

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Social Cognitive Theory* (SCT)

Social Cognitive Theory (SCT) merupakan teori yang dikembangkan oleh Bandura untuk menjelaskan bagaimana individu memperoleh dan mengarahkan perilaku melalui interaksi timbal balik antara faktor personal, lingkungan, dan tindakan. Dalam teori ini, manusia dipandang sebagai agen aktif yang mampu merefleksikan pengalaman, mengambil keputusan, serta mengatur perilakunya melalui proses kognitif dan sosial (Bandura, 1986). Mekanisme seperti observasi, *modeling*, dan *self-regulation* menjadi inti dari teori ini, di mana individu belajar tidak hanya melalui pengalaman langsung, tetapi juga melalui pengamatan terhadap perilaku orang lain beserta konsekuensinya. Dengan demikian, *Social Cognitive Theory* memberikan dasar pemahaman mengenai bagaimana kemampuan, sikap, dan pola perilaku terbentuk serta berperan dalam menentukan keberhasilan individu dalam berbagai konteks, termasuk dunia kerja.

Salah satu konstruk utama dalam SCT adalah *self-efficacy*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu (Bandura, 1986). Penelitian Wiharja, Rahayu, dan Rahmiyati (2020) membuktikan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja mahasiswa vokasi. Hasil serupa juga ditemukan oleh Taufan, Jayanti, Susita, dan Frannita (2025) yang menyatakan bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap kesiapan kerja mahasiswa pendidikan vokasi.

Selain *self-efficacy*, faktor personal lain dalam SCT adalah *emotional intelligence*. *Emotional intelligence* mencakup kemampuan mengenali emosi diri, mengelola emosi, memotivasi diri, serta

membangun hubungan sosial. Penelitian Febriyana, Indrawati, dan Makhdalena (2023) menunjukkan bahwa *emotional intelligence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja siswa, baik secara parsial maupun simultan dengan *self-efficacy*. Temuan ini diperkuat oleh Endeli, Efendi, dan Hidayat (2025) yang juga menyatakan bahwa *emotional intelligence* memiliki hubungan positif terhadap kesiapan kerja siswa SMK.

Dalam perspektif SCT, faktor perilaku tercermin dalam bentuk *personal branding*, yaitu bagaimana individu menampilkan citra diri, kompetensi, dan nilai profesionalnya di lingkungan sosial. Penelitian Aqilah, Presilawati, dan Yusuf (2024) membuktikan bahwa *personal branding* secara simultan bersama *soft skill* dan *locus of control* berpengaruh terhadap kesiapan kerja mahasiswa politeknik. Hasil ini menunjukkan bahwa *personal branding* memiliki peran dalam membentuk kesiapan kerja mahasiswa.

Berdasarkan Social Cognitive Theory (SCT) dan didukung oleh penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa *self-efficacy*, *emotional intelligence*, dan *personal branding* merupakan faktor personal dan perilaku yang berperan dalam membentuk kesiapan kerja mahasiswa. Oleh karena itu, SCT relevan digunakan sebagai landasan teori untuk menjelaskan pengaruh *self-efficacy*, *emotional intelligence*, dan *personal branding* terhadap kesiapan kerja mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto.

2.1.2 Kesiapan Kerja

a) Definisi Kesiapan Kerja

Kesiapan kerja (*work readiness*) merupakan suatu kondisi psikologis dan kompetensi yang dimiliki individu untuk mampu memasuki, menyesuaikan diri, serta berkontribusi secara efektif dalam dunia kerja. Menurut Caballero dan Walker (2010), kesiapan kerja menggambarkan sejauh mana lulusan perguruan tinggi memiliki atribut yang diperlukan untuk sukses di lingkungan profesional, seperti kemampuan komunikasi, kerja sama tim, tanggung jawab, dan sikap profesional. Artinya, kesiapan kerja tidak hanya berkaitan dengan aspek akademik, tetapi juga dengan sikap dan perilaku kerja yang mencerminkan kematangan individu dalam menghadapi tuntutan dunia industri.

