



Employer Branding Dalam Pelayanan Publik Bidang Kesehatan Di Rsud Banten

Employer Branding In Public Health Services At Rsud Banten

¹Yeni Widyastuti, ²Tiwi Rizkiyani, ³Sierfi Rahayu

¹²³Program Studi Administrasi Publik, FISIP, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Email: ¹yeniwidyastuti@untirta.ac.id, ²tiwi.rizkiyani@untirta.ac.id, ³sierfirahayu@untirta.ac.id

(Diterima: 06-Juni-2023; Ditelaah: 15-Juli-2023; Disetujui: 07-Desember-2023)

ABSTRAK (ABSTRACT)

Grand Design Reformasi Birokrasi di Indonesia berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 81 Tahun 2010 bertujuan agar reformasi menjadi fokus dan berkelanjutan. Pencapaian strategis bahwa negara bebas dari korupsi, meningkatkan kapasitas dan akuntabilitas serta memperkuat orientasi peningkatan pada sektor pelayanan publik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui *employer branding* dalam pelayanan publik pada bidang kesehatan di RSUD Banten. Kepentingan publik pada dasarnya adalah tujuan tertinggi bagi pemerintah. Peran pemerintah adalah memberikan pelayanan publik terbaik kepada masyarakat, pelayanan yang manusiawi, menempatkan pengguna jasa (masyarakat) sebagai pusat kepentingan, standar pelayanan yang profesional. Urgensi *employer branding* bagi organisasi sektor publik di bidang pelayanan publik khususnya pelayanan kesehatan, yaitu dapat memaksimalkan pelayanan kesehatan yang diberikan kepada masyarakat. Dengan metode kualitatif deskriptif, hasil penelitian menyatakan bahwa RSUD Banten memiliki *employer branding* yang baik. Dalam *interest value*, RSUD Banten memiliki nilai-nilai B-OPAL.

Kata kunci : *employer branding*, pelayanan publik, bidang kesehatan

A. PENDAHULUAN (INTRODUCTION)

Pendekatan perilaku akan membantu struktur kinerja dalam organisasi publik dan akan membangun kepercayaan publik dalam interaksi antara pemerintah dengan warga Negara. Praktek-praktek dalam pemerintahan mendorong aparat birokrasi untuk menunjukkan perilaku yang tepat dan lebih berorientasi pada hasil sesuai dengan tugas dan fungsinya. Persepsi masyarakat dalam situasi "*red tape*" dengan birokrasi tercermin dalam dua kondisi, yaitu beban atas prosedur administrasi yang tak kunjung selesai dan juga adanya aturan yang tidak berjalan dengan baik. (Battaglio, dkk., 2019 dan Grimmelikhuisen, dkk., 2017).

Reformasi birokrasi sebagaimana disampaikan Drior (1971) sebagai “*administrative reform*”, yang dirumuskan sebagai berikut: “*by administrative reforms, I mean directed changes of main features of an administration system*”. Sementara, Nigro & Nigro (1984) menjelaskan bahwa “*the first successes in the cities with administrative reforms, beginning in the late nineteenth century created the need for trained person to fill jobs in government and stimulated the development of the first university public administrations programs*” (Banga, 2018). Reformasi birokrasi, dengan demikian, meliputi perubahan aspek kelembagaan serta aspek lain yaitu sikap, perilaku, serta nilai dari sekumpulan orang yang menjadi bagian dan terlibat di dalamnya. Sesuai dengan Delapan Area Perubahan Birokrasi, sebagaimana disampaikan oleh Holidin, dkk (2017) yaitu penataan organisasi, penatalaksanaan, rekonsiliasi peraturan, sumberdaya aparatur yang profesional dan berintegritas, pengawasan yang efektif dan membangun, akuntabel, berorientasi pada pemantapan pelayanan dan perubahan pola pikir serta budaya kerja (*mindset and culture set*) dimana tujuan reformasi birokrasi adalah merubah struktur kelembagaan birokrasi yang lebih ramping serta perubahan perilaku aparatur. Sejak tahun 1990-an, reformasi birokrasi mengalihkan perhatiannya pada tiga hal, yaitu (a) pertanyaan tentang bagaimana mewujudkan efisiensi dan efektivitas; (b) bagaimana memastikan bahwa *government is honest* dengan harapan dapat mewujudkan *public trust*, dan (c) bagaimana membuat birokrasi lebih responsif terhadap warga negara (Kayuni, dkk., 2018).

