



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (INDONESIA COLLEGE OF ECONOMICS)

TERAKREDITASI A

- S1 Akuntansi
- D3 Akuntansi
- S1 Manajemen
- D3 Manajemen Perdagangan

TERAKREDITASI B

- S2 Magister Akuntansi
- S2 Magister Manajemen
- INSTITUSI Perguruan Tinggi

SURAT TUGAS

No : 7.10 /PSDM/STIE/III/2026

Hal : Sebagai Peserta

Berdasarkan fungsi, tugas pekerjaan, wewenang dan tanggung jawab, dengan ini menugaskan kepada:

Nama : NELLI NOVYARNI
NIDN : 0306117501
Jabatan : Dosen Tetap Yayasan

Untuk melaksanakan tugas mengikuti kegiatan:

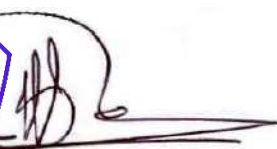
Nama Kegiatan : EMPLOYER BRANDING DAN CAMPUS REPUTATION

Tanggal Kegiatan : 2 Maret 2026

Penyelenggara : PT SENTRA VIDYA UTAMA

Demikian surat tugas ini dibuat untuk segera dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Jakarta, 1 Maret 2026
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA


Joko Bagio Santoso, SE., MM
Kepala Bagian PSDM

SERTIFIKAT

No. 331/SRTFK/SVM/II/2026

WEBINAR

Employer Branding dan Campus Reputation

Senin, 2 Maret 2026 | 15:00-17:00 WIB

Diberikan kepada:

NELLI NOVYARNI

Atas partisipasinya sebagai:

PESERTA

Pembicara:

Qausya Faviandhani, S.E., M.M.

Kepala Sub Direktorat Pemasaran Universitas Narotama

M. Budi Djatmiko

Ketua Umum APTISI

Koordinator Humas
PT. Sentra Vidya Utama



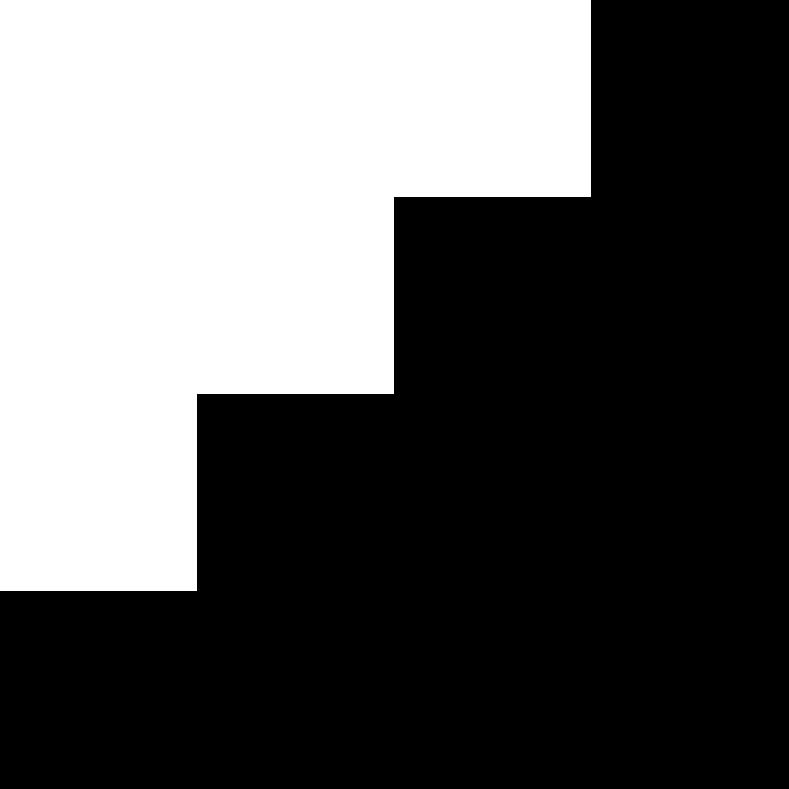
Ilham Dary, M.Hub.Int.