Sementara itu, Pool dan Sewell (2007) menegaskan bahwa kesiapan kerja adalah kombinasi dari pengetahuan, keterampilan, dan atribut personal yang memungkinkan seseorang dapat bekerja secara efektif dalam berbagai situasi kerja. Model mereka menempatkan *self-efficacy*, keterampilan reflektif, dan orientasi terhadap karier sebagai elemen penting dari kesiapan kerja. Oleh karena itu, kesiapan kerja tidak muncul secara instan, tetapi terbentuk melalui proses pembelajaran, pengalaman, dan pengembangan diri selama masa studi.

Lebih lanjut, Fugate, Kinicki, dan Ashforth (2004) mengaitkan kesiapan kerja dengan konsep *employability*, yakni kemampuan individu untuk memperoleh, mempertahankan, dan menyesuaikan diri terhadap pekerjaan melalui penguasaan kompetensi dan fleksibilitas terhadap perubahan pasar tenaga kerja. Dalam konteks ini, kesiapan kerja tidak hanya diartikan sebagai kesiapan untuk bekerja pertama kali, melainkan juga kemampuan untuk terus berkembang dan beradaptasi terhadap dinamika karier.

Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kesiapan kerja adalah kondisi individu yang mencakup kemampuan kognitif, afektif, dan psikomotor, serta sikap profesional yang memungkinkan seseorang untuk beradaptasi, berprestasi, dan berkontribusi secara optimal di dunia kerja. Kesiapan ini mencerminkan hasil dari proses pembelajaran, pengalaman, dan pengembangan diri yang berkesinambungan selama masa pendidikan.

b) Manfaat Kesiapan Kerja

Kesiapan kerja memiliki peranan penting baik bagi individu, institusi pendidikan, maupun dunia industri. Bagi individu, kesiapan kerja membantu mereka memahami potensi diri dan kemampuan yang dibutuhkan untuk menghadapi tuntutan dunia kerja. Menurut Finch, Hamilton, Baldwin, dan Zehner (2013), kesiapan kerja yang baik akan meningkatkan kepercayaan diri, kemampuan beradaptasi, serta peluang seseorang untuk memperoleh pekerjaan yang sesuai dengan kompetensinya. Mahasiswa yang memiliki kesiapan kerja tinggi cenderung lebih proaktif dalam mencari peluang kerja dan mampu beradaptasi dengan lingkungan kerja baru.

Dari sudut pandang lembaga pendidikan, kesiapan kerja menjadi indikator keberhasilan perguruan tinggi dalam menghasilkan lulusan yang kompeten dan relevan dengan kebutuhan pasar tenaga kerja. Menurut Bridgstock (2009), universitas berperan penting dalam menanamkan keterampilan kerja dan mengembangkan *employability skills* agar lulusan tidak hanya siap bekerja, tetapi juga mampu mengembangkan karier secara berkelanjutan. Oleh karena itu, kesiapan kerja mahasiswa juga mencerminkan kualitas kurikulum, pembelajaran, dan kegiatan pengembangan diri yang difasilitasi oleh kampus.

Sementara itu, bagi dunia industri, kesiapan kerja memberikan keuntungan berupa efisiensi dalam proses rekrutmen dan pelatihan karyawan baru. Lulusan yang sudah memiliki kesiapan kerja tinggi akan membutuhkan waktu adaptasi yang lebih singkat serta mampu bekerja secara produktif sejak awal. Sejalan dengan itu, menurut Suarta, Suwintana, Sudhana, dan Hariyanti (2017), kesiapan kerja yang baik akan mengurangi kesenjangan antara kemampuan lulusan dengan kebutuhan dunia kerja (*skill gap*), sehingga meningkatkan daya saing tenaga kerja nasional.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kesiapan kerja memberikan manfaat yang signifikan, antara lain meningkatkan kepercayaan diri dan peluang karier individu, memperkuat reputasi dan efektivitas lembaga pendidikan, serta membantu industri memperoleh sumber daya manusia yang siap pakai dan kompeten. Kesiapan kerja yang optimal menciptakan sinergi antara dunia pendidikan dan dunia kerja dalam mencetak tenaga profesional yang unggul dan adaptif terhadap perubahan global.

