

The Effect Of Employee Well-Being And Employer Branding On Employee Retention At PT J&T Express Dp Sungsang Banyuasin

Pengaruh Employee Well-Being Dan Employer Branding Terhadap Retensi Karyawan PT J&T Express Dp Sungsang Banyuasin

Tasya Amalia¹, Mohammad Kurniawan DP², Try Wulandari³

Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri Palembang^{1,2,3}

2022510071@students.uigm.ac.id¹, kurniawan@uigm.ac.id², wulan@uigm.ac.id³

**Corresponding Author*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Employee Well-Being and Employer Branding on Employee Retention at PT J&T Express Palembang Branch. The research method used is a quantitative approach with data collection techniques through distributing questionnaires to 60 respondents. The data obtained were analyzed using multiple linear regression analysis with the help of the SPSS version 27 program. The results of the study indicate that Employee Well-Being and Employer Branding have a positive and significant effect on Employee Retention. The regression equation obtained is $Y = 5.065 + 0.493X_1 + 0.448X_2 + e$. The results of the partial test (t-test) show that Employee Well-Being has a significant effect on Employee Retention with a t-value of 4.344, while Employer Branding has a t-value of 3.532, both of which are greater than t-table and have a significance value of less than 0.05. Furthermore, the results of the simultaneous test (F test) showed an F-value of 31.313, greater than F-table, indicating that both independent variables together have a significant effect on Employee Retention. The correlation coefficient (R) of 0.724 and the coefficient of determination (R^2) of 0.524 indicate that 52.4% of the variation in Employee Retention can be explained by Employee Well-Being and Employer Branding, while the remainder is influenced by other factors outside this study. Thus, it can be concluded that improving Employee Well-Being and Employer Branding is an important factor in improving Employee Retention.

Keywords: Employee Well-Being, Employer Branding, Employee Retention

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Employee Well-Being dan Employer Branding terhadap Retensi Karyawan pada PT J&T Express Cabang Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 60 responden. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Employee Well-Being dan Employer Branding berpengaruh positif dan signifikan terhadap Retensi Karyawan. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 5,065 + 0,493X_1 + 0,448X_2 + e$. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa Employee Well-Being berpengaruh signifikan terhadap Retensi Karyawan dengan nilai thitung sebesar 4,344, sedangkan Employer Branding memiliki nilai thitung sebesar 3,532, yang keduanya lebih besar dari ttabel dan memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Selanjutnya, hasil uji simultan (uji F) menunjukkan nilai Fhitung sebesar 31,313, lebih besar dari Ftabel, yang berarti kedua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Retensi Karyawan. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,724 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,524 menunjukkan bahwa 52,4% variasi Retensi Karyawan dapat dijelaskan oleh Employee Well-Being dan Employer Branding, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan Employee Well-Being dan Employer Branding merupakan faktor penting dalam meningkatkan Retensi Karyawan.

Kata kunci: Employee Well-Being, Employer Branding, Retensi Karyawan

1. Pendahuluan

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, setiap organisasi dituntut untuk mampu mengelola sumber daya manusia secara efektif sebagai faktor utama penentu keberhasilan operasional. Sumber daya manusia tidak hanya berperan sebagai pelaksana kegiatan perusahaan, tetapi juga sebagai penggerak utama dalam mencapai tujuan strategis organisasi. Oleh karena itu, pengelolaan karyawan yang optimal menjadi suatu keharusan, terutama dalam upaya menjaga loyalitas dan komitmen kerja. Salah satu tantangan yang banyak dihadapi perusahaan saat ini adalah tingginya tingkat turnover karyawan yang berdampak pada terganggunya stabilitas operasional dan menurunnya produktivitas kerja (Suyono, 2019; Yani & Saputra, 2023). Dalam konteks ini, retensi karyawan menjadi isu strategis yang perlu mendapat perhatian serius dari manajemen perusahaan.

Retensi karyawan mencerminkan kemampuan organisasi dalam mempertahankan tenaga kerja yang kompeten dan berkualitas dalam jangka panjang. Tingkat retensi yang rendah dapat menimbulkan berbagai konsekuensi negatif, baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti meningkatnya biaya rekrutmen dan pelatihan, penurunan kinerja tim, serta menurunnya kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan (Handoko et al., 2024; Aminah et al., 2024). Oleh karena itu, organisasi perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan karyawan untuk tetap bertahan dalam perusahaan. Retensi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor finansial, tetapi juga oleh aspek psikologis dan lingkungan kerja yang dirasakan oleh karyawan.