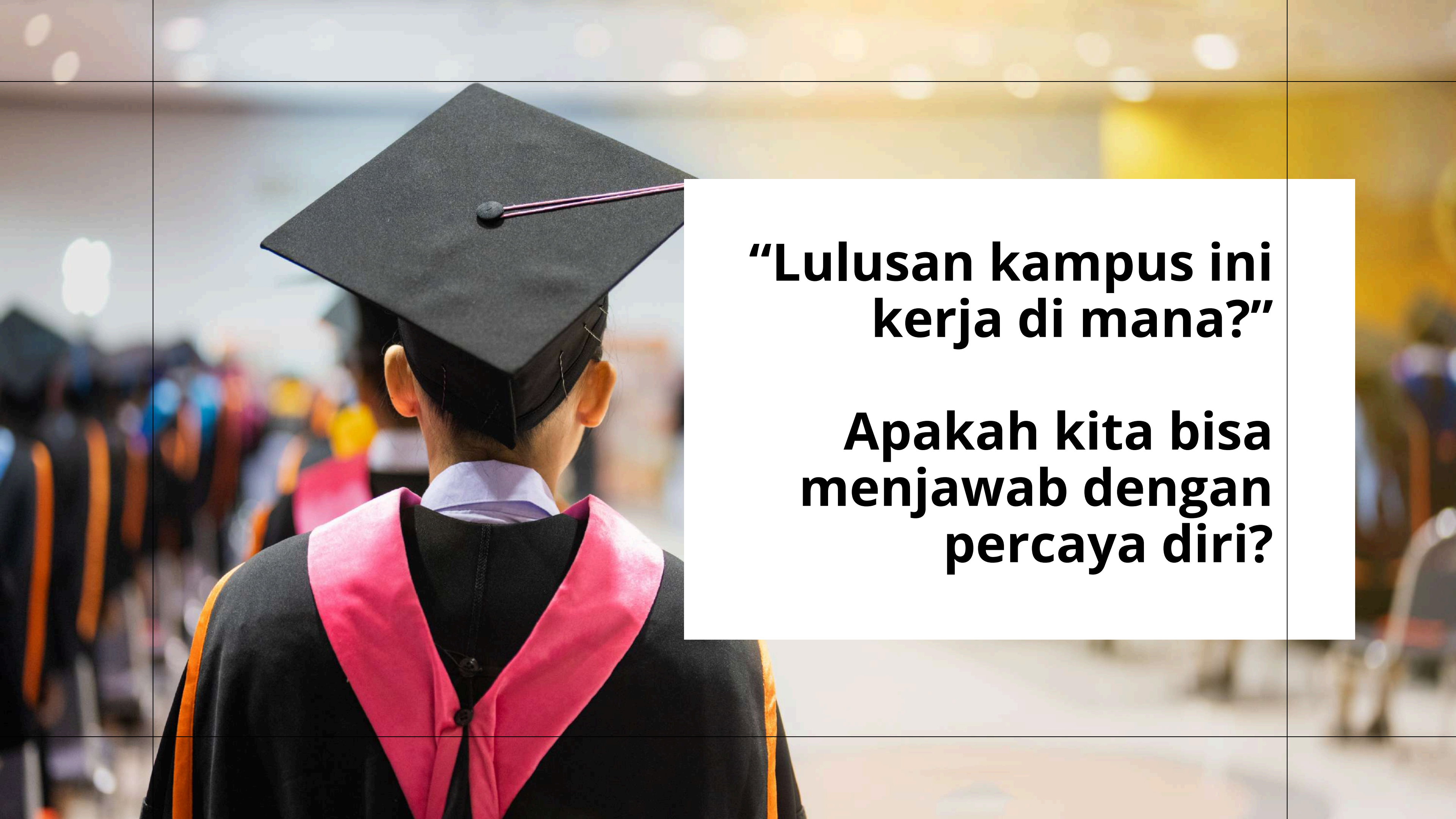


EMPLOYER BRANDING & CAMPUS REPUTATION



**“Orang tua tidak membeli gedung.
Mereka membeli peluang kerja anaknya.”**





