYAN PEMIMPIN DAN DAMPAKNYA PADA INTENSI KELUAR: (Studi Pada Karyawan Bank Di Indonesia),” *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)* 8, no. 1 (2019): 25–32, <https://doi.org/10.34010/jika.v8i1.1925>.

<sup>4</sup> Sullivan and Jack, “The Employer Brand: How to Be Seen as an Employer of Choice.,” *Strategic HR Review*, 2014.

Yohanes Brilian Jemadur, Mega Dewi Ambarwati : Akibat Hukum bagi Pekerja yang Tidak Mematuhi Employee branding Perusahaan Implikasi dan Tantangan dalam Lingkungan Kerja

termotivasi atau tidak terlibat. Lingkungan kerja yang tidak harmonis dapat memicu tingkat turnover yang tinggi, yang merupakan tantangan besar bagi perusahaan dalam mempertahankan talenta terbaik. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memahami implikasi hukum serta tantangan yang muncul akibat ketidakpatuhan karyawan terhadap prinsip-prinsip *employee branding*.<sup>5</sup>

Penelitian-penelitian terdahulu yang ada hanya lebih fokus membahas terkait pengaruh *employee branding* dan reputasi organisasi yang dilakukan oleh Putri Wanda Evrina tahun 2023<sup>6</sup> serta penelitian tentang pengaruh *employee branding* dan reputasi perusahaan terhadap nilai minat melamar kerja yang dilakukan oleh Regitha Lania Putri tahun 2023<sup>7</sup>. Terkait dengan Penelitian terdahulu yang membahas terkait dengan aspek hukum dari *employee branding* khususnya yang membahas tentang akibat hukum bagi pekerja akibat tidak melaksanakan *employee branding* masih belum ada. Hal tersebut juga mempertegas adanya kebaharuan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi secara mendalam akibat hukum yang dihadapi oleh pekerja yang tidak mematuhi *employee branding*, serta implikasi yang lebih luas terhadap lingkungan kerja. Dengan mengidentifikasi konsekuensi hukum dan tantangan yang dihadapi, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi perusahaan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung *employee branding* dan meminimalkan risiko yang mungkin muncul.

---

<sup>5</sup> Dwards and Martin R, “The Meaning of Employer Branding,” *The Journal of Brand Management*, 2010.

<sup>6</sup> Putri Wanda Evrina and Puspita Wulansari, “PENGARUH EMPLOYER BRANDING DAN REPUTASI ORGANISASI TERHADAP INTENTION TO APPLY PADA GENERASI Z,” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7, no. 2 (2023): 603–19, Sumber Daya Manusia, <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3045>.

<sup>7</sup> Rumangkit and Dwiyani, “DAMPAK EMPLOYEE BRANDING PADA EFEKTIVITAS REKRUTMEN (Case Study.”

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Dalam konteks penelitian ini, beberapa rumusan masalah yang akan diangkat mencakup beberapa aspek penting terkait dengan akibat hukum bagi pekerja yang tidak mematuhi *employee branding* perusahaan serta bagaimana pengaruh *employee branding* terhadap hubungan antara karyawan dan perusahaan, termasuk dampak terhadap motivasi, keterlibatan, dan suasana kerja di dalam organisasi.

## **C. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan penelitian yuridis normatif dengan pendekatan statue approach dan konseptual approach.<sup>8</sup> Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penulis akan mengumpulkan bahan hukum baik primer maupun skunder berupa peraturan perundang-undanga terkait yaitu Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan<sup>9</sup>, Burgerlijk Weetbook, Jurnal Ilmiah, Teori terkait dengan *employee branding*. Kemudian dilakukan analisis untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian yaitu akibat hukum bagi pekerja yang tidak mematuhi *employee branding* perusahaan, analisis terkait dengan bagaimana ketidakpatuhan terhadap employee branding dapat mempengaruhi hubungan antara karyawan dan perusahaan, termasuk dampak terhadap motivasi, keterlibatan, dan suasana kerja di dalam organisasi. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi tantangan yang dihadapi perusahaan dalam mengimplementasikan dan menegakkan employee branding di lingkungan kerja. Terakhir, akan dibahas peran perusahaan dalam mencegah ketidakpatuhan karyawan terhadap employee branding, termasuk langkah-langkah yang dapat diambil untuk

---

<sup>8</sup> Irwansyah, *PENELITIAN HUKUM: Pilihan Metode Dan Praktik Penulisan Artikel*, Revisi (Mirra Buana Media, 2021).