Salah satu faktor penting yang memengaruhi retensi karyawan adalah *employee well-being* atau kesejahteraan karyawan. Konsep ini tidak hanya mencakup kondisi fisik, tetapi juga aspek mental, emosional, dan sosial yang dirasakan oleh individu di tempat kerja. Karyawan yang memiliki tingkat kesejahteraan tinggi cenderung lebih produktif, memiliki kepuasan kerja yang tinggi, serta menunjukkan loyalitas yang lebih kuat terhadap organisasi (Pandey et al., 2024; Sodha & Goswami, 2023). Dengan demikian, perusahaan yang mampu menciptakan lingkungan kerja yang sehat, aman, dan mendukung keseimbangan kehidupan kerja akan lebih mudah mempertahankan karyawannya. Hal ini menunjukkan bahwa *employee well-being* merupakan determinan penting dalam meningkatkan retensi karyawan.

Selain *employee well-being*, faktor lain yang turut memengaruhi retensi adalah *employer branding*. *Employer branding* merupakan upaya perusahaan dalam membangun citra positif sebagai tempat kerja yang menarik dan memiliki nilai bagi karyawan. Citra perusahaan yang baik dapat meningkatkan kebanggaan karyawan, memperkuat identifikasi terhadap organisasi, serta mendorong keterikatan emosional yang lebih kuat (Backhaus & Tikoo, 2004; Pricilla & Martdianty, 2024). *Employer branding* yang efektif tidak hanya berfungsi untuk menarik calon karyawan potensial, tetapi juga berperan dalam mempertahankan karyawan yang sudah ada. Dengan adanya persepsi positif terhadap perusahaan, karyawan akan lebih termotivasi untuk tetap bertahan dan berkontribusi secara maksimal.

Dalam konteks industri logistik, tantangan dalam mempertahankan karyawan menjadi semakin kompleks. Karakteristik pekerjaan yang menuntut mobilitas tinggi, sistem kerja shift, serta tekanan operasional yang besar menjadikan sektor ini rentan terhadap tingkat turnover yang tinggi. Salah satu perusahaan yang menghadapi kondisi tersebut adalah J&T Express, khususnya pada cabang Palembang. Sebagai perusahaan jasa ekspedisi yang berkembang pesat seiring dengan meningkatnya aktivitas e-commerce di Indonesia, J&T Express dituntut untuk menjaga kualitas layanan sekaligus memastikan ketersediaan tenaga kerja yang stabil dan kompeten.

Meskipun memiliki citra perusahaan yang cukup baik dan dikenal sebagai salah satu perusahaan logistik terkemuka, fenomena turnover karyawan di J&T Express Palembang masih menunjukkan tren yang fluktuatif dan cenderung meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini mengindikasikan adanya permasalahan dalam aspek retensi karyawan yang perlu dikaji

lebih mendalam. Tingginya tingkat pengunduran diri, khususnya pada bagian operasional, tidak hanya berdampak pada meningkatnya biaya perusahaan, tetapi juga berpotensi mengganggu kontinuitas layanan kepada pelanggan.

Berdasarkan fenomena tersebut, penting bagi perusahaan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi retensi karyawan, khususnya yang berkaitan dengan employee well-being dan employer branding. Kedua variabel ini diyakini memiliki peran penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang kondusif serta membangun persepsi positif karyawan terhadap organisasi. Dengan memahami hubungan antara kedua faktor tersebut dan retensi karyawan, perusahaan diharapkan dapat merumuskan strategi yang lebih efektif dalam mempertahankan tenaga kerja.

Dengan demikian, penelitian mengenai pengaruh employee well-being dan employer branding terhadap retensi karyawan pada J&T Express Palembang menjadi relevan untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen sumber daya manusia, serta memberikan implikasi praktis bagi perusahaan dalam merancang kebijakan yang mendukung peningkatan retensi karyawan secara berkelanjutan.

2. Tinjauan Pustaka

Teori Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Menempatkan manusia sebagai aset strategis dalam pencapaian tujuan organisasi. MSDM tidak hanya berfokus pada pengelolaan tenaga kerja, tetapi juga pada pengembangan potensi individu, penciptaan kesejahteraan karyawan, serta pembentukan citra organisasi yang positif sebagai tempat kerja pilihan. Dalam konteks ini, manusia dipandang bukan sekadar faktor produksi, melainkan modal intelektual yang perlu dikembangkan secara berkelanjutan melalui peningkatan kompetensi, motivasi, dan kesejahteraan kerja (Purwono, 2024). Konsep MSDM mencakup fungsi-fungsi utama seperti perencanaan tenaga kerja, rekrutmen, pelatihan, kompensasi, penilaian kinerja, hingga strategi retensi, yang seluruhnya diarahkan untuk menjaga keberlangsungan dan daya saing organisasi.

Well-Being

Employee well-being (kesejahteraan karyawan) adalah konsep multidimensi yang mencakup kesejahteraan fisik, psikologis, sosial, dan profesional yang dialami individu di lingkungan kerja. Konsep ini menilai sejauh mana karyawan merasa sehat, aman, termotivasi, dan mampu mempertahankan keseimbangan antara tuntutan pekerjaan dan kehidupan pribadi.