Membawa konsep *corporate culture* dalam penyelenggaraan pemerintahan sebagaimana Pollitt (1990) yang berasumsi bahwa penerapan praktek manajemen bisnis dalam pemerintahan dapat menyelesaikan masalah ekonomi dan sosial secara luas. Hal ini juga sesuai dengan pendapat dari *National Performance Review* bahwa *corporate-style management is good because it is efficient and apolitical* (Hays dan Kearneys, 1997). Namun, penerapan *corporate culture* harus selaras dengan merit sistem dalam pola rekrutmen pegawai dan mengedepankan masyarakat dengan menghormati nilai-nilai keberagaman dan demokrasi.

Organisasi di semua sektor, termasuk sektor publik, menghadapi kesulitan yang sama dalam menemukan pegawai terbaik (Alniacik dan Alniacik., 2012). Dengan demikian, untuk memaksimalkan kegiatan rekrutmennya, organisasi berusaha menarik kandidat (tenaga kerja) melalui berbagai iklan lowongan kerja dan memanfaatkan brand organisasi. Ini karena organisasi lain juga melakukan hal yang sama untuk mendapatkan kandidat yang memenuhi syarat (Elving, dkk., 2013). Untuk alasan itu, organisasi perlu mengambil tindakan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, dan salah satu cara untuk mendapatkan pegawai terbaik adalah melalui *employer branding*.

Employer branding dikonseptualisasikan oleh Ambler dan Barrow untuk pertama kalinya tahun 1996 yang bertujuan menarik talenta terbaik dalam organisasi tertentu (Franca dan Pahor, 2012). Konsep ini memperkuat *branding* organisasi untuk membedakannya dengan organisasi lain sehingga dapat menarik calon potensial untuk bergabung dengan organisasi. Organisasi tentunya berusaha untuk mengembangkan potensinya agar selalu eksis dan bertahan dari dinamika organisasi, salah satunya adalah

persaingan. Selain persaingan, masalah penting lainnya adalah saat ini pegawai memiliki sifat semakin kritis dan cerdas, terutama dalam menuntut kesejahteraan, apalagi jika pegawai memiliki kapabilitas tinggi yang memiliki harapan terhadap besarnya gaji, jelasnya jenjang karir, dan ketersediaan fasilitas pendukung untuk kehidupan mereka. Di zaman sekarang ini tidak mudah bagi suatu organisasi untuk mendapatkan calon potensial yang tepat untuk bekerja dalam organisasi karena organisasi dihadapi tantangan yang besar dalam memenuhi kebutuhan karyawan.

Employer branding sebagai proses membangun keunikan identitas dan nilai perusahaan yang membedakan perusahaan dari kompetitornya (Ferizal, 2016). Menurut Lloyd (2002), *employer branding* adalah keseluruhan usaha dari perusahaan untuk mengkomunikasikan kepada karyawan yang sedang dipekerjakan saat ini dan calon karyawan bahwa perusahaan mereka adalah tempat yang diinginkan untuk bekerja. Berdasarkan definisi-definisi tersebut, *employer branding* menunjukkan bahwa organisasi harus memiliki citra yang baik. Alniacik dan Alniacik (2012) mengembangkan lima dimensi *employer branding*, yaitu: *Interest Values*, *Social Value*, *Economic Value*, *Development Value*, dan *Applicant Value*.