c) Faktor yang Mempengaruhi

Kesiapan kerja mahasiswa tidak muncul secara tiba-tiba, tetapi terbentuk melalui proses panjang yang dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor tersebut berkaitan dengan karakteristik individu, pengalaman, kemampuan, serta dukungan lingkungan belajar yang membentuk kesiapan seseorang untuk memasuki dunia kerja.

Menurut Pool dan Sewell (2007), kesiapan kerja merupakan hasil dari kombinasi berbagai aspek seperti *self-efficacy*, keterampilan komunikasi, refleksi diri, dan orientasi karier. Mahasiswa dengan tingkat kepercayaan diri tinggi terhadap kemampuannya (*self-efficacy*) cenderung lebih siap menghadapi tantangan di dunia kerja, karena mereka memiliki dorongan kuat untuk belajar, berkembang,

dan mengatasi hambatan. Kepercayaan diri ini menjadi modal penting dalam menghadapi dinamika lingkungan kerja yang kompetitif.

Fugate, Kinicki, dan Ashforth (2004) menambahkan bahwa kesiapan kerja juga dipengaruhi oleh tingkat *employability*, yakni kemampuan individu untuk memperoleh dan mempertahankan pekerjaan melalui kompetensi yang relevan, sikap positif, dan fleksibilitas terhadap perubahan. Kesiapan kerja tidak hanya bergantung pada keterampilan teknis (*hard skills*), tetapi juga pada kemampuan nonteknis (*soft skills*) seperti kemampuan berkomunikasi, berpikir kritis, berkolaborasi, dan memiliki etos kerja yang baik.

Bridgstock (2009) menyatakan bahwa penguasaan *career management skills* atau keterampilan pengelolaan karier merupakan faktor penting lain dalam pembentukan kesiapan kerja. Mahasiswa yang mampu merencanakan, mengembangkan, serta menavigasi arah kariernya dengan baik akan lebih terarah dalam mempersiapkan diri memasuki dunia kerja. Orientasi karier yang jelas membantu individu menentukan langkah-langkah pengembangan diri secara sistematis selama masa kuliah.

Selain itu, pengalaman praktis juga menjadi komponen penting dalam membangun kesiapan kerja. Jackson (2015) menjelaskan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan magang, kerja lapangan, maupun organisasi kemahasiswaan dapat memperkuat kesiapan kerja melalui penerapan teori ke dalam praktik. Pengalaman tersebut membantu mahasiswa memahami budaya kerja, meningkatkan kemampuan interpersonal, dan mengasah tanggung jawab profesional.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah lingkungan pendidikan. Menurut Suarta, Suwintana, Sudhana, dan Hariyanti (2017), perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam membentuk kesiapan kerja lulusan melalui kurikulum berbasis kompetensi,

pelatihan *soft skills*, serta kemitraan dengan dunia industri. Dukungan institusional yang kuat dapat meningkatkan relevansi antara kemampuan mahasiswa dengan kebutuhan pasar kerja, sehingga lulusan lebih mudah beradaptasi di lingkungan profesional.

Selain faktor-faktor tersebut, *personal branding* juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kesiapan kerja, terutama di era digital yang kompetitif. Montoya dan Vandehey (2002) mendefinisikan *personal branding* sebagai proses membangun citra diri berdasarkan nilai, keunikan, dan keahlian agar dikenal secara positif oleh orang lain. Mahasiswa yang memiliki *personal branding* yang kuat cenderung lebih percaya diri dalam mempresentasikan diri dan kemampuannya kepada calon pemberi kerja. Peters (1997) juga menegaskan bahwa *personal branding* membantu individu menonjolkan keunggulan kompetitif di pasar kerja, sehingga mereka lebih siap dan menarik bagi perusahaan.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa kesiapan kerja dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi *self-efficacy*, kecerdasan emosional, motivasi, pengalaman, serta *personal branding*. Sementara itu, faktor eksternal meliputi dukungan lingkungan pendidikan, kurikulum, dan hubungan antara perguruan tinggi dengan dunia industri. Sinergi antara kedua faktor tersebut akan membentuk mahasiswa yang kompeten, adaptif, dan siap menghadapi dunia kerja secara profesional.

