

BAB 1

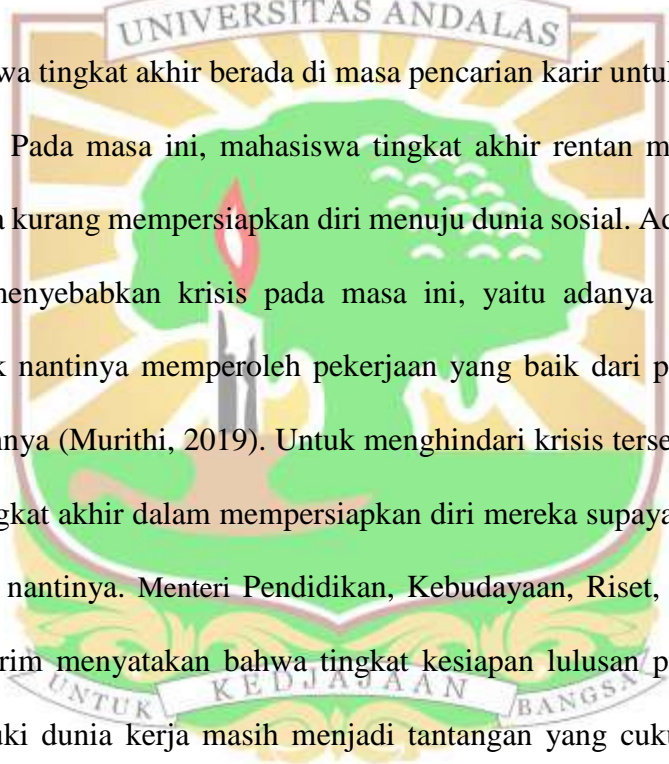
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pencari kerja di Indonesia memiliki latar belakang pendidikan terakhir yang berbeda-beda, seperti perguruan tinggi sederajat, SMA sederajat, SMP sederajat, SD sederajat sampai pada yang tidak memiliki ijazah (Badan Pusat Statistik, 2023). Dari berbagai macam pendidikan terakhir tersebut, perguruan tinggi merupakan pendidikan terakhir yang memiliki tingkat pendidikan paling tinggi daripada yang lainnya. Ketua MPR Republik Indonesia memaparkan data berdasarkan Badan Pusat Statistik bahwa hanya sekitar 10-12% angkatan kerja di Indonesia yang merupakan lulusan perguruan tinggi yang mana hal tersebut memiliki persentase yang sedikit dibandingkan dengan total angkatan kerja di Indonesia (Nua, 2022). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa walaupun merupakan golongan tingkat pendidikan yang paling tinggi dibandingkan yang lain, total angkatan kerja yang memiliki latar belakang perguruan tinggi tersebut tetap sedikit jumlahnya.

Hal ini juga sejalan dengan jumlah pengangguran lulusan pendidikan tinggi di Indonesia, yaitu pada Februari 2023 tercatat sebanyak 5,45% untuk lulusan sarjana dan sebanyak 4,59% untuk lulusan diploma dari total 9,1 juta orang pengangguran (Badan Pusat Statistik, 2023). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa masih banyak juga pengangguran yang merupakan lulusan perguruan tinggi di Indonesia. Ada beberapa alasan mengapa hal tersebut dapat terjadi. Pertama,

pengalaman dan keterampilan kerja yang dibutuhkan tidak sesuai sehingga banyak yang menganggur. Kedua, ekspektasi penghasilan dan status yang lebih tinggi dari keterampilan dan pengalaman yang dimiliki. Terakhir, penyediaan lapangan kerja di Indonesia yang tidak banyak sehingga menimbulkan persaingan ketat antara pencari kerja (Pusparisa, 2019). Beberapa faktor tersebut berhubungan dengan keterampilan dan pengalaman yang perlu dipersiapkan seseorang sebelum terjun ke dunia kerja atau selama menjadi mahasiswa di perguruan tinggi.