Employee Well-Being merujuk pada kualitas hidup kerja karyawan secara keseluruhan, mencakup aspek fisik, mental, sosial, dan finansial. Konsep ini melampaui sekadar kepuasan kerja atau kesehatan fisik, dengan fokus pada pengalaman hidup karyawan yang seimbang dan bermakna di tempat kerja. *well-being* dipandang sebagai kondisi optimal di mana individu dapat berfungsi secara maksimal dalam menghadapi tantangan hidup dan pekerjaan. Dalam konteks organisasi, *Employee Well-Being* adalah keadaan di mana karyawan merasa dihargai, didukung, aman, dan memiliki kesempatan untuk berkembang.

Selain itu *employee well-being* telah menjadi perhatian utama manajemen SDM, karena kaitannya yang kuat dengan produktivitas dan retensi. (Suyono 2019; MMJ, 2023) mendefinisikan kesejahteraan karyawan sebagai kondisi yang mencerminkan rasa puas, bahagia, dan sehat secara keseluruhan yang dialami oleh karyawan. Lingkungan kerja yang mempromosikan *employee well-being* akan menghasilkan karyawan yang lebih sehat, termotivasi, dan memiliki resistensi yang lebih rendah terhadap tekanan kerja, yang pada gilirannya akan mengurangi niat untuk pindah (Putri, 2025). *Employee well-being* juga sering dikonseptualisasikan sebagai kombinasi dari keseimbangan *hedonic* (perasaan bahagia dan kepuasan) dan *eudaemonic* (rasa makna dan pemenuhan potensi).

Faktor-Faktor Employee Well-Being

Faktor lingkungan kerja fisik dan psikologis juga memainkan peran penting. Lingkungan kerja yang positif, inklusif, dan mendukung perkembangan profesional sangat penting. Selain itu, kepemimpinan transformasional juga terbukti memengaruhi *Employee Well-Being*, yang pada akhirnya memengaruhi kinerja karyawan (Warunayama, 2024). Secara keseluruhan, *employee well-being* tercipta ketika perusahaan menciptakan budaya yang menghargai dan mendukung kebutuhan holistik karyawan, jauh melampaui tuntutan finansial semata.

Adapun beberapa faktor lain yang mempengaruhi *employee well-being*, diantara lain sebagai berikut.

1. Faktor internal organisasi: gaya kepemimpinan (*supportive leadership*), kebijakan HR (kompensasi, insentif, cuti), budaya organisasi, dan peluang pengembangan karier. Kepemimpinan yang adil dan komunikatif terbukti meningkatkan rasa aman dan keterlibatan karyawan, yang pada gilirannya mendukung *well-being*.
2. Faktor pekerjaan: beban kerja, tuntutan fisik (terutama untuk kurir/gudang), kontrol pekerjaan (*autonomy*), dan kejelasan peran. Beban kerja yang berlebihan dan jam kerja tidak fleksibel berkontribusi pada kelelahan fisik dan mental, sehingga menurunkan kesejahteraan.
3. Faktor sosial: dukungan rekan kerja dan atasan, hubungan interpersonal, dan lingkungan fisik (keamanan dan kenyamanan tempat kerja). Hubungan yang positif dengan atasan dan tim menjadi buffer terhadap tekanan pekerjaan.
4. Faktor eksternal: kondisi ekonomi, kebutuhan keluarga, dan faktor komunitas (mis. transportasi, kondisi infrastruktur) yang memengaruhi *work-life balance*. Bagi kurir di kota besar seperti Palembang, masalah transportasi dan keselamatan juga berdampak pada persepsi kesejahteraan mereka.
5. Faktor kebijakan perusahaan: adanya fasilitas kesehatan, program kesejahteraan (BPJS, asuransi tambahan), fasilitas cuti, program keseimbangan kerja-hidup (fleksibel), serta program penghargaan/insentif. Penelitian strategi SDM modern merekomendasikan kombinasi kebijakan *preventif* dan *promotif* untuk meningkatkan *well-being*.

Employer Branding

Employer Branding adalah upaya strategis dan terencana untuk mengomunikasikan dan mengelola citra perusahaan sebagai tempat kerja yang diinginkan, baik di mata calon karyawan (*external branding*) maupun karyawan yang sudah ada (*internal branding*). Konsep ini mengaplikasikan teknik *brand management* pada bidang sumber daya manusia, yang bertujuan untuk menciptakan Nilai Proposisi Karyawan (*Employee Value Proposition* atau EVP) yang unik, menarik, dan kredibel. *Employer branding* merupakan "merek" perusahaan sebagai pemberi kerja, yang mencerminkan nilai-nilai perusahaan, budaya, sistem, dan kebijakan yang dimilikinya (Kunerth & Mosley, 2011; JABE, 2021).

Indikator Employer Branding

Indikator yang sering digunakan: persepsi karyawan tentang *Employer Value Proposition* (EVP), tingkat rekomendasi karyawan (*Employee Net Promoter Score*), dan citra perusahaan di pasar tenaga kerja.