d) Perkembangan dan Dimensi

Perkembangan

Konsep kesiapan kerja (*work readiness*) telah mengalami perkembangan seiring dengan perubahan tuntutan dunia kerja dan sistem pendidikan tinggi. Pada awalnya, kesiapan kerja hanya dipahami sebagai kemampuan seseorang untuk melaksanakan tugas sesuai dengan bidang keahliannya. Namun, seiring berkembangnya

dunia industri dan globalisasi, makna kesiapan kerja menjadi lebih luas, mencakup sikap profesional, kemampuan sosial, serta kesiapan mental untuk beradaptasi terhadap perubahan (Caballero & Walker, 2010).

Menurut Pool dan Sewell (2007), konsep kesiapan kerja berevolusi dari sekadar pemenuhan kompetensi teknis menjadi penguasaan *employability skills*, yaitu keterampilan yang memungkinkan lulusan untuk berkontribusi secara efektif di berbagai situasi kerja. Pergeseran ini terjadi karena dunia kerja modern tidak hanya menuntut kemampuan akademik, tetapi juga karakter pribadi seperti tanggung jawab, kemampuan komunikasi, dan kerja sama tim.

Lebih lanjut, Clarke (2018) menjelaskan bahwa perkembangan kesiapan kerja juga dipengaruhi oleh perubahan teknologi dan digitalisasi. Mahasiswa kini dituntut untuk memiliki literasi digital, kreativitas, dan kemampuan berpikir kritis agar dapat bersaing di pasar kerja global. Oleh karena itu, perguruan tinggi berperan penting dalam memfasilitasi pengembangan kompetensi tersebut melalui pembelajaran berbasis praktik, pelatihan *soft skills*, dan kemitraan dengan dunia industri.

Dimensi Kesiapan Kerja

Kesiapan kerja merupakan konsep *multidimensional* yang mencakup berbagai aspek kemampuan individu. Menurut Pool dan Sewell (2007), dimensi kesiapan kerja dapat dijelaskan melalui model *CareerEDGE*, yang terdiri atas lima komponen utama, yaitu:

- 1) *Career Development Learning*, kemampuan mahasiswa dalam memahami dan merencanakan kariernya.
- 2) *Experience (Work and Life)*, pengalaman belajar dan bekerja yang relevan dengan bidang keahlian.

- 3) *Degree Subject Knowledge, Understanding, and Skills* penguasaan ilmu pengetahuan dan keterampilan akademik sesuai bidang studi.
- 4) *Generic Skills*, keterampilan umum seperti komunikasi, kerja sama tim, pemecahan masalah, dan adaptabilitas.
- 5) *Emotional Intelligence*, kemampuan memahami, mengelola, dan mengekspresikan emosi secara efektif dalam lingkungan profesional.

Selain model tersebut, menurut Yorke (2006), dimensi kesiapan kerja juga meliputi empat aspek utama, yaitu:

- 1) Pengetahuan dan pemahaman (*knowledge and understanding*)
- 2) Keterampilan (*skills*)
- 3) Nilai dan sikap (*values and attitudes*)
- 4) Refleksi diri (*self-awareness and reflection*)

Dari berbagai pandangan tersebut dapat disimpulkan bahwa dimensi kesiapan kerja mencakup aspek kognitif, afektif, dan psikomotor, yang masing-masing berkontribusi terhadap kesiapan individu untuk bekerja secara efektif. Dimensi-dimensi ini saling berkaitan dan membentuk profil lulusan yang kompeten, profesional, serta adaptif terhadap perubahan dunia kerja.