<sup>9</sup> Undang-Undang (UU) Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan, Pub. L. LN.2003/NO.39, TLN NO.4279, LL SETNEG :79 HLM (2003), <http://peraturan.bpk.go.id/Details/43013>.

mendukung kepatuhan karyawan dan menciptakan lingkungan kerja yang sejalan dengan nilai-nilai perusahaan.

## **1. PEMBAHASAN**

Pembahasan ini akan difokuskan pada akibat hukum bagi pekerja yang tidak mematuhi *employee branding* perusahaan, serta implikasi dan tantangan yang muncul dalam lingkungan kerja berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian ini.

### **1. Akibat Hukum bagi Pekerja**

Ketidakpatuhan pekerja terhadap nilai-nilai *employee branding* dapat mengakibatkan berbagai konsekuensi hukum yang signifikan. *Employee branding* merupakan upaya perusahaan untuk membangun citra positif dan menarik bagi karyawan, yang mencakup nilai-nilai, budaya, dan harapan yang diharapkan dari setiap individu yang bekerja di perusahaan. Ketika seorang pekerja tidak mematuhi nilai-nilai ini, perusahaan memiliki hak untuk mengambil tindakan disipliner, mulai dari peringatan hingga pemecatan, tergantung pada tingkat pelanggaran dan kebijakan internal yang berlaku.

Dalam konteks hukum, berdasarkan peraturan perundang-undangan di Indonesia yakni terkait dengan *Employee branding* memang tidak diatur secara tegas, akan tetapi bilamana terkait dengan hal tersebut diatur baik dalam Peraturan Perusahaan, Perjanjian Kerja Bersama, maupun dalam Perjanjian Kerja Waktu Tertentu antara Perusahaan dengan Pekerja sebagaimana diatur dalam undang-undang ketenagakerjaan<sup>10</sup>, *Employee branding* akan memiliki kekuatan mengikat bagi pekerja, sehingga pelanggaran terhadap *Employee branding* dapat

---

<sup>10</sup> Undang-Undang (UU) Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan.

dikenakan sanksi ringan berupa mulai dari peringatan, sanksi disiplin hingga sanksi berat berupa pemutusan hubungan kerja (PHK).

Sanksi disiplin ini tidak hanya merugikan perusahaan, tetapi juga dapat merusak reputasi karyawan di pasar kerja. Karyawan yang dikenal tidak mematuhi nilai-nilai perusahaan mungkin mengalami kesulitan dalam mendapatkan rekomendasi positif dari mantan atasan atau rekan kerja. Hal ini menjadi masalah ketika mereka mencari pekerjaan baru, karena banyak perusahaan menilai calon karyawan tidak hanya berdasarkan keterampilan, tetapi juga kesesuaian mereka dengan budaya dan nilai-nilai perusahaan. Ketidakpatuhan ini dapat mengakibatkan stigmatisasi dalam karier mereka, yang dapat berlanjut bahkan setelah mereka meninggalkan perusahaan.<sup>11</sup>

Lebih jauh lagi, ketidakpatuhan terhadap *employee branding* dapat menciptakan lingkungan kerja yang negatif. Ketika karyawan tidak sejalan dengan nilai-nilai perusahaan, hal ini dapat menyebabkan konflik internal dan menurunnya motivasi serta keterlibatan. Lingkungan kerja yang tidak harmonis dapat memicu tingginya tingkat turnover karyawan, yang berujung pada biaya rekrutmen dan pelatihan yang lebih tinggi bagi perusahaan. Dalam jangka panjang, hal ini dapat mengurangi daya saing perusahaan di pasar.<sup>12</sup>

Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk tidak hanya menetapkan nilai-nilai *employee branding*, tetapi juga memastikan bahwa semua karyawan memahami dan menginternalisasi nilai-nilai tersebut melalui komunikasi yang efektif dan program pelatihan yang

---

<sup>11</sup> Putri Wanda Evrina and Puspita Wulansari, "Pengaruh Employer Branding Dan Reputasi Organisasi Terhadap Intention To Apply Pada Generasi Z," *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7, no. 2 (2023): 603–19, <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3045>.