Indikator spesifik employer branding yang digunakan dalam penelitian ini disusun dengan merujuk pada beberapa penelitian terdahulu yang menilai persepsi karyawan terhadap citra perusahaan sebagai tempat bekerja. Adapun indikator tersebut meliputi:

1. Kepuasan terhadap kompensasi & benefit, menegaskan bahwa paket kompensasi yang kompetitif merupakan elemen inti persepsi *employer branding* (Jusniwati Zai et al. 2025).

2. Kepuasan terhadap kesempatan pengembangan, menemukan bahwa peluang pelatihan dan pengembangan karier menjadi faktor penting dalam membangun citra perusahaan yang menarik (Aminah et al. 2024).
3. Persepsi budaya & hubungan kerja, yaitu bahwa budaya kerja yang positif dan hubungan interpersonal yang harmonis meningkatkan persepsi positif terhadap organisasi (Fina Novia & Heru Mulyanto.2024)
4. Kebanggaan menjadi karyawan perusahaan, mengidentifikasi rasa bangga sebagai komponen afektif dalam *employer branding*, (Rury Novianti M. et al. 2025),
5. Niat merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, yang juga didasarkan pada Rury Novianti M. et al. (2025), di mana rekomendasi ini dianggap sebagai indikator kuat loyalitas dan persepsi positif karyawan terhadap perusahaan.

Pengukuran dapat dilakukan melalui survei internal, wawancara exit interview, dan analisis *external employer brand* (mis. review karyawan di situs rekrutmen). Data kuantitatif dikombinasikan dengan metric HR (turnover rates, lamanya bertahan).

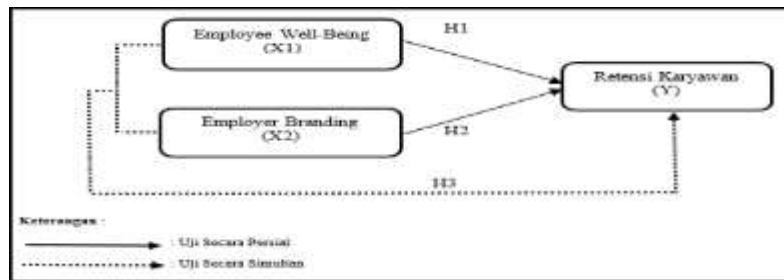
Retensi Karyawan

Retensi karyawan (*Employee Retention*) adalah upaya sistematis dan strategis yang dilakukan oleh organisasi untuk mempertahankan karyawan yang berharga agar tetap bekerja dalam jangka waktu yang lebih lama. Konsep ini mencerminkan komitmen organisasi dalam menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan menarik, yang pada akhirnya mendorong karyawan untuk secara sukarela memilih untuk tidak meninggalkan perusahaan. Retensi yang efektif merupakan indikator kunci keberhasilan manajemen sumber daya manusia, sebab penurunan tingkat *turnover* (pergantian karyawan) akan berduhungan langsung dengan stabilitas operasional dan efisiensi biaya rekrutmen. Retensi karyawan tidak hanya sekadar mencegah kepergian, namun lebih fokus pada upaya mempertahankan karyawan dengan kompetensi tinggi dan kinerja terbaik yang memberikan kontribusi signifikan bagi pencapaian tujuan strategis perusahaan.

Tujuan utama dari retensi adalah untuk menjaga agar karyawan dengan keterampilan dan pengetahuan institusional yang penting tetap berada dalam organisasi. Penelitian oleh (Pricilla & Martdianty 2024) menyoroti bahwa retensi karyawan adalah keinginan untuk bertahan bersama organisasi, menunjukkan bahwa faktor internal dan eksternal perusahaan sangat memengaruhi keputusan karyawan untuk tetap tinggal. Dengan adanya persaingan talenta yang semakin ketat, terutama di era digital dan pasca-pandemi, strategi retensi menjadi semakin vital. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa retensi adalah serangkaian tindakan yang disengaja untuk menciptakan dan memelihara lingkungan yang mendukung keinginan karyawan untuk tetap menjadi bagian dari organisasi (Kossivi, et al., 2016; Pricilla & Martdianty, 2024).

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan literatur dan hasil penelitian terdahulu, *Employee Well-Being* (X_1) dan *Employer Branding* (X_2) merupakan variabel eksplanatori utama yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *Retensi Karyawan* (Y). Kedua variabel ini berperan penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendukung keterikatan emosional dan komitmen karyawan terhadap organisasi.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

3. Metode Penelitian

Penelitian ini berfokus pada bidang Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), khususnya pada aspek yang berkaitan dengan upaya organisasi dalam mempertahankan karyawan melalui peningkatan kesejahteraan (*employee well-being*) dan penguatan citra perusahaan sebagai tempat kerja yang menarik (*employer branding*). Fokus penelitian diarahkan untuk menganalisis sejauh mana kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap retensi karyawan pada PT J&T Express Cabang DP Sungsang Banyuasin, yang merupakan salah satu perusahaan jasa logistik terbesar di Indonesia dengan karakteristik pekerjaan padat tenaga kerja dan tingkat mobilitas karyawan yang tinggi. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada fenomena turnover yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir, sehingga penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal yang dapat meningkatkan loyalitas dan keinginan karyawan untuk tetap bekerja di perusahaan tersebut.

Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka dan dapat diukur secara statistik untuk mengetahui hubungan antara variabel *employee well-being*, *employer branding*, dan *retensi karyawan*. Data kuantitatif diperoleh melalui hasil penyebaran kuesioner kepada responden yang telah ditentukan. Penggunaan data kuantitatif memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis secara objektif dengan menggunakan teknik analisis statistik guna menguji hipotesis penelitian (Sugiyono, 2021).

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis utama, yaitu data primer dan data sekunder, yang keduanya saling melengkapi dalam memberikan informasi yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti.

Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama melalui proses pengumpulan data di lapangan. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan karyawan aktif PT J&T Express Cabang Palembang. Kuesioner tersebut berisi sejumlah pernyataan yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel, yaitu *employee well-being*, *employer branding*, dan *retensi karyawan*.

Data primer digunakan untuk menggambarkan persepsi, pengalaman, dan tingkat kepuasan karyawan terhadap kondisi kerja mereka, citra perusahaan, serta niat untuk tetap bertahan bekerja di perusahaan. Menurut Handoko et al. (2024), pengumpulan data primer secara langsung dari responden memberikan nilai keakuratan yang tinggi karena mencerminkan kondisi aktual di lapangan. Oleh karena itu, data primer menjadi dasar utama dalam pengujian hipotesis penelitian ini.

Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari berbagai sumber yang telah ada sebelumnya dan relevan dengan topik penelitian. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari dokumen internal perusahaan seperti laporan kepegawaian, data turnover, serta laporan sumber daya manusia (HR report) di PT J&T *Express* Cabang Palembang. Selain itu, data sekunder juga dikumpulkan dari berbagai literatur akademik seperti buku teks, jurnal ilmiah nasional lima tahun terakhir, artikel penelitian terdahulu, serta laporan publik yang berkaitan dengan variabel *employee well-being*, *employer branding*, dan *retensi karyawan*.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan aktif PT J&T *Express* Cabang Palembang Drop Point Sungsang yang terdiri dari berbagai bagian, seperti staf operasional, kurir, administrasi dan layanan pelanggan.

Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh (census sampling) dengan jumlah populasi sebesar 60 karyawan PT J&T *Express* Cabang Palembang, di mana seluruh anggota populasi dijadikan responden karena jumlahnya relatif kecil dan masih dapat dijangkau sepenuhnya oleh peneliti.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah karyawan PT J&T *Express* Palembang yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu karyawan aktif dengan masa kerja minimal enam bulan. Penyajian karakteristik responden bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil responden yang terlibat dalam penelitian ini. Karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, jabatan, dan masa kerja. Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan karyawan laki-laki dengan rentang usia produktif. Tingkat pendidikan responden didominasi oleh lulusan SMA/SMK, yang sesuai dengan karakteristik pekerjaan operasional di sektor jasa logistik.

Jenis Kelamin Responden

Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	45	75%
Perempuan	15	25%
Total	60	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah karakteristik responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 45 orang (75%) dan perempuan sebanyak (25%). Hal ini menunjukkan bahwa karyawan di J&T *Express* Palembang Drop Point Sungsang didominasi oleh laki-laki sebanyak 45 orang atau sebesar 75%.

Dominannya karyawan laki-laki pada J&T *Express* Palembang Drop Point Sungsang dapat dikaitkan dengan karakteristik pekerjaan operasional yang menuntut aktivitas fisik cukup tinggi serta jam kerja yang relatif panjang dan fleksibel, khususnya pada bagian operasional lapangan seperti kurir/delivery, gudang, dan sortir barang. Pekerjaan tersebut

membutuhkan ketahanan fisik, mobilitas tinggi, serta kesiapan bekerja di luar ruangan, sehingga perusahaan cenderung lebih banyak merekrut tenaga kerja laki-laki untuk mendukung kelancaran operasional.

Uji Validitas

Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap 60 responden dengan menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment melalui aplikasi SPSS versi 27. Nilai r_{tabel} ditentukan berdasarkan rumus $N - 2$, yaitu $60 - 2 = 58$ dengan tingkat signifikansi 5% ($\pm = 0,05$), sehingga diperoleh nilai $r_{tabel} = 0,254$.

Kriteria validitas ditentukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , yaitu sebagai berikut:

a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item dinyatakan valid.

b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item dinyatakan tidak valid.