Interest value berkaitan dengan persepsi terhadap pencitraan atau *branding* organisasi. Jika organisasi memiliki *branding* yang baik, calon pegawai akan memiliki ketertarikan dan memiliki motivasi atau keinginan untuk bergabung dan bekerja di organisasi yang dipersepsikan oleh *branding* organisasi tersebut. *Social value* berkaitan dengan persepsi terhadap lingkungan kerja. Calon pegawai akan memiliki pandangan bahwa lingkungan kerja serta *partner* kerjanya merupakan tim yang unggul serta berkualitas dan memiliki suasana kerja yang kondusif. *Economic value* berkaitan dengan persepsi terhadap nilai ekonomis dari manfaat yang diperoleh berupa gaji, bonus, dan pendapatan lainnya. *Development value* berkaitan dengan persepsi terhadap jenjang karier yang dapat diperoleh dalam organisasi. Adanya harapan calon pegawai dimana organisasi yang memiliki *branding* atau citra yang baik akan dikenal dan diakui kinerjanya juga dapat berkesempatan dalam pengembangan karir pegawai. *Applicant value* berkaitan dengan persepsi terhadap nilai aplikasi dari manfaat yang dapat diperoleh jika bekerja di organisasi tersebut. Ilmu dan pengalaman sebagai pegawai dapat diaplikasikan untuk diajarkan kepada orang lain, bahkan dapat diaplikasikan dalam berinteraksi dengan masyarakat.

Employer branding menjadi penting bagi organisasi. Dengan *employer branding* yang baik, maka dapat menarik calon-calon pegawai yang potensial bagi organisasi sehingga organisasi menjadi tempat berkumpulnya orang-orang berbakat sehingga tujuan organisasi akan lebih mudah tercapai. Penelitian mengenai pengaruh lima dimensi *employer branding* terhadap minat pencari kerja dalam mengikuti rekrutmen dilakukan oleh Rumangkit dan Dwiyan (2019), hasil penelitiannya sebagai berikut:

- 1) *Interest value* berpengaruh pada minat *job seeker* untuk mengikuti proses rekrutmen;
- 2) *Social value* berpengaruh pada minat *job seeker* untuk mengikuti proses rekrutmen;
- 3) *Economic value* berpengaruh pada minat *job seeker* untuk mengikuti proses rekrutmen;
- 4) *Development value* berpengaruh pada minat *job seeker* untuk mengikuti proses rekrutmen;

5) *Applicant value* berpengaruh pada minat *job seeker* untuk mengikuti proses rekrutmen. Penelitian Rumangkit dan Dwiyan (2019) tersebut menunjukkan bahwa kelima dimensi *employer branding* berpengaruh pada minat calon pegawai atau pencari kerja untuk dapat mengikuti rekrutmen organisasi.

Urgensi penelitian, yaitu *employer branding* dapat memaksimalkan pelayanan kesehatan yang diberikan kepada masyarakat. Berdasarkan latar belakang dan urgensi penelitian, tujuan penelitian adalah untuk mengetahui *employer branding* dalam menyelenggarakan pelayanan publik bidang kesehatan di RSUD Banten.

B. METODE (METHOD)

Metode penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan prosedur penelitian yang bersifat deskriptif, dilakukan sesuai kondisi nyata yang terjadi di lapangan tanpa adanya rekayasa untuk mencari makna yang mendalam. Sumber data penelitian, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder dengan pengumpulan data melalui observasi atau pengamatan, studi dokumentasi, dan *interview*. Informan dalam penelitian ini yaitu pegawai RSUD Banten. Teknik analisis data adalah analisis interaktif Miles dan Huberman (2014).

C. HASIL DAN DISKUSI (RESULT AND DISCUSSION)

Employer branding adalah strategi organisasi untuk dapat berkomunikasi dan berinteraksi serta memasarkan dirinya kepada calon pegawai, pegawai dan kepada pihak luar sehingga pihak-pihak tersebut menjadi tertarik pada organisasi tersebut sehingga memiliki keinginan untuk terlibat dalam organisasi tersebut.. Alniacik dan Alniacik (2012) mengemukakan lima dimensi *employee branding*, yaitu: (1) *Interest Value*; (2) *Social Value*; (3) *Economic Value*; (4) *Development Value*; dan (5) *Applicant Value*.