Mahasiswa tingkat akhir berada di masa pencarian karir untuk kehidupannya (Arnet, 2000). Pada masa ini, mahasiswa tingkat akhir rentan mengalami krisis apabila mereka kurang mempersiapkan diri menuju dunia sosial. Adapun salah satu faktor yang menyebabkan krisis pada masa ini, yaitu adanya ekspektasi dari keluarga untuk nantinya memperoleh pekerjaan yang baik dari pendidikan yang telah ditempuhnya (Murithi, 2019). Untuk menghindari krisis tersebut perlu untuk mahasiswa tingkat akhir dalam mempersiapkan diri mereka supaya dapat bersaing di dunia kerja nantinya. Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, Nadiem Makarim menyatakan bahwa tingkat kesiapan lulusan perguruan tinggi untuk memasuki dunia kerja masih menjadi tantangan yang cukup besar dalam sistem perguruan tinggi di Indonesia (Napitupulu, 2022). Hal ini terjadi karena kurikulum perguruan tinggi di Indonesia tidak memfasilitasi peningkatan *soft skill* mahasiswa untuk dapat bersaing di dunia kerja. Terutama di era teknologi sekarang yang mengharuskan mahasiswa untuk mengembangkan *soft skill* yang dibutuhkan untuk pencarian kerja nantinya. Maka dari itu, kebanyakan mahasiswa memilih

mengikuti kegiatan atau organisasi untuk meningkatkan keterampilan dalam mempersiapkan diri untuk terjun ke dunia kerja.

Mahasiswa yang mengikuti kegiatan, program, ataupun organisasi dapat menjadi sarana dalam meningkatkan keterampilan yang tentunya telah dipilihnya sebagai bagian dari persiapan kerja nantinya. Selanjutnya, dapat menjadi salah satu karakteristik yang berbeda dari mahasiswa lainnya yang tidak mengikuti kegiatan tersebut (Putri & Supriyanto, 2020). Salah satu keuntungan lainnya yang penting juga dalam persiapan kerjanya nanti, yaitu dapat memperluas *networking* yang nantinya berguna untuk dunia kerja (Wardah & Syarifuddin, 2022). Hal ini didukung oleh penelitian Maretha dkk. (2022) yang menemukan hasil bahwa aktivitas dalam berorganisasi dapat mempengaruhi persiapan diri mahasiswa untuk terjun ke dunia kerja yang mana menjadi keunggulan dibandingkan mahasiswa lain yang tidak berpartisipasi dalam organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh seperti keterampilan, pengalaman, serta relasi dalam mengikuti organisasi di luar kampus dapat membantu mahasiswa dalam mempersiapkan diri di dunia kerja.

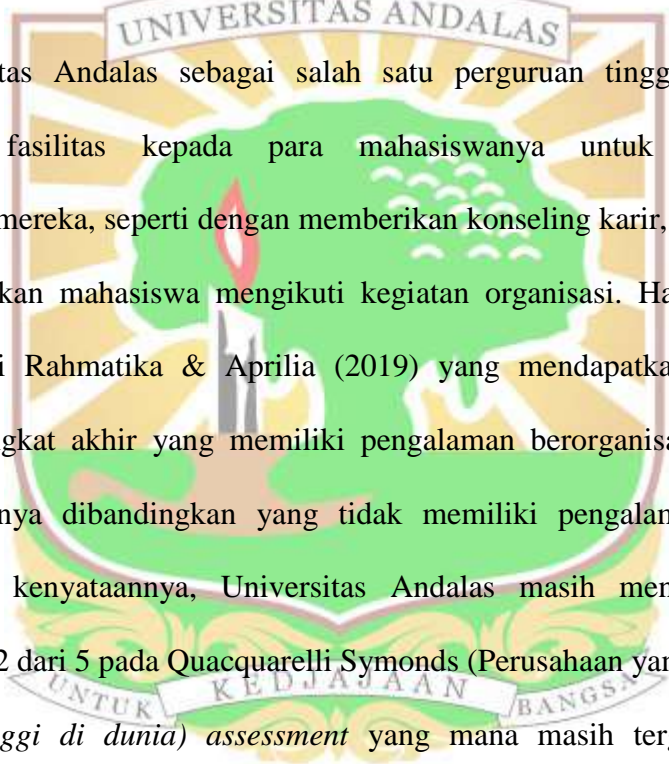
Akan tetapi, ternyata terdapat juga mahasiswa yang mengikuti organisasi tetapi merasa belum siap untuk terjun ke dunia kerja dan menyatakan bahwasannya mengikuti organisasi dapat menjadi penyebab turunnya prestasi belajar karena kegiatannya yang cukup padat yang pada akhirnya menimbulkan keterlambatan dalam menyelesaikan studinya (Irmayanti, 2020). Padahal ketika aktif berorganisasi, mahasiswa juga aktif dalam meningkatkan keterampilan yang didapatkannya dalam organisasi tersebut (Wardah & Syarifuddin, 2022). Namun,

kenyataannya terdapat juga mahasiswa yang mengikuti organisasi merasa belum siap untuk terjun ke dunia kerja.