Adapun hasil uji validitas pada variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Employee Well-Being (X1)

Item Pernyataan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} ($\pm = 5\%$)	Keterangan
Employee Well-Being 1	0,673	0,254	Valid
Employee Well-Being 2	0,711	0,254	Valid
Employee Well-Being 3	0,652	0,254	Valid
Employee Well-Being 4	0,310	0,254	Valid
Employee Well-Being 5	0,660	0,254	Valid
Employee Well-Being 6	0,687	0,254	Valid
Employee Well-Being 7	0,782	0,254	Valid
Employee Well-Being 8	0,866	0,254	Valid
Employee Well-Being 9	0,859	0,254	Valid
Employee Well-Being 10	0,603	0,254	Valid
Employee Well-Being 11	0,845	0,254	Valid
Employee Well-Being 12	0,865	0,254	Valid
Employee Well-Being 13	0,778	0,254	Valid
Employee Well-Being 14	0,834	0,254	Valid
Employee Well-Being 15	0,830	0,254	Valid

Sumber: Diolah SPSS 27, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas tabel 4.5, seluruh item pernyataan pada variabel *employee well-being* memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,254), sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Employer Branding (X2)

Item Pernyataan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} ($\pm = 5\%$)	Keterangan
Employer Branding 1	0,714	0,254	Valid
Employer Branding 2	0,604	0,254	Valid
Employer Branding 3	0,677	0,254	Valid
Employer Branding 4	0,745	0,254	Valid
Employer Branding 5	0,750	0,254	Valid
Employer Branding 6	0,673	0,254	Valid
Employer Branding 7	0,619	0,254	Valid

<i>Employer Branding 8</i>	0,826	0,254	Valid
<i>Employer Branding 9</i>	0,761	0,254	Valid
<i>Employer Branding 10</i>	0,707	0,254	Valid
<i>Employer Branding 11</i>	0,733	0,254	Valid
<i>Employer Branding 12</i>	0,719	0,254	Valid
<i>Employer Branding 13</i>	0,750	0,254	Valid
<i>Employer Branding 14</i>	0,673	0,254	Valid
<i>Employer Branding 15</i>	0,619	0,254	Valid

Sumber: Diolah SPSS 27, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas tabel 4.6, seluruh item pernyataan pada variabel *employer Branding* memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,254), = item dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Retensi Karyawan (Y)

Item Pernyataan	Person Correlaton (r_{hitung})	r_{tabel} ($\pm = 5\%$)	Keterangan
Retensi Karyawan 1	0,795	0,254	Valid
Retensi Karyawan 2	0,809	0,254	Valid
Retensi Karyawan 3	0,680	0,254	Valid
Retensi Karyawan 4	0,795	0,254	Valid
Retensi Karyawan 5	0,821	0,254	Valid
Retensi Karyawan 6	0,909	0,254	Valid
Retensi Karyawan 7	0,846	0,254	Valid
Retensi Karyawan 8	0,774	0,254	Valid
Retensi Karyawan 9	0,776	0,254	Valid
Retensi Karyawan 10	0,763	0,254	Valid
Retensi Karyawan 11	0,846	0,254	Valid
Retensi Karyawan 12	0,774	0,254	Valid
Retensi Karyawan 13	0,821	0,254	Valid
Retensi Karyawan 14	0,909	0,254	Valid
Retensi Karyawan 15	0,846	0,254	Valid

Sumber: Diolah SPSS 27, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas tabel 4.7, seluruh item pernyataan pada variabel Retensi Karyawan memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,254), sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan hasil pengujian validitas, seluruh item pada variabel *Employee Well-Being*, *Employer Branding*, dan Retensi Karyawan memiliki nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga instrumen dinyatakan valid. Validitas diperlukan agar jawaban responden tidak menyimpang dari konsep penelitian dan dapat digunakan untuk menguji hipotesis secara akurat. Dengan demikian, seluruh item kuesioner dalam penelitian ini layak digunakan untuk proses analisis selanjutnya karena telah memenuhi kriteria validitas instrumen.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik umumnya meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Apabila seluruh asumsi tersebut terpenuhi, maka model regresi dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secara tepat.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan uji statistik Kolmogorov- Smirnov. Normal atau tidaknya distribusi data dapat diketahui dengan melihat pedoman pengambilan keputusan yaitu jika nilai Sig < 0.05 maka data tersebut tidak terdistribusi normal, jika nilai Siig >0,05 maka data terdistrbusi normal (Nuryadi et al., 2017; RR Thoyyibah., 2024). Hasil olah data Onie Sample Kolmogorov- Smirnov Tiest dapat dilihat pada tabel berikut:

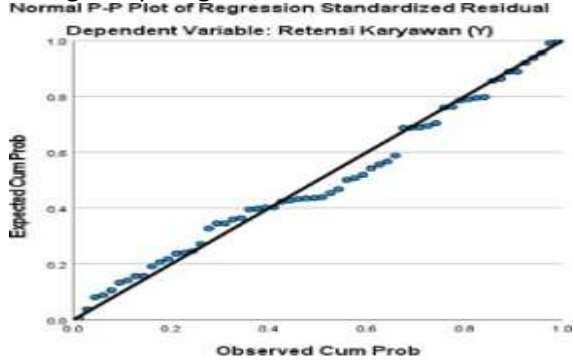
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Tiest			
			Unstandardized Residual
N			60
Normal Parameters ^{ab}	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		5,82748859
Most Extreme Differences	Absolute		0,083
	Positive		0,083
	Negative		-0,059
Test Statistic			0,083
Asymp. Sigm. (2-tailed) ^c			,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		0,373
	99% Confidence interval	Lower Bound	0,360
		Uppier Bound	0,385