Interest Value (Nilai Ketertarikan)

Interest value berkaitan berkaitan dengan persepsi calon pegawai (*job seeker*) terhadap pencitraan atau *branding* organisasi. *Brand* organisasi yang baik menyebabkan tingginya ketertarikan dan keinginan bagi calon pegawai untuk dapat bekerja dalam organisasi yang dipersepsikan dari *branding* tersebut.

RSUD Banten merupakan instansi pemerintah Provinsi Banten dibawah Dinas Kesehatan Provinsi Banten yang bergerak di bidang kesehatan dan merupakan rumah sakit rujukan Provinsi Banten. RSUD Banten resmi dioperasikan pada 13 Oktober 2013 dengan tipe rumah sakit kelas B berdasarkan Surat Keterangan Menteri Kesehatan Nomor 01/36/KLS/Kes/BKPM/2015, kemudian pada tahun 2016 sudah mengimplementasikan pola keuangan BLUD (Badan Layanan Umum Daerah).

Guna penyelenggaraan tata kelola rumah sakit yang baik atau *good corporate governance* serta menwujudkan tata kelola klinis atau *clinical governance*, maka diterbitkan Peraturan Gubernur Banten Nomor 35 Tahun 2016 tentang *Hospital Bylaws* Rumah Sakit Umum Daerah Banten yang mengatur tentang pengaturan internal rumah sakit berupa aturan-aturan dasar tentang tata cara penyelenggaraan rumah sakit. Aturan tersebut meliputi peraturan internal untuk korporasi dan peraturan internal untuk staf medis.

Dalam *hospital bylaws* dijelaskan mengenai visi, misi, motto, falsafah, tujuan, dan juga nilai-nilai organisasi.

RSUD Banten memiliki nilai-nilai B-OPAL yang merupakan singkatan dari Bangkit, Objektif, Profesional, Atraktif, dan Loyal. Berikut penjelasan dari *employer branding* berupa nilai B-OPAL RSUD Banten:

- a) Bangkit
Dalam bahasa Serang, bangkit artinya bisa, yaitu RSUD Banten mampu melaksanakan tugas untuk mencapai hasil yang terbaik dan tidak mudah menyerah.
- b) Objektif
Objektif, yaitu memberikan pelayanan kepada semua lapisan masyarakat tanpa membedakan status dan golongan.
- c) Profesional
Profesional, yaitu menjalankan tugas sesuai dengan keahlian, keterampilan dan pengetahuan di bidangnya untuk mencapai kinerja terbaik dengan tetap menjunjung tinggi kode etik, mengerti dan memahami tugas pekerjaan dan bekerja cerdas.
- d) Atraktif
Atraktif, yaitu memiliki strategi, kreativitas, dan lebih inovatif dalam meningkatkan kualitas pelayanan di RSUD Banten.
- e) Loyal
Loyal, yaitu patuh dan setia terhadap visi dan misi RSUD Banten.

Nilai-nilai B-OPAL merupakan budaya kerja yang diharapkan dapat dipraktekkan oleh semua pegawai dalam memberikan pelayanan yang andal dan terpercaya sesuai dengan motto RSUD Banten, yaitu Ramah dan Amanah. Nilai-nilai organisasi yang dimiliki RSUD Banten menjadi salah satu *interest value* yang menarik bagi *job seeker* untuk dapat bergabung di RSUD Banten. Hal ini terlihat dari banyaknya antusiasme pelamar dalam penerimaan pegawai Non Aparatur Sipil Negara (ASN) BLUD RSUD Banten pada tahun 2020 dan 2022.