<sup>12</sup> Taky Amabel Musa et al., "Human Capital Management: Peran Dan Dampaknya Pada Employee Branding Di Pt. Xyz," *Jurnal Ilmiah Global Education* 4, no. 3 (2023): 1518–29, <https://doi.org/10.55681/jige.v4i3.1111>.

berkelanjutan. Dengan langkah-langkah ini, perusahaan dapat meminimalkan risiko hukum yang mungkin timbul akibat ketidakpatuhan. Ketidakpatuhan terhadap *employee branding* bukan hanya masalah individu, tetapi juga dapat berdampak luas pada organisasi secara keseluruhan.

Dengan demikian, perusahaan perlu mengambil pendekatan yang proaktif dalam mengelola *employee branding* untuk menciptakan lingkungan kerja yang positif dan produktif. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan moral dan motivasi karyawan, tetapi juga akan memperkuat posisi perusahaan di pasar.<sup>13</sup>

## **2. Implikasi Terhadap Lingkungan Kerja**

Ketidakpatuhan terhadap *employee branding* dapat memberikan dampak negatif pada suasana dan budaya kerja di dalam perusahaan.<sup>14</sup> Penelitian menunjukkan bahwa ketika karyawan tidak sejalan dengan nilai-nilai perusahaan, hal ini dapat memicu konflik internal, serta menurunkan motivasi dan keterlibatan karyawan. Karyawan yang tidak merasa terhubung dengan merek perusahaan cenderung kurang aktif dalam berkontribusi, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi produktivitas dan kualitas kerja secara keseluruhan. Lingkungan kerja yang tidak harmonis ini dapat menciptakan suasana yang tidak mendukung kolaborasi dan inovasi, yang sangat penting untuk pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Backhaus and Tikoo., “Conceptualizing and Researching Employer Branding.”

<sup>14</sup> Fatih Fuadi and Destin Fitria Anjayani, “Penerapan Employer Branding Dan Employee Value Proposition Untuk Menciptakan Employee Engagement Dalam Perspektif Bisnis Islam,” *MAMEN: Jurnal Manajemen* 2, no. 4 (2023): 469–80, <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i4.2752>.

<sup>15</sup> Musa et al., “Human Capital Management: Peran Dan Dampaknya Pada Employee Branding Di Pt. Xyz.”

Lingkungan kerja yang negatif ini juga dapat menyebabkan tingginya tingkat *turnover* karyawan. Ketika karyawan merasa tidak terikat dengan nilai-nilai perusahaan, mereka lebih cenderung mencari peluang di tempat lain.<sup>16</sup> Tingginya *turnover* karyawan tidak hanya mengganggu stabilitas tim, tetapi juga mengakibatkan biaya rekrutmen dan pelatihan yang lebih tinggi bagi perusahaan. Proses rekrutmen yang berulang dapat menghabiskan waktu dan sumber daya, serta mengganggu kontinuitas kerja yang diperlukan untuk mencapai tujuan jangka panjang.<sup>17</sup>

Selain itu, suasana kerja yang buruk dapat berdampak pada moral dan kesejahteraan karyawan lainnya. Ketika lingkungan kerja dipenuhi dengan ketidakpuasan dan konflik, hal ini dapat menciptakan suasana yang tidak kondusif bagi kolaborasi dan inovasi. Karyawan yang merasa tidak dihargai atau tidak terhubung dengan budaya perusahaan cenderung memiliki tingkat keterlibatan yang rendah, yang dapat memperburuk masalah yang ada. Tingkat stres yang tinggi dan ketidakpuasan yang meluas dapat menambah beban mental bagi karyawan, yang pada akhirnya berpotensi menyebabkan masalah kesehatan.<sup>18</sup>

Dari perspektif ergonomi, lingkungan kerja yang tidak nyaman juga dapat mempengaruhi produktivitas.<sup>19</sup> Faktor-faktor seperti pencahayaan yang buruk, kualitas udara yang tidak memadai, dan

---

<sup>16</sup> Ristia Pawesti and Rinandita Wikansari, "Pengaruh kepuasan kerja terhadap intensi turnover karyawan di Indonesia," *Jurnal Ecopsy* 3, no. 2 (2017), <https://doi.org/10.20527/ecopsy.v3i2.2649>.