Permasalahan yang muncul tersebut berhubungan erat dengan *employability*. *Employability* adalah kumpulan karakteristik yang dimiliki individu yang saling berinteraksi satu sama lain untuk menghasilkan suatu hal yang optimal yang mana hal ini diarahkan kepada karir seseorang dalam dunia kerja (Fugate dkk., 2004). Kumpulan karakteristik yang dimiliki individu tersebut, seperti keterampilan, pengetahuan, relasi yang dibangun dari mengikuti kegiatan atau organisasi yang dimiliki individu itu dinamakan *employability skills* yang berguna dalam meningkatkan kemampuan kerja untuk mempertahankan, mendapatkan, dan menghadapi pekerjaan tertentu. Dapat dilihat bahwasannya untuk dapat memperoleh, menghadapi, dan mempertahankan pekerjaan seseorang harus memiliki keterampilan, pengalaman, relasi serta pengetahuan yang pastinya berhubungan dengan pekerjaan yang diinginkan.

Pentingnya *employability* ketika nantinya sudah terjun ke dunia kerja bagi seorang mahasiswa dapat terlihat dari *Policies to Support the Development of Indonesia's Manufacturing Sector during 2020-2024* bersama Asian Development Bank (ADB) didapatkan data bahwasannya sebagian besar pekerja di Indonesia memiliki *employability skills* yang rendah yang mana terlihat dari sektor agrikultur sekitar 99,41% pekerja memiliki keterampilan rendah dan sektor manufaktur sekitar 90,45% memiliki keterampilan yang rendah dari total 121,02 juta pekerja. Dapat disimpulkan dari laporan tersebut bahwasannya sumber daya manusia di Indonesia masih belum memperlihatkan *employability skills* mereka di tempat

mereka bekerja. Padahal sumber daya manusia dalam perusahaan adalah elemen penting dalam mencapai tujuan perusahaan untuk kemajuan perusahaan (Marnis, 2008). Untuk dapat mengurangi hal tersebut, diperlukan persiapan yang matang oleh calon pencari kerja yang dalam hal ini mahasiswa agar nantinya dapat menjadi sumber daya manusia yang memiliki keterampilan tinggi bagi perusahaan dan membantu dalam mengatasi tantangan yang telah dinyatakan oleh Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi sebelumnya.



Universitas Andalas sebagai salah satu perguruan tinggi di Indonesia memberikan fasilitas kepada para mahasiswanya untuk meningkatkan *employability* mereka, seperti dengan memberikan konseling karir, pelatihan karir, serta mewajibkan mahasiswa mengikuti kegiatan organisasi. Hal ini didukung penelitian dari Rahmatika & Aprilia (2019) yang mendapatkan hasil bahwa mahasiswa tingkat akhir yang memiliki pengalaman berorganisasi lebih tinggi *employability*-nya dibandingkan yang tidak memiliki pengalaman organisasi. Namun pada kenyataannya, Universitas Andalas masih mendapatkan nilai *employability* 2 dari 5 pada Quacquarelli Symonds (Perusahaan yang menganalisis perguruan tinggi di dunia) *assessment* yang mana masih tergolong rendah. Penilaian ini dilakukan untuk melihat *QS World University Ranking*. Hal ini juga terlihat dari hasil wawancara dari salah satu bagian UPT Karir dan Konseling Unand yang mengatakan bahwasannya para lulusan Unand masih belum memiliki *employability* yang baik, seperti beberapa *soft skill* yang diperlukan untuk dunia kerja belum dikuasai dengan baik, contohnya keterampilan komunikasi dan keterampilan berbahasa asing yang masih kurang, kurangnya kepercayaan diri

dalam berbicara, kurangnya pengalaman organisasi atau kegiatan yang mengasah *soft skill*, kurangnya pengetahuan dalam pencarian peluang pekerjaan serta relasi yang terbatas. Hal ini menjadi tantangan bagi para mahasiswa Universitas Andalas untuk menyiapkan dirinya selama menjadi mahasiswa. Pemahaman mengenai pentingnya *employability* ini diharapkan dapat mendorong individu dalam mengembangkan kompetensi (keterampilan dan pengetahuan) agar dapat bersaing di dunia kerja yang mana didapatkan dari hasil mengevaluasi kompetensi diri sendiri (Fugate dkk., 2004). Hal ini berhubungan dengan *perceived employability*.