Social Value (Nilai Sosial)

Social value berkaitan berkaitan dengan persepsi terhadap lingkungan kerja. RSUD Banten memiliki sumber daya manusia berkualitas sesuai dengan bidang pekerjaannya, baik tenaga kesehatan maupun non kesehatan. Berdasarkan LKIP (Laporan Kinerja Instansi Pemerintah) pada Dinas Kesehatan Tahun 2022, pegawai UPT RSUD Banten berjumlah 1.043 orang terdiri dari 219 orang pegawai PNS dan 824 orang pegawai non PNS. Adapun untuk jumlah tenaga kesehatan sebanyak 186 orang terdiri dari 5 dokter sub spesialis, 33 dokter spesialis, 54 dokter umum, 4 dokter gigi, 12 kefarmasian, dan 78 perawat.

RSUD Banten pada tahun 2022 memperoleh penghargaan sebagai Juara ketiga pada Lomba Inovasi Antar Perangkat Daerah di Lingkungan Pemerintah Provinsi Banten. Selain itu, pada peringatan Hari Kesehatan Nasional (HKN) ke-58 Tahun 2022, RSUD Banten mendapat penghargaan dari Kementerian Kesehatan RI sebagai Rumah Sakit Daerah dengan Penggunaan/Belanja Alat Kesehatan Dalam Negeri Tertinggi Tahun 2022.

Pada Maret 2023, RSUD Banten meraih akreditasi paripurna berdasarkan hasil penilaian dari Tim Akreditasi Lembaga Akreditasi Rumah Sakit (LARS). Akreditasi paripurna yang diraih oleh RSUD Banten menunjukkan bahwa seluruh pelayanan yang dilakukan di RSUD Banten sudah memenuhi Standar Mutu Layanan sesuai dengan standar yang ditentukan oleh Kementerian Kesehatan RI.

RSUD Banten menjadikan sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki sebagai fokus utama dalam pencapaian tujuan organisasi. Selain rutin mengadakan pelatihan kepada pegawai, RSUD Banten juga mengadakan kegiatan *capacity building* setiap tahun sebagai penguatan budaya kerja pegawai sehingga diharapkan para pegawai dapat meningkatkan kualitas kerja dan menjadi tim yang tangguh.

Pencapaian yang telah diraih oleh RSUD Banten dikarenakan komitmen dari pimpinan beserta semua pegawai untuk terus memberikan pelayanan kesehatan yang terbaik untuk masyarakat. Pimpinan yang berkomitmen tinggi, tim yang berkualitas, lingkungan kerja yang baik, dan atmosfir kerja yang baik merupakan faktor pendukung RSUD Banten mendapatkan pencapaian yang luar biasa. Pencapaian-pencapaian yang telah diraih RSUD Banten tentunya menjadi *social value* yang memberikan persepsi yang baik sehingga menarik bagi *job seeker* untuk dapat bergabung di RSUD Banten.

Economic Value (Nilai Ekonomi)

Economic value berkaitan dengan ketertarikan calon karyawan terhadap manfaat yang diperoleh dari gaji, bonus, dan pendapatan lainnya. Selain gaji pokok, pegawai mendapatkan penghasilan tambahan sesuai dengan aturan yang berlaku. Nominal penghasilan yang diterima pegawai bagi pegawai non ASN tercantum dalam kontrak kerja pegawai yang diperbaharui setiap tahun. Penghasilan yang diterima oleh setiap pegawai di RSUD Banten mengacu pada SSH (Standar Satuan Harga) Provinsi Banten yang tiap tahunnya diatur oleh Peraturan Gubernur Banten.

RSUD Banten pada tahun 2020 menjadi rumah sakit khusus sebagai Pusat Rujukan Covid-19 di Provinsi Banten. Sebagai bentuk dari apresiasi Pemerintah Provinsi Banten kepada tenaga medis garis terdepan penanganan virus Covid 19 tersebut, diberikan penghargaan berupa tambahan insentif, dimana nominal insentif tersebut disesuaikan dengan jabatan setiap tenaga kesehatan yang menjadi Tim Covid 19 RSUD Banten.