<sup>17</sup> Ashariana, "Dampak Dari Employer Branding Terhadap Komitmen Organisasi Pada Karyawan Bank (The Impact of Employer Branding on Commitment to Bank Employees)," *Economos :Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 5, no. 3 (2022): 238–44.

<sup>18</sup> Mochamad Saefullah and Basrowi Basrowi, "DAMPAK LINGKUNGAN KERJA FISIK TERHADAP KINERJA DAN KEPUASAN KARYAWAN BAGIAN PRODUKSI," *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 15, no. 2 (2022): 481–91, <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i2.183>.

<sup>19</sup> Omry Pangaribuan et al., "PERANAN ERGONOMI DI TEMPAT KERJA," *ABDIMAS MANDIRI - Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (2022): 26–35.

gangguan suara dapat mengganggu konsentrasi dan kenyamanan karyawan. Ketidaknyamanan fisik ini dapat menyebabkan penurunan kinerja dan meningkatkan risiko cedera, yang pada gilirannya dapat menambah beban biaya bagi perusahaan dalam hal asuransi kesehatan dan kompensasi.

Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk secara aktif mengelola dan mengkomunikasikan nilai-nilai *employee branding*. Dengan memastikan bahwa semua karyawan memahami dan menginternalisasi nilai-nilai tersebut, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif dan produktif, serta mengurangi risiko ketidakpatuhan yang dapat merugikan organisasi secara keseluruhan. Pendekatan yang proaktif dalam memberdayakan karyawan dan membangun budaya yang inklusif tidak hanya akan memperkuat loyalitas, tetapi juga mendorong karyawan untuk berkontribusi lebih banyak dalam mencapai tujuan perusahaan.

Dengan mengimplementasikan kebijakan dan praktik yang mendukung *employee branding*, perusahaan dapat memperkuat identitas mereknya dan menciptakan komunitas kerja yang saling mendukung. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan produktivitas, tetapi juga menciptakan suasana kerja yang lebih sehat dan harmonis, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada keberhasilan jangka panjang organisasi.<sup>20</sup>

### **3. Tantangan dalam Implementasi *Employee branding***

Perusahaan menghadapi berbagai tantangan dalam menerapkan *employee branding* secara efektif. Salah satu tantangan utama

---

<sup>20</sup> Sullivan and Jack, "The Employer Brand: How to Be Seen as an Employer of Choice."

adalah kurangnya komunikasi yang jelas mengenai nilai-nilai dan harapan perusahaan kepada karyawan.<sup>21</sup> Ketidakjelasan ini dapat menyebabkan kesalahpahaman dan ketidakpatuhan, yang pada gilirannya berdampak negatif pada implementasi branding yang diinginkan. Tanpa adanya pemahaman yang jelas, karyawan mungkin merasa bingung tentang bagaimana mereka harus berperilaku atau berkontribusi terhadap tujuan perusahaan.<sup>22</sup>

Selain itu, perusahaan juga harus mempertimbangkan perbedaan individu dalam pemahaman dan penerimaan nilai-nilai brand. Setiap karyawan membawa latar belakang dan pengalaman yang berbeda, yang dapat mempengaruhi sejauh mana mereka dapat mematuhi prinsip-prinsip branding tersebut. Variasi dalam cara pandang dan nilai-nilai pribadi karyawan menjadi tantangan tersendiri dalam memastikan bahwa semua karyawan berada di jalur yang sama dan memiliki pemahaman yang seragam tentang apa yang diharapkan dari mereka. Hal ini dapat menciptakan perbedaan dalam tingkat keterlibatan dan komitmen terhadap nilai-nilai perusahaan.<sup>23</sup>

Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan strategi komunikasi yang efektif untuk menyampaikan nilai-nilai *employee branding* dengan jelas dan konsisten. Program pelatihan yang dirancang dengan baik juga dapat membantu karyawan memahami dan menginternalisasi nilai-nilai tersebut. Pelatihan ini harus mencakup tidak hanya penjelasan tentang nilai-nilai perusahaan, tetapi juga

---

<sup>21</sup> Fuadi and Anjayani, “Penerapan Employer Branding Dan Employee Value Proposition Untuk Menciptakan Employee Engagement Dalam Perspektif Bisnis Islam.”