Perceived employability merupakan pandangan seseorang mengenai kemungkinan-kemungkinan yang dimilikinya untuk mempertahankan suatu pekerjaan atau mencari pekerjaan (Berntson & Marklund, 2007). Gunawan dkk. (2019) mengembangkan teori berdasarkan teori *perceived employability* dari beberapa ahli terdahulu yang diberi nama *perceived future employability* dikarenakan skala dari ahli sebelumnya hanya fokus pada kelayakan kerja yang dirasakan saat ini saja daripada kelayakan kerja yang dirasakan di masa mendatang setelah menyelesaikan pendidikan atau pelatihan. *Perceived future employability* merupakan pandangan individu terhadap apa yang dimilikinya saat ini apakah layak untuk mendapatkan pekerjaan (*perceived employability*) di masa depan setelah menyelesaikan studi atau pelatihannya. *Perceived future employability* memiliki beberapa dimensi yang saling berkaitan satu sama lain, yaitu *perceived future network*, *perceived expected experiences*, *perceived future personal characteristics*, *anticipated reputation of educational institution*, *perceived future labor market knowledge*, dan *perceived future skills* (Gunawan dkk., 2019).

Adapun *perceived future skills* berkaitan dengan beberapa keterampilan yang dimiliki oleh individu yang berhubungan dengan memperoleh dan mempertahankan pekerjaan, *perceived expected experiences* berkaitan dengan pengalaman yang berhubungan dengan suatu pekerjaan, *perceived future network* berkaitan dengan bagaimana koneksi yang dimiliki individu mempengaruhi pekerjaannya, *perceived future personal characteristics* berkaitan dengan kapasitas diri yang berkaitan dengan peningkatan diri dan kemampuan beradaptasi, *perceived future labor market knowledge* yang berkaitan dengan pemahaman terkait peluang di pasar tenaga kerja dan *anticipated reputation of educational institution* berkaitan dengan nama baik dari institusi mempengaruhi pencarian kerja (Gunawan dkk., 2019).

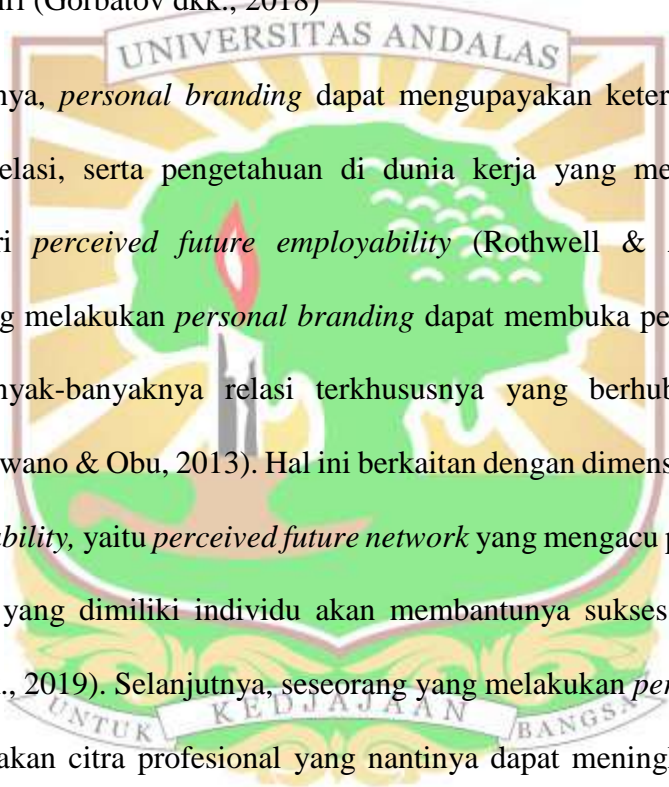
Perceived future employability sangat penting dimiliki oleh seseorang mahasiswa yang nantinya akan terjun ke dunia kerja karena saat ini perkembangan dunia kerja membutuhkan lulusan sarjana yang memiliki keterampilan yang menonjol dibandingkan yang lainnya. Dengan memiliki *perceived future employability* yang baik maka seseorang akan mampu menilai diri mereka mengenai keterampilannya dan nantinya dapat mereka kembangkan untuk memperoleh pekerjaan dan bersaing di dunia kerja. Hal ini didukung oleh penelitian dari Koloba (2017) bahwa *employability skills* memiliki hubungan yang positif terhadap *perceived employability* pada mahasiswa. Hal ini terjadi karena para mahasiswa melakukan *perceived employability*, yaitu mengevaluasi dan meyakini *employability* yang dimilikinya karena mereka memiliki *employability skills*. Selanjutnya, *perceived employability* juga penting pada tahapan karir, seperti fase

