

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan lanskap ketenagakerjaan global di era revolusi industri 4.0 telah menimbulkan tantangan baru bagi lulusan perguruan tinggi. Perkembangan teknologi digital, globalisasi, serta munculnya berbagai model bisnis baru membuat dunia kerja semakin kompetitif. Laporan *World Economic Forum* (2023) menegaskan bahwa keterampilan yang dibutuhkan industri tidak hanya berupa kompetensi teknis, tetapi juga keterampilan non-akademik seperti komunikasi, kerja sama tim, pemecahan masalah, dan literasi digital. Kondisi ini menegaskan bahwa lulusan perguruan tinggi dituntut untuk memiliki kompetensi yang lebih holistik agar mampu bersaing di pasar kerja global.

Fenomena pergeseran tuntutan dunia kerja dari *hard skills* ke kombinasi *hard* dan *soft skills* juga terlihat di tingkat nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), tingkat pengangguran terbuka (TPT) Indonesia pada Februari 2025 masih cukup tinggi, yakni 4,76%. Lulusan diploma IV hingga sarjana mencatat angka yang lebih tinggi, yaitu sekitar 6,23% (BPS, 2025). Hal ini menunjukkan adanya *skills gap* antara kompetensi lulusan perguruan tinggi dengan kebutuhan industri. Banyak lulusan yang secara akademis memenuhi syarat, tetapi belum sepenuhnya memiliki keterampilan sosial, emosional, maupun strategi personal yang dibutuhkan untuk memasuki dunia kerja.

Kondisi yang terjadi di tingkat nasional juga tampak pada Universitas Nahdlatul Ulama (UNU) Purwokerto. Berdasarkan hasil *tracer study* Fakultas Sosial, Ekonomi, dan Humaniora, masih terdapat persentase signifikan lulusan yang belum terserap secara optimal di dunia kerja. Sebagian lulusan belum memperoleh pekerjaan sesuai bidang keahliannya atau membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mendapatkan pekerjaan pertama setelah kelulusan. Temuan ini mengindikasikan bahwa lulusan UNU Purwokerto

masih menghadapi tantangan dalam menyesuaikan kompetensi yang dimiliki dengan kebutuhan industri, terutama pada aspek keterampilan nonteknis seperti kemampuan komunikasi, kerja sama, dan pengelolaan diri.

Tabel 1 Hasil Tracer Study Alumni Tahun 2022

No.	Kondisi Saat Ini	Persentase
1.	Bekerja	63,64%
2.	Belum Memungkinkan Untuk Bekerja	2,27%
3.	Wiraswasta	6,82%
4.	Melanjutkan <i>Studi</i>	6,82%
5.	Sedang Mencari Kerja	20,45%

Berdasarkan laporan *tracer study* Fakultas Sosial, Ekonomi, dan Humaniora (2022), sebagian besar lulusan Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto menunjukkan kemampuan beradaptasi yang cukup baik dalam dunia kerja. Dari total 78 alumni yang dilacak, 63,64% telah bekerja, sementara 20,45% sedang mencari pekerjaan dan 6,82% berwirausaha. Sebagian besar lulusan memperoleh pekerjaan dalam waktu kurang dari enam bulan setelah kelulusan. Meskipun demikian, sebagian alumni masih mengalami kendala dalam memperoleh pekerjaan sesuai bidangnya, menunjukkan adanya perbedaan antara kemampuan yang dimiliki dengan tuntutan industri. Kondisi ini menunjukkan pentingnya peningkatan aspek psikologis dan *interpersonal* mahasiswa agar lebih siap bersaing di dunia kerja (Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, 2022).