<sup>22</sup> Fatih Fuadi and Destin Fitria Anjayani, “Penerapan Employer Branding Dan Employee Value Proposition Untuk Menciptakan Employee Engagement Dalam Perspektif Bisnis Islam,” *MAMEN: Jurnal Manajemen* 2, no. 4 (2023): 469–80, <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i4.2752>.

<sup>23</sup> Ashariana, “Dampak Dari Employer Branding Terhadap Komitmen Organisasi Pada Karyawan Bank (The Impact of Employer Branding on Commitment to Bank Employees).”

bagaimana karyawan dapat menerapkannya dalam pekerjaan sehari-hari. Menggunakan alat bantu seperti workshop, seminar, atau sesi diskusi dapat memperkuat pemahaman dan memberikan ruang bagi karyawan untuk bertanya dan berbagi pengalaman.<sup>24</sup>

Salah satu tantangan tambahan yang sering dihadapi adalah ketidakcocokan antara nilai-nilai yang diucapkan dan praktik nyata dalam perusahaan. Jika karyawan melihat bahwa perusahaan tidak konsisten dalam menerapkan nilai-nilai yang dipromosikan, mereka mungkin merasa *skeptis* dan kehilangan kepercayaan. Oleh karena itu, penting bagi manajemen untuk menjadi teladan dalam menerapkan nilai-nilai *employee branding* dan memastikan bahwa setiap level di dalam organisasi mendukung visi dan misi yang sama. Dengan mengatasi tantangan-tantangan ini, perusahaan dapat menciptakan fondasi yang kuat untuk *employee branding* yang sukses. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan keterlibatan dan motivasi karyawan, tetapi juga akan memperkuat budaya kerja yang positif dan produktif di dalam organisasi.

Ketika karyawan merasa terhubung dengan nilai-nilai perusahaan, mereka lebih cenderung untuk berkontribusi secara aktif dan berkomitmen terhadap tujuan jangka panjang perusahaan. Ini pada akhirnya akan menciptakan lingkungan kerja yang lebih harmonis dan berorientasi pada keberhasilan bersama.<sup>25</sup>

## **2. KESIMPULAN**

---

<sup>24</sup> Evrina and Wulansari, "Pengaruh Employer Branding Dan Reputasi Organisasi Terhadap Intention To Apply Pada Generasi Z."

<sup>25</sup> Dwards and R, "The Meaning of Employer Branding."

Penelitian ini menyoroti akibat hukum yang dihadapi pekerja yang tidak mematuhi *employee branding* perusahaan, serta implikasi dan tantangan yang muncul dalam lingkungan kerja. Ketidakpatuhan terhadap nilai-nilai *employee branding* dapat mengakibatkan sanksi disipliner yang beragam, mulai dari peringatan hingga pemecatan, yang berdampak pada reputasi pekerja di pasar kerja. Selain itu, ketidakpatuhan ini dapat menciptakan suasana kerja yang negatif, mengurangi motivasi dan keterlibatan karyawan, serta menyebabkan tingginya *turnover*. Tantangan utama dalam menerapkan *employee branding* secara efektif meliputi kurangnya komunikasi yang jelas mengenai nilai-nilai dan harapan perusahaan, serta perbedaan individu dalam pemahaman dan penerimaan nilai-nilai tersebut. Oleh karena itu, untuk mengatasi tantangan ini, perusahaan perlu mengembangkan strategi komunikasi yang efektif dan program pelatihan yang dapat membantu karyawan memahami dan menginternalisasi nilai-nilai *employee branding*. Dengan langkah-langkah ini, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif dan produktif, serta meminimalkan risiko hukum yang mungkin timbul akibat ketidakpatuhan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Jurnal**

Ashariana. "Dampak Dari Employer Branding Terhadap Komitmen Organisasi Pada Karyawan Bank (The Impact of Employer Branding on Commitment to Bank Employees)." *Economos :Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 5, no. 3 (2022): 238–44.

Backhaus, Klaus, and Surinder Tikoo. "Conceptualizing and Researching Employer Branding." *Career Development Internationa*, 2015.

Dwards, and Martin R. "The Meaning of Employer Branding." *The Journal of Brand Management*, 2010.