eksplorasi pasar tenaga kerja, fase mempertahankan kerja, dan fase transisi kerja (Cron & Slocum, 1986). Selain itu, *perceived employability* berhubungan dengan bagaimana seseorang berpikir, bertindak laku, dan merasakan pekerjaannya yang mana berpengaruh terhadap *career goal setting* seseorang dalam karirnya (Fugate dkk., 2004). Hal ini dapat mengarahkan individu pada sesuatu pekerjaan yang sesuai dengan keterampilan yang dimilikinya.

Seseorang yang memiliki *perceived employability* yang tinggi akan memiliki kepercayaan diri yang tinggi dalam bersaing dari pekerja lain untuk memperoleh pekerjaan, Sementara, individu yang memiliki *perceived employability* yang rendah akan memiliki perasaan kurang puas terhadap pilihan karir yang dimilikinya (Mcilveen dkk., 2013). Selain itu, individu yang memiliki *perceived employability* yang rendah memiliki performa yang kurang baik di tempat kerja nantinya yang mana hal ini dapat mempengaruhi produktivitas kerja dan menghambat tujuan dari perusahaan (Makikangas dkk., 2013). Begitupun juga pada *perceived future employability* yang mana ketika seseorang memiliki *perceived future employability* yang tinggi akan membuat seseorang menjadi optimis dan dapat mengontrol kemampuan kerja yang dimilikinya sehingga dapat bersaing dan melakukan pekerjaan dengan baik (Gunawan, 2019).

Untuk dapat mengupayakan *perceived future employability* salah satunya dengan meningkatkan *personal branding*. Hal ini didukung oleh penelitian dari Gorbatov dkk. (2019) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *personal branding* dengan kesuksesan karir seseorang di masa mendatang. *Personal branding* adalah usaha yang bertujuan untuk membangun kelebihan diri kepada

sasaran dengan memiliki sekumpulan karakteristik yang berbeda (Gorbatov dkk., 2018). *Personal branding* memiliki 3 dimensi, yaitu *strategic*, *differentiated*, dan *technologically savvy*. *Strategic* berkaitan dengan aktivitas yang teratur dan memiliki rencana yang mengarah pada arah yang ditentukan atau sasaran tertentu, *differentiated* berkaitan dengan individu mampu memasarkan diri dengan unik serta *technologically savvy* yang berkaitan dengan teknologi sebagai sarana dalam memasarkan diri (Gorbatov dkk., 2018)



Selanjutnya, *personal branding* dapat mengupayakan keterampilan, sikap, kepribadian, relasi, serta pengetahuan di dunia kerja yang merupakan faktor individual dari *perceived future employability* (Rothwell & Arnold, 2007). Seseorang yang melakukan *personal branding* dapat membuka peluangnya untuk mencari sebanyak-banyaknya relasi terkhususnya yang berhubungan dengan bidangnya (Kawano & Obu, 2013). Hal ini berkaitan dengan dimensi dari *perceived future employability*, yaitu *perceived future network* yang mengacu pada pandangan tentang relasi yang dimiliki individu akan membantunya sukses di dunia kerja (Gunawan dkk., 2019). Selanjutnya, seseorang yang melakukan *personal branding* dapat menciptakan citra profesional yang nantinya dapat meningkatkan persepsi kelayakan kerjanya (Anggarini, 2021). Dengan melakukan *personal branding*, para pemberi kerja dapat dengan mudah menemukan seseorang yang cocok dengan kualifikasi, seperti keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan sehingga dapat menjadi salah satu kandidat yang dipilih, hal ini berhubungan dengan pengertian dari *perceived future employability* bahwa dapat membantu memperoleh pekerjaan sesuai kualifikasi (Fitrah & Widhiastuti, 2022).