Nilai ekonomi yang diperoleh sebagai pegawai RSUD Banten tentunya menjadi salah satu pertimbangan yang menarik bagi calon pegawai atau pencari kerja (*job seeker*) untuk dapat bergabung dan bekerja di RSUD Banten.

Development Value (Nilai Pengembangan)

Development value berkaitan dengan persepsi terhadap jenjang karier yang dapat diperoleh dalam organisasi. Adanya harapan calon pegawai dimana organisasi yang memiliki *branding* atau citra yang baik akan dikenal dan dianggap serta memiliki kesempatan dalam pengembangan karir pegawai di masa mendatang.

RSUD Banten menjadikan sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki sebagai fokus utama dalam pencapaian tujuan organisasi. Sumber daya manusia sebagai penggerak organisasi mampu membantu organisasi untuk pencapaian visi RSUD Banten

menjadi Rumah Sakit yang andal dan terpercaya. Untuk mencapai visi tersebut tentunya diperlukan misi. Salah satu misi RSUD Banten adalah mengembangkan kompetensi SDM di seluruh lini Rumah Sakit. Pengembangan kompetensi pegawai dilakukan melalui pendidikan dan pelatihan kepada pegawai RSUD Banten, baik untuk tenaga kesehatan maupun tenaga non kesehatan sesuai dengan bidang tugasnya, baik didalam maupun diluar rumah sakit. Pendidikan dan pelatihan yang diperoleh pegawai bermanfaat untuk pengembangan karir. Selain pelatihan dalam bentuk *hard skill* atau berupa keterampilan teknis sesuai dengan bidang tugasnya, RSUD Banten juga mengadakan pelatihan *soft skill* dengan dilakukannya kegiatan *capacity building* bagi semua pegawai. Dalam kegiatan tersebut, pegawai dilatih untuk bekerja sama dan membangun tim yang efektif.

Selain memberikan pelatihan dan pendidikan kepada para pegawai, RSUD Banten juga memberikan edukasi kepada masyarakat melalu *talk show* dan webinar edukasi kesehatan yang dapat diikuti oleh masyarakat umum, baik melalui *live instagram* dan *zoom meeting* dengan narasumber, baik dari internal maupun eksternal RSUD Banten. Kegiatan ini dapat meningkatkan pengembangan kompetensi pegawai dalam hal komunikasi (*public speaking*).

Penghargaan dari manajemen untuk pegawai RSUD Banten dilakukan setiap hari ulang tahun (HUT) RSUD Banten. Selain penghargaan atas pemenang lomba HUT RSUD Banten, juga diserahkan penghargaan pegawai terbaik di lingkungan RSUD Banten dengan kategori dokter spesialis, dokter umum, perawat, bidan, tenaga kesehatan lain, dan pegawai administrasi. Penghargaan dari manajemen kepada para pegawai atas kinerja pegawai akan menimbulkan perasaan dihargai dan dapat memotivasi semua pegawai untuk bekerja dengan kualitas terbaik.

Nilai pengembangan berupa pengembangan kompetensi baik kompetensi teknis atau *hard skill* maupun kompetensi kepribadian atau *soft skill*, serta adanya apresiasi penghargaan dari pihak manajemen kepada pegawai terbaik yang diperoleh sebagai pegawai RSUD Banten tentunya akan menarik *job seeker* untuk dapat bergabung di RSUD Banten.

Applicant Value (Nilai Manfaat)

Applicant value Applicant value berkaitan dengan persepsi terhadap nilai aplikasi dari manfaat yang dapat diperoleh jika bekerja di organisasi tersebut. Ilmu dan pengalaman sebagai pegawai dapat diaplikasikan untuk mengajari orang lain, bahkan dalam berinteraksi dengan masyarakat.