**“Lulusan kampus ini
kerja di mana?”**

**Apakah kita bisa
menjawab dengan
percaya diri?**

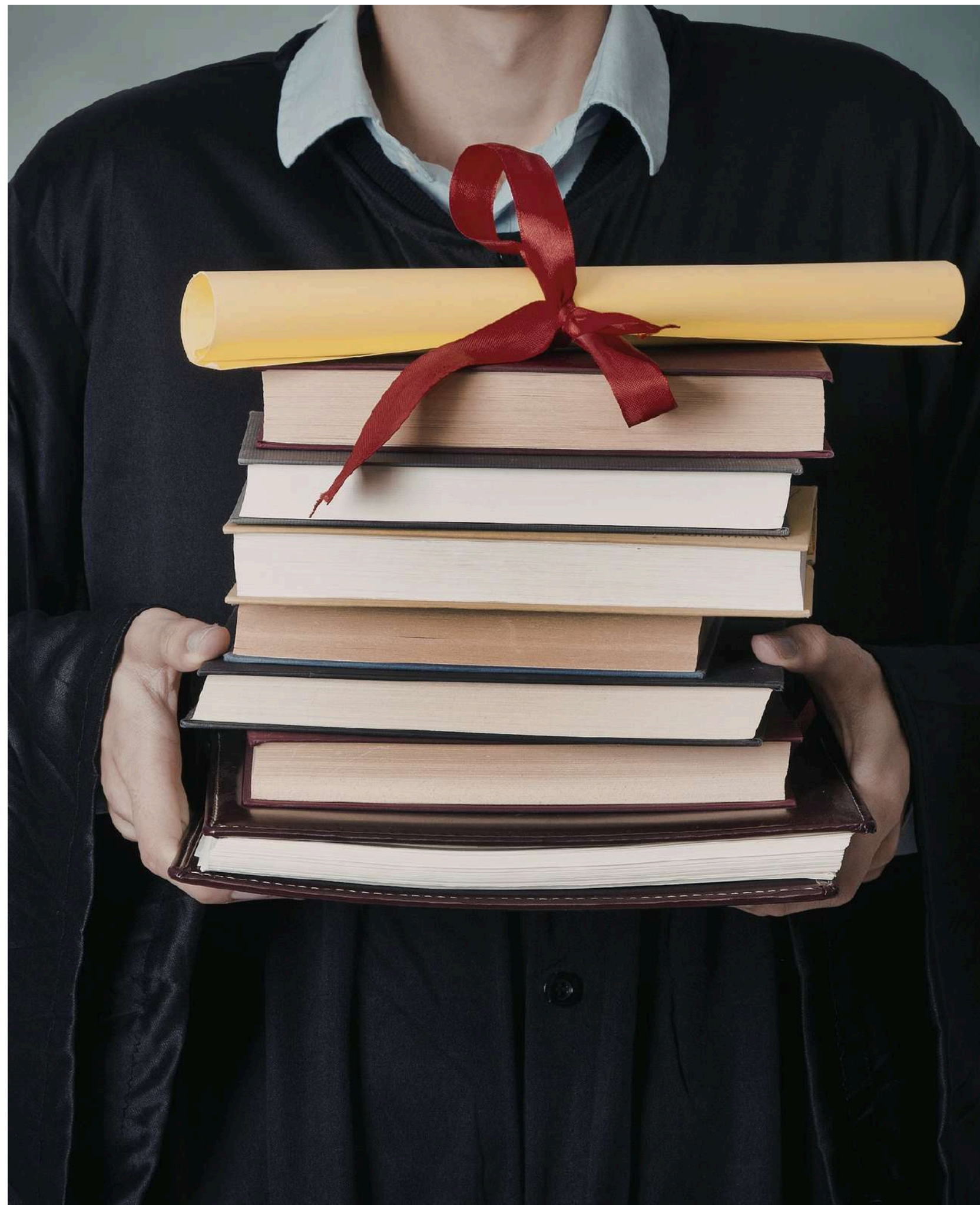
PERUBAHAN PERSEPSI PASAR

Dulu orang memilih kampus karena:

- Nama besar
- Lokasi
- Fasilitas

Sekarang orang memilih karena:

- Prospek kerja
- Link industri
- Alumni sukses
- ROI pendidikan



APA ITU EMPLOYER BRANDING?

Employer branding dalam konteks kampus **adalah** persepsi dunia kerja terhadap lulusan kita.

CAMPUS REPUTATION ≠ AKREDITASI SAJA

Tapi reputasi juga dibentuk oleh:

- Alumni sukses
- Jaringan industri
- Testimoni perusahaan
- Eksposur media
- Kehadiran digital

Reputasi adalah akumulasi persepsi.

3 PILAR REPUTASI KAMPUS

1. Academic Reputation
2. Industry Reputation
3. Public Perception

Jika salah satu lemah → brand timpang.



INDUSTRY REPUTATION (PALING KRUSIAL UNTUK PTS)

- ✓ Link & match
- ✓ Magang nyata
- ✓ Sertifikasi
- ✓ Rekrutmen langsung



PERAN ALUMNI DALAM REPUTASI

Jika alumni:

- Cepat dapat kerja
- Punya jabatan
- Punya usaha sukses

Maka reputasi naik tanpa iklan besar.

STRATEGI PRAKTIS #1

Publikasikan secara profesional. Data = trust.

01 Data persentase kerja

02 Lama tunggu kerja

03 Bidang kerja

04 Kisaran gaji



STRATEGI PRAKTIS #2

**Bangun Relasi HRD, Bukan Hanya MoU.
Tapi yang dibutuhkan adalah:**

- Rekrutmen rutin
- Guest lecture
- Kurikulum bersama
- Magang real

MoU tanpa implementasi tidak membangun reputasi.

LINKEDIN SEBAGAI MESIN REPUTASI

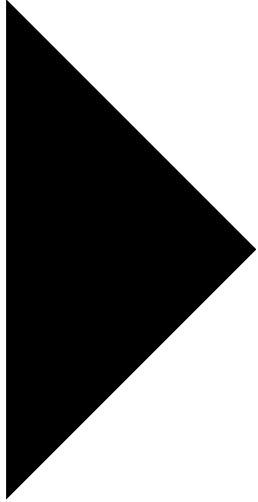
Reputasi profesional bisa dibangun di LinkedIn

01 Dorong alumni update profil

02 Dosen aktif di LinkedIn

03 Post kolaborasi industri

04 Tag perusahaan mitra



EMPLOYER BRANDING & PMB 2026

Jika reputasi kerja kuat:

- ✓ Conversion rate naik
- ✓ Orang tua lebih percaya
- ✓ Diskon tidak perlu besar
- ✓ Perang harga bisa dihindari

BAHAYA TANPA REPUTASI

Tanpa reputasi:

- Bergantung pada diskon
- Bergantung pada brosur
- Bergantung pada momentum
- Sulit bersaing dengan PTN BH

Reputasi adalah pertahanan jangka panjang.



STRATEGI AGRESIF 2026

1. Buat halaman khusus “Karier Lulusan”
2. Publish data outcome setiap tahun
3. Buat konten rutin alumni spotlight
4. Bangun minimal 3-5 perusahaan anchor
5. Jadikan industri sebagai pembicara rutin

***“Reputasi tidak dibangun oleh baliho.
Reputasi dibangun oleh alumni yang berhasil.”***

Terima Kasih