Penelitian terdahulu belum ditemukan peneliti yang melihat hubungan langsung antara *personal branding* dengan *perceived future employability*, tetapi terdapat penelitian yang melihat hubungan antara *personal branding* dengan *perceived employability* yang merupakan teori yang dikembangkan oleh *perceived future employability*, yaitu memiliki hubungan yang positif. Hal tersebut terlihat dari penelitian Gorbatov dkk., (2019) pada studi satunya yang memperoleh hasil bahwa terdapat hubungan positif antara *personal branding* dan *perceived employability* pada mahasiswa yang sedang menjalankan studi S2. Selanjutnya penelitian dari My dkk. (2023) yang menemukan bahwasannya terdapat hubungan positif antara *personal branding* dan *perceived employability* pada pemuda Vietnam yang berusia 18-24 tahun.

Personal branding penting untuk dilakukan terutama di zaman sekarang karena dengan adanya *personal branding* seseorang dapat lebih memiliki nilai yang unggul dibandingkan orang lain dalam pencarian kerja (Pagis & Ailon, 2017). Hal ini dapat menjadi faktor penting dalam kesuksesan karir seseorang karena mereka bisa lebih dilirik oleh para pencari kerja (Rangrajan dkk., 2017). Selain itu, *personal branding* dapat menaikkan kredibilitas atau kepercayaan seseorang terhadap dirinya, membantu membangun koneksi sehingga memudahkan dalam berurusan di dunia karir, meningkatkan nilai diri, memperlihatkan kelebihan diri dari pesaing lain, dan meningkatkan daya jual diri (Arafah dkk., 2022).

Berdasarkan data, fenomena serta penelitian terdahulu yang telah dijelaskan, peneliti memiliki asumsi bahwa kedua variabel tersebut saling berhubungan sehingga peneliti ingin melakukan penelitian terkait hubungan *personal branding*

dengan *perceived future employability* pada mahasiswa tingkat akhir. Hal ini dikarenakan belum adanya penelitian yang membahas tentang hubungan kedua variabel tersebut. Penelitian terdahulu yang ditemui meneliti hubungan variabel *personal branding* dengan *perceived employability*, sementara dengan *perceived future employability* belum ditemukan. Peneliti menggunakan *perceived future employability* karena ingin melihat bagaimana *employability* seseorang di masa depan setelah menyelesaikan studi atau pelatihan yang dalam hal ini adalah mahasiswa tingkat akhir. *Perceived future employability* sendiri merupakan pengembangan dari teori para ahli mengenai *perceived employability* berdasarkan kritik dan saran yang mana teori dan skala sebelumnya tidak dapat digunakan oleh mahasiswa yang akan terjun ke dunia kerja serta sebelumnya tidak dapat melihat perbandingan *perceived future employability* dengan kemampuan yang ditampilkan saat ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengkaji lebih lanjut mengenai “ Hubungan *Personal Branding* dengan *Perceived Future Employability* pada Mahasiswa Tingkat Akhir yang Mengikuti Organisasi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu “Apakah terdapat Hubungan *Personal Branding* dengan *Perceived Future Employability* pada Mahasiswa Tingkat Akhir yang Mengikuti Organisasi?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui Hubungan *Personal Branding* dengan *Perceived Future Employability* pada Mahasiswa Tingkat Akhir yang Mengikuti Organisasi.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangan pengetahuan terutama di bidang perilaku organisasi mengenai *Personal Branding* dan *Perceived Future Employability* yang masih belum banyak penelitiannya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan untuk

1. Mahasiswa Tingkat akhir

Untuk mahasiswa tingkat akhir agar dapat menyadari pentingnya *perceived future employability* dan mulai meningkatkannya.

2. Organisasi

Untuk membantu organisasi melihat pentingnya *personal branding* dan *perceived future employability* bagi para anggota organisasi untuk meningkatkan kualitas dirinya yang dapat dijadikan program kerja.

3. Pihak Kampus

Untuk dapat membantu pihak kampus dalam peningkatan fasilitas mahasiswa terkait peningkatan *employability* yang penting untuk dunia kerja.