

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Shopee Indonesia menonjolkan identitas perusahaannya melalui strategi *employer branding* yang diterapkan pada *career website* mereka. Strategi ini tidak hanya menciptakan citra Shopee sebagai tempat kerja yang menarik dan peduli terhadap kesejahteraan karyawan, tetapi juga memiliki dampak positif terhadap reputasi perusahaan. Dengan menekankan nilai-nilai perusahaan yang sejalan dengan nilai-nilai personal karyawan, Shopee mampu menarik minat calon karyawan dan memperkuat reputasi positifnya. *Career website* yang dirancang dengan baik berperan sebagai media penting dalam menyampaikan branding positif perusahaan dan menarik perhatian calon karyawan. Selain itu, Shopee juga mengakomodasi kebutuhan *work-life balance* yang banyak diinginkan oleh Generasi Z dan Milenial, menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan produktif, yang pada akhirnya berkontribusi pada kepuasan kerja, komitmen, dan produktivitas karyawan.
2. Shopee menawarkan informasi yang komprehensif dan transparan mengenai lowongan pekerjaan, profil perusahaan, serta budaya kerja, yang merupakan elemen-elemen penting dalam membangun reputasi perusahaan. Desain visual yang konsisten dan konten multimedia yang menarik mendukung pengalaman pengguna dan mempermudah pencarian informasi. Dengan demikian, *career website* Shopee berperan dalam membangun branding dan reputasi perusahaan, khususnya di mata generasi muda yang selektif terhadap tempat kerja mereka.

5.2 Saran

1. Shopee Indonesia direkomendasikan untuk terus konsisten dalam mempertahankan dan meningkatkan *branding* dan reputasi yang telah ada. Serta, selalu beradaptasi dengan tren pasar tenaga kerja yang berubah-ubah dan ketatnya persaingan antar perusahaan lain dalam merekrut tenaga kerja yang potensial.
2. Untuk *career website* Shopee terkhusus pada sub-menu *Life At Shopee Blog*, agar menerbitkan artikel dengan jarak yang takterlalu jauh. Pada tahun 2023 Shopee tidak merilis satupun artikel di dalam sub-menu ini ini. Serta pada sub-menu agar ini Shopee membuat rubrik khusus menerbitkan artikel khusus tentang dinamika kerja karyawan di Shopee Indonesia, agar pencari kerja dapat melihat gambaran yang lebih detil mengenai kehidupan kerja di Sophe khususnya di Indonesia. Dikarenakan pada sub-menu ini artikel yang diterbitkan berasal dari kantor Shopee di negara lain.
3. Penelitian ini hanya dibatasi pada analisis teks yang terdapat pada *career website* Shopee saja. Maka untuk penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk melakukan survei dan wawancara dengan pencari kerja serta karyawan Shopee tentang bagaimana *branding* dan reputasi Shopee sebagai tempat untuk bekerja. Serta, melakukan wawancara dengan pihak Shopee yang bertanggung jawab untuk melakukan *employer branding*, agar bisa diketahui tentang bagaimana proses yang dilakukan oleh pihak Shopee dalam membentuk *employer branding* mereka.