RSUD Banten sebagai unit pelayanan publik milik Pemerintah Daerah Provinsi Banten terus berusaha untuk meningkatkan pelayanan kesehatan kepada masyarakat. Salah satu kegiatan pelayanan kesehatan yang dilakukan RSUD Banten kepada masyarakat adalah dengan kegiatan promosi kesehatan (promkes) berupa edukasi kesehatan, baik di lingkungan internal RSUD Banten maupun di luar RSUD Banten. Di lingkungan internal RSUD Banten, edukasi dilakukan kepada pasien maupun pengunjung pasien, seperti *hand hygiene*, etika batuk, dan sebagainya. Adapun edukasi kesehatan yang dilakukan untuk masyarakat umum melalui kegiatan *talk show* dan webinar edukasi, baik melalui *live instagram* dan *zoom meeting*. Selain itu, dalam usaha untuk meningkatkan

pelayanan kesehatan kepada masyarakat, RSUD Banten terus melakukan inovasi pelayanan publik. Salah satu inovasi pelayanan publik di RSUD Banten adalah aplikasi SIPALAWA (Sistem Pendaftaran dan Layanan Lewat *Whastapp*) yang bertujuan untuk memberikan kemudahan pendaftaran pasien secara *online* ke Poli Rawat Jalan RSUD Banten sehingga dapat mengurangi antrian pendaftaran.

Nilai manfaat yang diperoleh sebagai pegawai RSUD Banten, yaitu memberikan manfaat kepada masyarakat melalui peningkatan derajat kesehatan melalui pelayanan kesehatan masyarakat merupakan nilai tambah yang menarik *job seeker* untuk dapat bergabung di RSUD Banten.

D. KESIMPULAN (CONCLUSION)

Employer branding sangat penting sebagai nilai yang mencerminkan identitas organisasi yang dapat menarik *job seeker* untuk bergabung di organisasi tersebut. RSUD Banten memiliki *employer branding* yang baik. Dalam *interest value*, RSUD Banten memiliki nilai-nilai B-OPAL yang merupakan singkatan dari Bangkit, Objektif, Profesional, Atraktif, dan Loyal. Dalam *social value*, RSUD Banten telah meraih pencapaian yang baik, terutama berhasil dalam meraih akreditasi paripurna karena memiliki pimpinan yang berkomitmen tinggi dan tim yang berkualitas. Dalam *economic value*, pegawai mendapatkan penghasilan sesuai dengan aturan yang berlaku serta mendapatkan apresiasi berupa insentif tambahan bagi Tim Covid-19 pada tahun 2020. Dalam *development value*, pegawai memperoleh pengembangan kompetensi berupa pendidikan dan pelatihan, baik itu keterampilan teknis atau *hard skill* maupun keterampilan kepribadian atau *soft skill*, serta adanya apresiasi berupa penghargaan dari manajemen untuk pegawai dengan kinerja terbaik. Dalam *applicant value*, RSUD Banten terus berupaya memberikan manfaat kepada masyarakat melalui peningkatan derajat kesehatan melalui pelayanan kesehatan masyarakat, baik melalui promosi kesehatan berupa edukasi kesehatan maupun inovasi pelayanan publik.

DAFTAR PUSTAKA (REFERENCES)

Buku:

- Banga, Wempy. 2018. *Kajian Administrasi Publik Kontemporer*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ferizal, I. 2016. *Journey to be Employer of Choice*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Holidin, Defny., dkk. 2016. *Reformasi Birokrasi dalam Transisi*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Lloyd, S. 2002. *Branding From the Inside Out*. BRW, Vol 24: 64.
- Miles, Matthew B., dkk. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Book 3 rd Edition*. Thousand Oaks, CA : Sage Publication.
- Rusli, Budiman., dkk. 2020. *Teori Reformasi Administrasi*. Tangerang Selatan: Penerbit Universitas Terbuka.