2.1.3 Self-Efficacy

a) Definisi Self - Efficacy

Self-efficacy merupakan konsep psikologis yang diperkenalkan oleh Albert Bandura dalam kerangka *Social Cognitive Theory*. Bandura (1997) mendefinisikan *self-efficacy* sebagai keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk mengorganisasi dan melaksanakan tindakan yang diperlukan guna mencapai hasil tertentu. Dengan kata lain, *self-efficacy*

menggambarkan sejauh mana individu percaya bahwa dirinya mampu mengendalikan situasi dan mengatasi tantangan yang dihadapi.

Menurut Schunk dan Pajares (2002), *self-efficacy* adalah persepsi individu tentang kemampuan dirinya untuk menampilkan suatu perilaku atau tindakan yang dapat membawa hasil yang diinginkan. Keyakinan ini memengaruhi cara seseorang berpikir, merasa, dan bertindak dalam berbagai konteks kehidupan, termasuk dalam dunia pendidikan dan pekerjaan. Semakin tinggi *self-efficacy* seseorang, semakin besar kemungkinan individu tersebut menunjukkan usaha, ketekunan, dan ketahanan dalam menghadapi kesulitan (Luthans, 2011).

Berdasarkan berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *self-efficacy* adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengatur dan melaksanakan tindakan untuk mencapai tujuan tertentu. Konsep ini menjadi landasan penting dalam memahami perilaku manusia, karena memengaruhi motivasi, pengambilan keputusan, serta kesiapan individu dalam menghadapi situasi baru termasuk dunia kerja.

b) Manfaat Self - Efficacy

Self-efficacy memiliki peran penting dalam menentukan bagaimana individu berpikir, berperilaku, serta merespons berbagai situasi dalam kehidupan. Menurut Bandura (1997), tingkat *self-efficacy* yang tinggi mendorong individu untuk lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan, menetapkan tujuan yang lebih ambisius, dan berupaya keras untuk mencapainya. Sebaliknya, individu dengan *self-efficacy* rendah cenderung mudah menyerah, menghindari tugas yang sulit, serta merasa kurang mampu mengendalikan hasil dari tindakannya.

Schunk (2012) menjelaskan bahwa *self-efficacy* memberikan manfaat besar dalam meningkatkan motivasi, ketekunan, serta kinerja individu. Seseorang yang memiliki keyakinan positif terhadap kemampuannya akan lebih mudah mengembangkan strategi yang efektif dalam belajar dan bekerja. Dalam konteks pendidikan tinggi, mahasiswa dengan *self-efficacy* tinggi akan menunjukkan tingkat adaptasi yang lebih baik, memiliki inisiatif dalam menyelesaikan tugas akademik, serta siap menghadapi tantangan dunia kerja.

Selain itu, Luthans (2011) menyatakan bahwa *self-efficacy* berkontribusi terhadap peningkatan produktivitas dan kesejahteraan psikologis individu di lingkungan kerja. Individu yang percaya diri terhadap kemampuannya cenderung lebih cepat mengambil keputusan, berani mencoba hal baru, serta mampu mengatasi stres kerja dengan lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa *self-efficacy* tidak hanya bermanfaat bagi performa pribadi, tetapi juga bagi efektivitas organisasi secara keseluruhan.

Dalam konteks kesiapan kerja, *self-efficacy* menjadi faktor penting yang mendorong mahasiswa untuk menilai kemampuan dirinya dalam menghadapi transisi dari dunia akademik ke dunia profesional. Individu dengan *self-efficacy* tinggi akan lebih siap mengambil tanggung jawab, menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja, serta mengembangkan potensi kariernya secara berkelanjutan (Robbins & Judge, 2019).

Dengan demikian, manfaat *self-efficacy* mencakup aspek kognitif, afektif, dan perilaku, yang secara keseluruhan berkontribusi pada peningkatan kesiapan individu dalam mencapai kesuksesan akademik dan profesional.