**POSITUM, Vol. 9, No. 2, Desember 2024**

Yohanes Brilian Jemadur, Mega Dewi Ambarwati : Akibat Hukum bagi Pekerja yang Tidak Mematuhi Employee branding Perusahaan Implikasi dan Tantangan dalam Lingkungan Kerja

Evrina, Putri Wanda, and Puspita Wulansari. "PENGARUH EMPLOYER BRANDING DAN REPUTASI ORGANISASI TERHADAP INTENTION TO APPLY PADA GENERASI Z." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7, no. 2 (2023): 603–19. Sumber Daya Manusia. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3045>.

Evrina, Putri Wanda, and Puspita Wulansari. "Pengaruh Employer Branding Dan Reputasi Organisasi Terhadap Intention To Apply Pada Generasi Z." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7, no. 2 (2023): 603–19. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3045>.

Fatih Fuadi, and Destin Fitria Anjayani. "Penerapan Employer Branding Dan Employee Value Proposition Untuk Menciptakan Employee Engagement Dalam Perspektif Bisnis Islam." *MAMEN: Jurnal Manajemen* 2, no. 4 (2023): 469–80. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i4.2752>.

Fuadi, Fatih, and Destin Fitria Anjayani. "Penerapan Employer Branding Dan Employee Value Proposition Untuk Menciptakan Employee Engagement Dalam Perspektif Bisnis Islam." *MAMEN: Jurnal Manajemen* 2, no. 4 (2023): 469–80. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i4.2752>.

Irwansyah. *PENELITIAN HUKUM: Pilihan Metode Dan Praktik Penulisan Artikel*. Revisi. Mirra Buana Media, 2021.

Marginingsih, Ria, and Dani Irawan. "EMPLOYER BRANDING PERSEPSIAN TERHADAP KEPERCAYAN PEMIMPIN DAN DAMPAKNYA PADA INTENSI KELUAR: (Studi Pada Karyawan Bank Di Indonesia)." *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)* 8, no. 1 (2019): 25–32. <https://doi.org/10.34010/jika.v8i1.1925>.

Musa, Takya Amabel, Suhartini Suhartini, and Andriyastuti Suratman. "Human Capital Management: Peran Dan Dampaknya Pada Employee Branding Di Pt. Xyz." *Jurnal Ilmiah Global Education* 4, no. 3 (2023): 1518–29.

Yohanes Brilian Jemadur, Mega Dewi Ambarwati : Akibat Hukum bagi Pekerja yang Tidak Mematuhi Employee branding Perusahaan Implikasi dan Tantangan dalam Lingkungan Kerja

<https://doi.org/10.55681/jige.v4i3.1111>.

Pangaribuan, Omry, Bungaran Tambun, Linda Mariaty Panjaitan, Piala Mutiara, and Joslen Sinaga. "PERANAN ERGONOMI DI TEMPAT KERJA." ABDIMAS MANDIRI - Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 2, no. 1 (2022): 26–35.

Pawesti, Ristia, and Rinandita Wikansari. "Pengaruh kepuasan kerja terhadap intensi turnover karyawan di Indonesia." Jurnal Ecopsy 3, no. 2 (2017). <https://doi.org/10.20527/ecopsy.v3i2.2649>.

Rumangkit, Stefanus, and Muhammad Dwiyani. "DAMPAK EMPLOYEE BRANDING PADA EFEKTIVITAS REKRUTMEN (Case Study: Generasi Z Indonesia)." Jurnal Bisnis Darmajaya 5, no. 1 (2019): 1–12. <https://doi.org/10.30873/jbd.v5i1.1358>.

Saefullah, Mochamad, and Basrowi Basrowi. "DAMPAK LINGKUNGAN KERJA FISIK TERHADAP KINERJA DAN KEPUASAN KARYAWAN BAGIAN PRODUKSI." Jurnal Bina Bangsa Ekonomika 15, no. 2 (2022): 481–91. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i2.183>.

Sullivan, and Jack. "The Employer Brand: How to Be Seen as an Employer of Choice." Strategic HR Review, 2014.

Undang-Undang (UU) Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan, Pub. L. LN.2003/NO.39, TLN NO.4279, LL SETNEG :79 HLM (2003). <http://peraturan.bpk.go.id/Details/43013>.