Tabel 2 Hasil Tracer Study Tahun 2024

No.	Kondisi Saat Ini	Jumlah	Persentase
1.	Bekerja	94	46,30%
2.	Belum Memungkinkan untuk Bekerja	15	7,38%
3.	Wiraswasta	11	5,4%
4.	Melanjutkan <i>Studi</i>	4	1,97%
5.	Sedang Mencari Kerja	79	38,91%

Laporan *tracer study* tahun 2024 mencatat adanya penurunan jumlah lulusan yang sudah bekerja. Dari 343 alumni, hanya 46,30% yang telah bekerja, sedangkan 38,91% masih mencari pekerjaan, 5,4% berwirausaha, dan 1,97% melanjutkan *studi*. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar lulusan mampu memperoleh pekerjaan dalam waktu kurang dari enam bulan, masih terdapat tantangan besar dalam hal kesiapan kerja, terutama kemampuan menyesuaikan diri dengan kebutuhan industri dan keterampilan non-akademik seperti komunikasi dan pengelolaan diri (Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, 2024).

Tabel 3 Hasil Tracer Study Alumni Tahun 2025

No.	Kondisi Saat Ini	Jumlah	Persentase
1.	Bekerja	66	62,26%
2.	Belum Memungkinkan untuk Bekerja	26	24,52%
3.	Wiraswasta	8	7,54%
4.	Melanjutkan <i>Studi</i>	6	5,6%
5.	Sedang Mencari Kerja	26	24,52%

Hasil *tracer study* tahun 2025 memperlihatkan adanya peningkatan kembali pada jumlah lulusan yang telah bekerja, yaitu mencapai 62,26% dari total 203 alumni, dengan 24,52% masih mencari pekerjaan dan 7,54% berwirausaha. Meskipun terjadi peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya, sebagian besar lulusan tetap menghadapi kendala dalam kesiapan kerja, khususnya pada aspek kepercayaan diri, kemampuan sosial, serta kesesuaian antara bidang studi dan pekerjaan. Data ini menunjukkan pentingnya peningkatan *soft skills* dan kepribadian profesional mahasiswa agar lebih siap bersaing di pasar kerja modern (Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, 2025).

Jika dilihat secara keseluruhan, terjadi fluktuasi tingkat penyerapan kerja lulusan Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto selama tiga tahun terakhir. Persentase lulusan yang bekerja menurun dari 63,64% pada 2022 menjadi 46,30% pada 2024, lalu meningkat kembali menjadi 62,26% pada

2025. Tren ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat pemulihan pada tahun terakhir, tantangan kesiapan kerja mahasiswa masih signifikan. Jumlah lulusan yang masih mencari pekerjaan meningkat dari 20,45% (2022) menjadi 38,91% (2024) sebelum menurun sedikit pada 2025 (24,52%).

Pola tersebut sejalan dengan temuan Nora Febriyana, Henny Indrawati, dan Makhdalena melalui studi berjudul “*The Influence of Emotional Intelligence, Industrial Work Practices, Soft Skills, and Self-Efficacy on Students’ Work Readiness*”, yang menegaskan bahwa kesiapan kerja mahasiswa dipengaruhi oleh faktor psikologis maupun pengalaman praktik industri. Temuan ini mengindikasikan bahwa variasi tingkat penyerapan kerja tidak lepas dari perbedaan kemampuan internal lulusan dalam menyesuaikan diri dengan tuntutan dunia kerja.

Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Vadia Aqilah, Febyolla Presilawati, dan Yusril Yusuf (2024) dalam studi “Pengaruh *Personal Branding, Soft Skill, dan Locus of Control* terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Politeknik Aceh” menunjukkan bahwa *personal branding* tidak berpengaruh signifikan terhadap kesiapan kerja. Perbedaan temuan ini mengindikasikan bahwa peran *personal branding* masih memerlukan kajian lebih lanjut pada konteks yang berbeda, termasuk mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto.

Meskipun hasil *tracer study* Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto menunjukkan peningkatan tingkat penyerapan kerja pada tahun terakhir, hal tersebut belum sepenuhnya mencerminkan kesiapan kerja lulusan secara menyeluruh. Menurut Fugate, Kinicki, dan Ashforth (2004), kesiapan kerja tidak hanya diukur dari status pekerjaan, tetapi juga dari kemampuan adaptasi, efikasi diri, kecerdasan emosional, serta kemampuan membangun citra profesional yang berkelanjutan di lingkungan kerja. Artinya, meskipun sebagian lulusan telah bekerja, masih diperlukan analisis lebih mendalam mengenai sejauh mana faktor-faktor psikologis dan personal memengaruhi kesiapan mereka dalam menghadapi dinamika dunia kerja.

Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih mendalam untuk memahami bagaimana faktor-faktor personal berkontribusi terhadap kesiapan kerja mahasiswa. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa *self-efficacy* berperan penting dalam membentuk keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam menghadapi tugas-tugas di dunia kerja. Bandura (1997) menegaskan bahwa *self-efficacy* menentukan seberapa besar usaha, ketahanan, dan ketangguhan seseorang ketika menghadapi tantangan. Keyakinan diri ini menjadi modal utama bagi mahasiswa, khususnya pendidikan vokasi, dalam menghadapi dan memasuki dunia usaha dan industri (Wiharja, Rahayu, & Rahmiyati, 2020). *Self-Efficacy* yang tinggi sangat memengaruhi tingkat kepercayaan diri mahasiswa terhadap kapabilitas profesional mereka (Febriyana, Indrawati, & Makhdalena, 2023). Hal ini krusial karena keyakinan tersebut adalah faktor prediktor kuat bagi Kesiapan Kerja (*Work Readiness*). Hasil studi menunjukkan bahwa *Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja mahasiswa, baik secara individu maupun kolektif dengan variabel lain (Taufan, Jayanti, Susita, & Frannita, 2025).

Emotional Intelligence memegang peran sentral dalam menentukan kesiapan lulusan untuk beradaptasi dan berinteraksi secara efektif di lingkungan kerja. Konsep ini merujuk pada kemampuan seseorang untuk mengenali, mengevaluasi, mengelola, dan meregulasi emosi, baik pada diri sendiri maupun orang lain. *Emotional Intelligence* yang terkelola dengan baik memungkinkan mahasiswa untuk mengatasi kesulitan, memitigasi konflik interpersonal, serta membangun hubungan kerja sama yang harmonis di tempat kerja (Febriyana, Indrawati, & Makhdalena, 2023). Dengan adanya tuntutan kolaborasi dan adaptabilitas yang tinggi di industri, penelitian menunjukkan bahwa *Emotional Intelligence* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *Job Readiness* (kesiapan kerja), menjadikannya salah satu faktor penting dalam keberhasilan profesional (Endeli, Efendi, & Hidayat, 2025).

Personal Branding adalah proses strategis untuk membangun dan mengkomunikasikan citra profesional atau identitas yang unik kepada pasar atau pihak berkepentingan, dengan tujuan memosisikan individu sebagai pemilik nilai dan keahlian spesifik yang dicari. Dalam konteks kesiapan kerja, *Personal Branding* mahasiswa berperan strategis sebagai alat pemasaran diri untuk menyajikan kompetensi kerja dan karakteristik personal yang relevan kepada pihak rekruter (Aqilah, Presilawati, & Yusuf, 2024). Meskipun salah satu studi menunjukkan bahwa pengaruhnya secara parsial terhadap Kesiapan Kerja belum tentu signifikan, pengembangan *Personal Branding* tetap sangat diperlukan sebagai sarana untuk meningkatkan daya saing dan diferensiasi lulusan di pasar tenaga kerja yang semakin kompetitif.

Kesiapan Kerja (*Work Readiness*) adalah konsep yang relatif baru dalam literatur yang berfungsi sebagai kriteria penting untuk memprediksi potensi lulusan. Konsep ini didefinisikan sebagai tingkat di mana lulusan dipersepsikan memiliki sikap dan atribut yang menjadikan mereka siap untuk mencapai kesuksesan dalam lingkungan kerja, dan berfungsi sebagai indikasi potensi individu dalam hal kinerja pekerjaan, kesuksesan, serta kemajuan karier (Caballero, Walker, & Fuller-Tyszkiewicz, 2010). Secara struktural, Kesiapan Kerja dipandang sebagai konstruk multidimensi yang didukung oleh empat faktor utama, yaitu: karakteristik personal (*Personal Characteristics*), kecerdasan organisasi (*Organisational Acumen*), kompetensi kerja (*Work Competence*), dan kecerdasan sosial (*Social Intelligence*) (Caballero, Walker, & Fuller-Tyszkiewicz, 2010).