Perkembangan dan Dimensi Self - Efficacy

Perkembangan Self-Efficacy

Konsep *self-efficacy* telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan sejak pertama kali diperkenalkan oleh Albert Bandura dalam *Social Cognitive Theory* pada tahun 1977. Awalnya, *self-efficacy* dipahami sebagai keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk melakukan suatu tindakan yang akan menghasilkan hasil tertentu (Bandura, 1997). Seiring waktu, teori ini terus berkembang dan diadaptasi dalam berbagai bidang seperti pendidikan, psikologi kerja, dan pengembangan karier.

Menurut Schunk (2012), perkembangan penelitian mengenai *self-efficacy* menunjukkan bahwa konsep ini tidak hanya berhubungan dengan kepercayaan diri, tetapi juga mencakup kemampuan untuk mengelola emosi, motivasi, dan pengambilan keputusan dalam mencapai tujuan. Dalam konteks akademik dan dunia kerja, *self-efficacy* menjadi indikator penting bagi keberhasilan seseorang dalam menghadapi tantangan, menyelesaikan tugas, serta beradaptasi terhadap lingkungan baru.

Lebih lanjut, Luthans (2011) menjelaskan bahwa *self-efficacy* merupakan bagian dari *psychological capital*, yaitu aset psikologis positif yang mencakup empat dimensi utama: *self-efficacy*, *hope*, *resilience*, dan *optimism* (disingkat HERO). Dalam kerangka ini, *self-efficacy* berperan sebagai dasar keyakinan diri untuk bertindak secara efektif dan mencapai performa tinggi. Pengembangan *self-efficacy* dapat dilakukan melalui pengalaman keberhasilan, pembelajaran sosial, dukungan lingkungan, dan regulasi emosi positif.

Menurut Bandura (1997), *self-efficacy* dapat ditingkatkan melalui empat pendekatan utama:

- 1) Pengalaman langsung (*mastery experiences*): Keberhasilan nyata dalam menyelesaikan tugas akan memperkuat keyakinan diri.
- 2) Pengalaman tidak langsung (*vicarious experiences*): Melihat keberhasilan orang lain dapat meningkatkan motivasi dan kepercayaan diri.
- 3) Persuasi verbal (*verbal persuasion*): Dukungan, pujian, dan motivasi dari orang lain membantu memperkuat keyakinan terhadap kemampuan diri.
- 4) Kondisi fisiologis dan emosional (*physiological states*): Keadaan emosional yang positif seperti ketenangan dan optimisme berpengaruh terhadap tingkat keyakinan diri.

Dimensi Self - Efficacy

Bandura (1997) mengemukakan bahwa *self-efficacy* memiliki tiga dimensi utama, yaitu:

- 1) *Magnitude* (Tingkat Kesulitan Tugas)

Dimensi ini berkaitan dengan tingkat kompleksitas atau kesulitan tugas yang diyakini dapat diselesaikan oleh individu. Semakin tinggi *magnitude*, semakin besar pula tantangan yang mampu dihadapi seseorang.

- 2) *Generality* (Tingkat Generalisasi)

Dimensi ini menjelaskan sejauh mana keyakinan diri seseorang dapat diterapkan dalam berbagai situasi atau bidang. Individu dengan tingkat *generality* tinggi percaya bahwa kemampuannya berlaku tidak hanya pada satu konteks, tetapi juga di situasi lain.

3) *Strength* (Kekuatan Keyakinan Diri)

Dimensi ini mencerminkan seberapa kuat keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk mencapai tujuan tertentu. Individu dengan *strength* tinggi tidak mudah goyah oleh kegagalan dan cenderung lebih konsisten dalam berusaha.

Schunk dan Pajares (2002) menegaskan bahwa ketiga dimensi tersebut saling berkaitan dan memengaruhi perilaku individu dalam menghadapi tantangan. Individu dengan *self-efficacy* yang tinggi akan menetapkan tujuan yang lebih ambisius, berusaha keras untuk mencapainya, serta lebih mampu bertahan ketika menghadapi hambatan.

