

Peran internasional assignment branding: persepsi perempuan Indonesia mengenai ketertarikan mereka untuk bekerja di multinational company MNC = The role of international assignment branding: Indonesian women's perception on MNC's organizational attractiveness

Mutia Salsabila Andini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20474258&lokasi=lokal>

Abstrak

Kegiatan international assignment populer dilakukan di perusahaan multinasional MNC karena manfaatnya yang besar. Namun partisipasi perempuan pada kegiatan tersebut secara historis masih rendah hingga sekarang. Padahal perempuan ditemukan memiliki keinginan, kemampuan, dan karakteristik yang sesuai dalam international assignment. Selain itu kini perusahaan-perusahaan multinasional sedang berada pada kompetisi yang ketat untuk memperoleh qualified talent dengan kompetensi global. Karena itu dibutuhkan strategi yang dapat membuat perusahaan multinasional lebih menarik dibanding kompetitornya sehingga dapat membentuk talent pool yang lebih besar. Salah satunya dengan melakukan international assignment branding yang berdasarkan penelitian sebelumnya belum banyak diteliti dan digunakan.

Menggunakan metode kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplor peran international assignment branding pada ketertarikan perempuan Indonesia untuk masuk ke MNC. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa international assignment tidak berperan signifikan sebagai daya tarik bagi perempuan Indonesia untuk masuk ke MNC karena usaha international assignment branding yang rendah dari perusahaan, isu keluarga, dan jangka waktu penugasan.International assignment has been a popular global staffing activity in multinational company MNC because of its numerous benefits. However womens participation in international assignment is still low compared to men, while actually women were found to have a strong desire to join international assignment and also has the capability as well as the personal traits needed. Besides, today's competition in acquiring qualified talent with global talent is fierce. Therefore MNC needs to use strategies to create distinction from the competitors to build bigger talent pool, one of which by branding the MNCs international assignment. International assignment branding is a potential strategy but is still rarely studied and used.

So, this study used qualitative method and interview method to collect the data. This study aims to explore the role of international assignment branding as employer attractiveness for Indonesias women to enter MNC given their characteristics and condition. This study found that international assignments role is not significant enough to attract Indonesias women to work in MNC because of the MNCs low international assignment branding, family issues, and the time periode of assignment.