Self-efficacy didefinisikan sebagai keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengatur dan mengeksekusi tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu (Bandura, 1997). Menurut Schunk dan Pajares (2002), *self-efficacy* berperan penting dalam menentukan motivasi dan performa akademik karena individu yang yakin terhadap kompetensinya akan lebih gigih dalam menghadapi tantangan. Dalam konteks mahasiswa, tingkat *self-efficacy* yang tinggi berkontribusi pada kesiapan kerja karena memupuk rasa percaya diri dalam menghadapi seleksi kerja dan adaptasi terhadap dunia profesional.

Mayer dan Salovey (1997) mendefinisikan *emotional intelligence* (EI) sebagai kemampuan untuk mengenali, memahami, mengatur, dan menggunakan emosi baik pada diri sendiri maupun orang lain. Goleman (1998) memperluas konsep ini dengan menekankan bahwa EI mencakup lima dimensi utama: kesadaran diri, pengaturan diri, motivasi, empati, dan keterampilan sosial, yang sangat dibutuhkan dalam dunia kerja. Dalam konteks kesiapan kerja, mahasiswa dengan EI tinggi lebih mampu menghadapi stres, bekerja dalam tim, serta beradaptasi di lingkungan profesional yang dinamis.

Personal branding merupakan strategi individu untuk membentuk dan mengkomunikasikan citra diri yang unik, kredibel, dan bernilai bagi publik profesionalnya. Menurut Montoya (2002), *personal branding* adalah seni memasarkan diri dengan cara yang autentik agar dikenal dan dihargai oleh orang lain. Labrecque, Markos, dan Milne (2011) menambahkan bahwa *personal branding* semakin penting di era digital karena membantu individu mengelola reputasi daring serta meningkatkan daya saing di pasar kerja. Dengan demikian, mahasiswa yang memiliki *personal branding* kuat lebih mudah membangun kepercayaan dan menarik peluang karir.

Kesiapan kerja menggambarkan sejauh mana seseorang memiliki keterampilan, sikap, dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memasuki serta beradaptasi di dunia kerja. Caballero dan Walker (2010) mendefinisikan kesiapan kerja sebagai kombinasi atribut pribadi dan profesional yang

menentukan kemampuan seseorang untuk memenuhi ekspektasi pemberi kerja. Sementara itu, Pool and Sewell (2007) menambahkan bahwa kesiapan kerja (*employability*) dibentuk oleh interaksi antara kepercayaan diri, pengalaman, dan keterampilan interpersonal. Dalam konteks mahasiswa UNU Purwokerto, kesiapan kerja menjadi indikator penting dari keberhasilan pendidikan tinggi dalam menyiapkan lulusan yang siap beradaptasi dan berkontribusi di dunia kerja.

Social Cognitive Theory (SCT) secara luas digunakan untuk menjelaskan bagaimana faktor personal, lingkungan, dan perilaku saling mempengaruhi dalam membentuk kesiapan individu menghadapi situasi tertentu. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa *Social Cognitive Theory* (SCT) efektif dalam memprediksi kesiapan kerja melalui peran keyakinan diri, regulasi emosi, serta pembentukan citra diri profesional (Bandura, 1986). Dalam teori ini, *self-efficacy* dijelaskan sebagai keyakinan individu atas kemampuannya menyelesaikan tugas, yang terbukti berkontribusi pada kesiapan kerja mahasiswa (Nora Febriyana et al., 2023). Selain itu, kemampuan mengelola emosi juga menjadi bagian penting dalam mekanisme regulasi diri yang memengaruhi adaptasi dan respon individu terhadap tuntutan dunia kerja (Nora Febriyana et al., 2023). *Social Cognitive Theory* (SCT) juga memandang *personal branding* sebagai proses penguatan identitas diri yang terbentuk melalui observasi sosial dan pengalaman belajar, di mana *personal branding* yang baik terbukti mendukung kesiapan kerja mahasiswa (Aqilah et al., 2024). Berdasarkan hal ini, *Social Cognitive Theory* (SCT) memungkinkan peneliti memahami bagaimana keyakinan diri, kecerdasan emosional, dan citra profesional berinteraksi dalam membentuk perilaku kesiapan kerja mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto.