Dalam konteks kesiapan kerja mahasiswa, pemahaman terhadap dimensi *self-efficacy* penting karena membantu menjelaskan bagaimana keyakinan diri berkontribusi terhadap kemampuan menghadapi dunia kerja. Mahasiswa dengan *self-efficacy* tinggi cenderung memiliki rasa percaya diri, ketahanan psikologis, dan kemampuan adaptasi yang lebih baik ketika bertransisi dari dunia pendidikan ke dunia profesional.

2.1.4 Emotional Intelligence

a) Definisi *Emotional Intelligence*

Istilah *emotional intelligence* pertama kali diperkenalkan oleh Peter Salovey dan John D. Mayer pada tahun 1990, kemudian dikembangkan dan dipopulerkan oleh Daniel Goleman melalui karyanya *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ* (1995). Menurut Mayer dan Salovey (1997), *emotional intelligence* adalah kemampuan untuk mengenali perasaan diri sendiri dan orang lain, membedakan berbagai jenis emosi, serta menggunakan informasi emosional tersebut untuk memandu pikiran dan tindakan secara efektif.

Sementara itu, Goleman (1995) mendefinisikan *emotional intelligence* sebagai kemampuan seseorang dalam mengenali, memahami, dan mengelola emosi baik emosi diri sendiri maupun emosi orang lain sehingga dapat digunakan untuk membangun hubungan yang sehat dan mencapai tujuan hidup. Menurutnya, kecerdasan emosional berperan penting dalam menentukan kesuksesan seseorang, karena tidak hanya mengandalkan kemampuan intelektual (*IQ*), tetapi juga kemampuan sosial dan emosional.

Bar-On (2006) menambahkan bahwa *emotional intelligence* merupakan kumpulan kompetensi emosional dan sosial yang memengaruhi kemampuan seseorang untuk memahami diri, mengelola stres, beradaptasi terhadap lingkungan, serta mempertahankan hubungan yang positif dengan orang lain. Dengan kata lain, *emotional intelligence* mencakup keseimbangan antara kesadaran diri, empati, dan keterampilan sosial.

Dalam konteks dunia kerja, *emotional intelligence* menjadi salah satu faktor kunci dalam kesiapan dan keberhasilan karier. Individu dengan tingkat *emotional intelligence* yang tinggi lebih mampu beradaptasi terhadap dinamika lingkungan kerja,

membangun komunikasi yang efektif, serta menunjukkan ketahanan emosional saat menghadapi tekanan (Goleman, 1998; Suarta et al., 2017).

Berdasarkan uraian para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa *emotional intelligence* adalah kemampuan individu dalam mengenali, memahami, dan mengelola emosi diri serta orang lain secara efektif, yang berperan penting dalam membentuk perilaku adaptif, hubungan *interpersonal* yang sehat, dan kesiapan menghadapi tantangan profesional.

b) Manfaat *Emotional Intelligence*

Emotional intelligence memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan individu, baik dalam kehidupan pribadi maupun profesional. Menurut Goleman (1998), kecerdasan emosional membantu seseorang mengenali, memahami, dan mengelola emosi secara efektif, sehingga dapat menumbuhkan hubungan *interpersonal* yang sehat dan produktif. Individu dengan kemampuan ini cenderung mampu menghadapi tekanan dan mengambil keputusan dengan pertimbangan yang matang, karena mereka dapat menyeimbangkan antara aspek emosional dan rasional dalam berpikir.

Selanjutnya, Mayer dan Salovey (1997) menyatakan bahwa *emotional intelligence* berkontribusi terhadap peningkatan kemampuan sosial dan komunikasi. Seseorang yang mampu memahami emosi diri dan orang lain akan lebih mudah menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial maupun profesional. Kemampuan ini penting dalam dunia kerja yang menuntut kolaborasi, empati, dan interaksi efektif dengan berbagai tipe kepribadian.

