

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada penerapan strategi *employer branding* dalam proses rekrutmen dan seleksi untuk meningkatkan kinerja karyawan pada *startup* PT Digital Inti Data. Perusahaan menghadapi tantangan dalam menemukan kandidat yang memenuhi kualifikasi yang dibutuhkan, yang berdampak pada produktivitas dan pencapaian tujuan strategis. Persaingan ketat di industri teknologi semakin menuntut perusahaan untuk menerapkan strategi *employer branding* yang efektif guna meningkatkan daya tariknya bagi talenta berkualitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses rekrutmen dan seleksi yang diterapkan, mengidentifikasi kendala dan peluang perbaikan, mengevaluasi efektivitas *employer branding*, serta memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi perusahaan dalam meningkatkan efektivitas strategi rekrutmen serta mempertahankan talenta berkualitas. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus, teknik pengambilan data melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen rekrutmen selama periode 2023-2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *employer branding* yang diterapkan telah meningkatkan visibilitas perusahaan di pasar tenaga kerja, tetapi masih terdapat tantangan dalam menyampaikan nilai dan budaya perusahaan secara konsisten. Penggunaan teknologi dalam rekrutmen masih terbatas, sehingga efisiensi proses seleksi perlu ditingkatkan. Rekomendasi dari penelitian ini mencakup meningkatkan efektivitas rekrutmen dengan memperkuat transparansi dalam proses seleksi dan mengadopsi strategi *employer branding* berbasis digital yang lebih sesuai dengan preferensi generasi muda untuk menarik dan mempertahankan talenta berkualitas.

Kata kunci: *Employer branding*, Kinerja, Rekrutmen, Seleksi, *Startup*