Berdasarkan uraian grand teori yang telah dijelaskan sebelumnya, perlu adanya dukungan empiris melalui hasil penelitian terdahulu. Menurut Creswell dan Creswell (2018), penelitian terdahulu berfungsi untuk memperkuat dasar teoritis dan menunjukkan bagaimana suatu variabel telah dikaji dalam konteks berbeda. Dalam hal ini, sejumlah penelitian baik

nasional maupun internasional pada lima tahun terakhir memberikan gambaran tentang hubungan antar variabel yang relevan dengan penelitian ini. Oleh karena itu, kajian berikut memaparkan hasil-hasil penelitian terdahulu yang mendukung keterkaitan antara *self-efficacy*, *emotional intelligence*, *personal branding*, dan kesiapan kerja mahasiswa.

Meskipun banyak penelitian telah dilakukan, sebagian besar masih menekankan pada satu atau dua faktor secara terpisah. Belum banyak kajian yang secara simultan menganalisis peran *self-efficacy*, *emotional intelligence*, dan *personal branding* terhadap kesiapan kerja mahasiswa, terutama pada konteks UNU Purwokerto. Dengan demikian, penelitian ini memiliki urgensi untuk mengisi gap tersebut. Diharapkan hasilnya dapat memberikan kontribusi teoritis berupa pengayaan literatur mengenai faktor-faktor non akademik yang mempengaruhi kesiapan kerja, serta kontribusi praktis bagi Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto dalam meningkatkan daya saing lulusan di pasar kerja.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah *self-efficacy* berpengaruh terhadap kesiapan kerja mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto?
- b. Apakah *emotional intelligence* berpengaruh terhadap kesiapan kerja mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto?
- c. Apakah *personal branding* berpengaruh terhadap kesiapan kerja mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto?

1.3 Cakupan dan Batasan Masalah

Cakupan

Penelitian ini mencakup analisis pengaruh *Self-Efficacy*, *Emotional Intelligence*, dan *Personal Branding* terhadap Kesiapan Kerja mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto. Fokus penelitian berada pada

aspek psikologis dan personal yang berkontribusi pada kesiapan mahasiswa dalam memasuki dunia kerja.

Batasan Masalah

- 1) Penelitian hanya dilakukan pada mahasiswa aktif Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto.
- 2) Variabel yang diteliti dibatasi pada *Self-Efficacy*, *Emotional Intelligence*, *Personal Branding*, dan Kesiapan Kerja.
- 3) Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert berdasarkan teori masing-masing variabel.
- 4) Penelitian tidak membahas faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, dukungan keluarga, lingkungan sosial, maupun kompetensi teknis yang tidak termasuk dalam variabel penelitian.
- 5) Pengumpulan data hanya dilakukan dalam rentang waktu penelitian yang telah ditentukan dan tidak memotret dinamika jangka panjang.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *self-efficacy* terhadap kesiapan kerja mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto
2. Untuk menganalisis pengaruh *emotional intelligence* terhadap kesiapan kerja mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto
3. Untuk menganalisis pengaruh *personal branding* terhadap kesiapan kerja mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen sumber daya manusia, khususnya terkait faktor-faktor psikologis dan sosial yang mempengaruhi kesiapan kerja.

- b. Menjadi referensi penelitian selanjutnya yang mengkaji hubungan antar *self-efficacy*, *emotional intelligence*, *personal branding*, dan *employability* mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Mahasiswa: Memberikan gambaran faktor-faktor yang perlu dikembangkan untuk meningkatkan kesiapan kerja, sehingga siap menghadapi dunia kerja
- b. Bagi perguruan tinggi: menjadi bahan evaluasi dan dasar dalam merancang kurikulum atau program pengembangan *soft skill* mahasiswa.
- c. Bagi dunia industri: memberikan informasi tentang faktor-faktor yang relevan dalam menilai kesiapan kerja calon karyawan dari kalangan *fresh graduate*.