Sumber: Diolah SPSS 27, 2026

Berdasarkan Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas dengan menggunakan One Sample Kolmogorov Smirnov Test, diketahui bahwa jumlah data (N) yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 data. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 (0,200 > 0,05). Sielain itu,nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,373 dengan interval kepercayaan 99% yang berada pada rentang 0,360 hingga 0,385, yang juga lebih besar dari 0,05. Hal ini semakin memperkuat bahwa data residual dalam model regresi berdistribusi normal.

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas grafik adalah apabila titik-titik data menyebar mengikuti arah garis diagonal dan tidak menyimpang secara ekstrem, maka residual dikatakan berdistribusi normal. Siebaliknya, apabila penyebaran titik menjauhi garis diagonal dan tidak mengikuti pola garis, maka residual tidak berdistribusi normal.



Gambar 4. 2 Diagram Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 4.2 dapat dilihat bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar

garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Pola tersebut menunjukkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas terpenuhi sehingga model regresi dinyatakan layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis lebih lanjut.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh *Employee Well-Being* (X_1) dan *Employer Branding* (X_2) terhadap Retensi Karyawan (Y) pada PT J&T Express Palembang. Hasil analisis regresi linear berganda disajikan dalam tabel *Coefficients*, yang menunjukkan nilai konstanta, koefisien regresi, nilai t hitung, serta tingkat signifikansi masing-masing variabel independen. Nilai koefisien regresi digunakan untuk menyusun persamaan regresi, sedangkan nilai t dan signifikansi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Adapun hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 9 Analisis Regresi LinearBerganda

Model	Coefficients ^a		t	Sig
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
	B	Std. Error		
(Constant)	5,065	6,585	0,769	0,455
<i>Employee Well-Being</i>	0,493	0,113	0,460	0,000
<i>Employer Branding</i>	0,448	0,374	0,374	0,001

a. Dependent Variable: Retensi Karyawan (Y)

Sumber: Diolah SPSS 27, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 5,065 dengan nilai t_{hitung} 0,769 dan signifikansi 0,455, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa konstanta tidak berpengaruh signifikan terhadap Retensi Karyawan. Nilai konstanta tersebut mengindikasikan bahwa apabila variabel *Employee Well-Being* dan *Employer Branding* bernilai nol, maka Retensi Karyawan berada pada nilai 5,065.

Pembahasan

Pengaruh *Employee Well-Being* terhadap Retensi Karyawan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t), diketahui bahwa variabel *Employee Well-Being* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,344 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari $\pm = 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Employee Well-Being* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Retensi Karyawan, sehingga hipotesis yang diajukan diterima.

Nilai koefisien regresi sebesar 0,493 menunjukkan bahwa setiap peningkatan *Employee Well-Being* akan diikuti oleh peningkatan Retensi Karyawan, dengan asumsi variabel lain tetap. Hasil pengujian hipotesis ini memperkuat temuan penelitian, bahwa kesejahteraan karyawan merupakan faktor penting dalam mempertahankan karyawan di dalam perusahaan.

Pengaruh *Employer Branding* terhadap Retensi Karyawan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t), diketahui bahwa variabel *Employer Branding* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,532 dengan tingkat signifikansi 0,001, yang lebih kecil dari $\pm = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *Employer Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Retensi Karyawan, sehingga hipotesis yang diajukan diterima. Nilai koefisien

regresi sebesar 0,448 menunjukkan bahwa semakin baik employer branding perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat retensi karyawan. Hasil pengujian hipotesis ini memperkuat temuan penelitian, bahwa citra perusahaan sebagai tempat bekerja memiliki peran penting dalam mempertahankan karyawan.

Pengaruh *Employee Well-Being* dan *Employer Branding* terhadap Retensi Karyawan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan (uji F) , diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 31,313 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari $\pm = 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Employee Well-Being* dan *Employer Branding* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Retensi Karyawan, sehingga hipotesis simultan diterima.

Hasil uji F ini memperkuat temuan penelitian, bahwa kedua variabel independen memiliki peran yang penting dalam meningkatkan retensi karyawan. *Employee Well-Being* yang baik, didukung oleh *employer branding* yang positif, mampu menciptakan lingkungan kerja yang kondusif serta meningkatkan loyalitas dan keterikatan karyawan terhadap perusahaan.