Artikel:

- Alniacik, E., Alniacik U. 2012. "Identifying Dimensions Of Attractiveness In Employer Branding: Effects Of Age, Gender, And Current Employment Satus". *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, Vol. 58, pp. 1336 - 1343.
- Battaglio, R. Paul, Jr., Paolo Belardinelli, Nicola Bellé, and Paola Cantarelli. 2019. *Behavioral Public Administration ad fontes: A Synthesis of Research on Bounded Rationality, Cognitive Biases, and Nudging in Public Organizations*. *Public Administration Review* 79(3): 304-20. <https://doi.org/10.1111/puar.12994>.

- Grimmelikhuijsen, Stephan, Sebastian Jilke, Asmus Leth Olsen, and Lars Tummers. 2017. *Behavioral Public Administration: Combining Insights from Public Administration and Psychology*. *Public Administration Review* 77(1): 45–56. <https://doi.org/10.1111/puar.12609>.
- Kearney, Richard C. and Steven W. Hays. 1998. *Reinventing Government, The New Public Management and Civil Service Systems in International Perspective: The Danger of Throwing the Baby Out with the Bathwater*. *Rev of Public Personnel Administration*, Fall 1998.
- Kayuni, H., Chihana, L. & Msiska, Y. 2018. *Theoretical and Empirical Relevance of New Public Service Reforms in the Context of Malawi's Public Sector*, in E.O.C. Ijeoma & O.I. Nzewi (eds.), *Culture, Philosophies and Reforms in Public Administration for the Globalizing World: A Reflection on Local, Regional and International Perspectives*. Association of Southern African Schools and Departments of Public Administration and Management Book Series Volume 1, pp. 53–71, AOSIS, Cape Town. <https://doi.org/10.4102/aosis.2018.BK80.0>.
- Kusuma, T. C., & Prasetya, A. 2017. *Penerapan Strategi Employer Branding dan Employee Value Proposition untuk Menciptakan Employee Engagement*. *Employer Branding*, 50(5), 143–151. <https://media.neliti.com/media/publications/188774-ID-penerapan-strategi-employer-branding-dan.pdf>.
- Nico Ari Kristianto, S. H. 2020. *Pengaruh Employer Branding Terhadap Employee Retention Dengan Employee Engagement sebagai Mediator pada Generasi Milenial di Industri E-Commerce*. *Jurnal Psikologi*, 18, 1–19.
- Rumangkit., Dwiyani. 2019. *Dampak Employee Branding pada Efektivitas Rekrutmen (Case Study: Generasi Z Indonesia)*. *Jurnal Bisnis Darmajaya* Vol. 05(1), 1-12, <https://doi.org/10.30873/jbd.v5i1.1358>.
- Soepardjo, T. A., Wijayanti, D. T., & Surjanti, J. 2020. *Pengaruh Internal Branding dan Brand Commitment terhadap Organizational Citizenship Behavior (OCB) (Studi pada Dosen Universitas Negeri Surabaya)*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 648. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p648-657>.

Dokumen:

- Dinas Kesehatan Provinsi Banten. 2022. *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Dinas Kesehatan Provinsi Banten*. Serang.
- RSUD Banten. 2021. *Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP) UPT RSUD Banten Tahun 2021*. Serang.
- Presiden Republik Indonesia. 2009. *Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik*. Jakarta.
- Gubernur Banten. 2016. *Peraturan Gubernur Banten Nomor 35 Tahun 2016 tentang Hospital Bylaws Rumah Sakit Umum Daerah Banten*. Serang.

Sumber Lain:

- Berita Pemprov Banten. 30 Maret 2020. *Pemprov Banten Beri Insentif Tambahan ke Tenaga Medis Hingga Rp 75 Juta*. <https://bpkad.bantenprov.go.id/pemprov-banten-beri-insentif-tambahan-ke-tenaga-medis-hingga-rp75-juta>, diakses 23 Juni 2023.
- Website resmi RSUD Banten. <https://rsud.bantenprov.go.id>, diakses 23 Juni 2023.