5. Penutup

- 1. Perusahaan disarankan untuk meningkatkan program dan kebijakan yang mendukung kesejahteraan karyawan baik dari aspek fisik, psikologis, maupun sosial.**
- 2. Perusahaan perlu memperkuat citra sebagai tempat kerja yang positif melalui strategi *employer branding*.**
- 3. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kepuasan kerja, komitmen organisasi, kompensasi, lingkungan kerja, atau gaya kepemimpinan agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.**

Daftar Pustaka

- Afriyani, F., Hasan, L. D., Rokhmat, A., Wahyudin, Y., & Syarweny, N. 2024. *Manajemen sumber daya manusia: Teori komprehensif dalam MSDM*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Aminah, N., Rahmawati, D., & Pratiwi, E. 2024. Pengaruh kesempatan pengembangan karier terhadap kepuasan kerja karyawan generasi milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 9(2), 115-126.
- Ardianto, B., Rahmawati, I., & Hasanah, D. 2025. Hubungan employee well- being terhadap retensi karyawan pada perusahaan jasa di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Nusantara*, 7(1), 1-10.
- Dewi, F. A. 2021. Kesejahteraan karyawan dalam perspektif manajemen SDM modern. *Jurnal Manajemen Modern Indonesia*, 7(2), 112-122.
- Ekhsan, M., & Ardianto, D. A. 2023. Pengaruh employer branding dan talent management terhadap employee retention yang dimediasi oleh employee engagement dan organizational trust. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 14(3), 215-228.
- Geofanny, R., & Faraz, F. 2023. Employer branding and e-recruitment against interest in applying for Generation Z jobs. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 12(1), 146-154.
- Ghozali, I. 2021. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS* 26.
- Handoko, S., Pratama, D., & Wulandari, F. 2024. Dampak work-life balance terhadap retensi karyawan: Studi pada generasi milenial dan Gen Z. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 97-110.
- Ilmawan, M. D., Yafi, M.A. B., Rilantiana, R., & Kustiyadji, G. 2023. The impact of employer branding and career development on employee retention at Al- Ibrah Foundation. *Jurnal Ekonika*, 8(2).
- JobStreet. 2024. Review perusahaan J&T Express Indonesia. <https://www.jobstreet.co.id>

- KC UMN. 2025. Hubungan antara employee well-being dan employer branding pada generasi muda pekerja. *Jurnal Komunikasi Korporat Universitas Multimedia Nusantara*, 4(1), 11-20.
- Kompas.com. 2024. J&T Express sebagai perusahaan logistik berbasis teknologi di Indonesia. <https://www.kompas.com>
- Kristianto, N. A., & Handoyo, S. (2023). Pengaruh employer branding terhadap employee retention dengan employee engagement sebagai mediator. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, 9(2), 101-112.
- Liona, R. C., & Yurniardi, M. S. 2023. Employee well-being dan pengaruhnya terhadap engagement dan kepuasan kerja. *Jurnal Psikologi Terapan*, 11(1), 55-68
- Matondang, A. S., Siregar, S., & Nuraini, T. 2023. The role of organizational commitment in mediating the effect of employee well-being and workload on employee performance. *Indonesian Journal of Management Research*, 5(4), 88-97.
- Muhammad Kurniawan DP. 2013. Pengaruh Disiplin Kerja dan Pemberian Insentif terhadap Kinerja Karyawan PT Putra Karisma Palembang. 2(1), 25-42
- Neksen, A., Wadud, M., & Handayani, S. 2023. Pengaruh beban kerja dan jam kerja terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(2), 105-112.
- Putri, N. A., & Rahmawati, F. (2024). Pengaruh employee engagement terhadap retensi karyawan dengan sampling jenuh pada PT Pos Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Modern*, 5(2), 112-125. <https://journal.penerbitseval.com/index.php/jemmod/article/view/240>
- Rahmi, T., Agustiani, H., Harding, E., & Fitriana, E. (2021). Adaptasi Employee Well-Being Scale (EWBS) versi Bahasa Indonesia. *Jurnal Psikologi*, 17(2), 73-85.
- Ronia, P. F. 2024. Pengaruh employer branding terhadap employee retention melalui job satisfaction (studi kasus pada PT Perkebunan Nusantara I Regional 8). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 10(2), 101-114.
- Shafariah, H., & Gofur, A. 202). Dampak stres kerja dan burnout terhadap kesejahteraan karyawan sektor logistik. *Jurnal Psikologi Kerja Indonesia*, 6(1), 33-45.
- Siregar, R. 2021. Pengaruh kompensasi terhadap retensi karyawan pada perusahaan manufaktur di Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 77- 89.
- Sodha, A., & Goswami, A. 2023. Employee well-being and retention: A correlational analysis. *Journal of Human Capital Development*, 15(2), 88-101.
- Surya, R. 2024. Employer branding terhadap retensi generasi milenial di perusahaan logistik. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Kontemporer*, 8(2), 66- 77.
- Try Wulan. 2022. Pengaruh Literasi Keuangan Dan Payment Gateway Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Manajemen Swasta Di Kota Palembang: *Journal Ecoment Global Mandiri Universitas Indo Global Mandiri*. 7(2). 220-230