Selain itu, Bar-On (2006) menegaskan bahwa kecerdasan emosional memberikan manfaat dalam menjaga keseimbangan psikologis dan mengelola stres. Individu yang mampu mengendalikan emosinya memiliki daya tahan lebih tinggi dalam menghadapi tekanan, serta lebih mudah memulihkan diri dari kegagalan. Kondisi ini sangat berpengaruh terhadap stabilitas performa dan motivasi kerja jangka panjang.

Menurut Robbins dan Judge (2019), *emotional intelligence* juga memiliki manfaat dalam konteks kepemimpinan dan organisasi. Pemimpin dengan tingkat kecerdasan emosional tinggi dapat memahami perasaan anggota tim, membangun suasana kerja yang positif, serta meningkatkan kepuasan dan produktivitas kerja. Dengan demikian, kecerdasan emosional menjadi salah satu faktor penting yang menentukan efektivitas kepemimpinan di lingkungan profesional

Dalam konteks kesiapan kerja mahasiswa, *emotional intelligence* memiliki kontribusi yang signifikan dalam membantu individu beradaptasi terhadap tuntutan dunia kerja. Suarta et al. (2017) menyatakan bahwa mahasiswa dengan kecerdasan emosional tinggi memiliki kepercayaan diri yang lebih baik, mampu bekerja sama dalam tim, serta lebih tangguh menghadapi tekanan pekerjaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan kecerdasan emosional tidak hanya penting untuk keberhasilan akademik, tetapi juga sebagai bekal utama dalam menghadapi dunia kerja yang kompetitif dan dinamis.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *emotional intelligence* memberikan manfaat luas, baik dalam peningkatan kemampuan sosial, pengendalian diri, kepemimpinan, maupun kesiapan kerja. Individu dengan kecerdasan emosional tinggi lebih mampu memahami diri dan orang lain, mengelola tekanan, serta menampilkan performa yang stabil dalam berbagai situasi

c) Perkembangan dan Dimensi *Emotional Intelligence*

Perkembangan *Emotional Intelligence*

Konsep *emotional intelligence* pertama kali diperkenalkan oleh Mayer dan Salovey pada tahun 1990 dalam artikel ilmiah berjudul *Emotional Intelligenc*. Pada tahap awal, konsep ini dijelaskan sebagai kemampuan untuk mengenali dan membedakan emosi diri sendiri serta orang lain, kemudian menggunakan informasi tersebut untuk mengarahkan pikiran dan perilaku (Mayer & Salovey, 1997). Perkembangan konsep ini semakin luas setelah Daniel Goleman mempopulerkannya melalui buku *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ* (1995), yang menekankan bahwa kecerdasan emosional dapat berperan lebih besar daripada kecerdasan intelektual (*IQ*) dalam menentukan kesuksesan seseorang.

Menurut Goleman (1998), kecerdasan emosional tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mengenali emosi, tetapi juga dengan kemampuan mengelola diri, memotivasi diri sendiri, memahami orang lain, serta membangun hubungan sosial yang efektif. Ia mengembangkan model *emotional competence framework*, yang mengaitkan kecerdasan emosional dengan kompetensi kerja dan kepemimpinan. Dengan demikian, *emotional intelligence* tidak hanya menjadi faktor psikologis, tetapi juga keterampilan sosial yang dapat dipelajari dan dikembangkan melalui pengalaman dan pelatihan.

Seiring perkembangan penelitian, Bar-On (2006) mengembangkan model *emotional-social intelligence* (*ESI*) yang menekankan pada keseimbangan antara faktor emosional dan sosial dalam membentuk keberhasilan individu. Model ini mencakup kemampuan *intrapersonal*, *interpersonal*, pengelolaan stres, kemampuan beradaptasi, serta suasana hati umum.

Pendekatan ini memperluas pemahaman bahwa kecerdasan emosional tidak hanya terbatas pada kesadaran diri dan empati, tetapi juga mencakup kemampuan menghadapi tekanan dan menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan.

Selain itu, Mayer, Salovey, dan Caruso (2004) mengembangkan *Four-Branch Model of Emotional Intelligence*, yang menjelaskan kecerdasan emosional sebagai seperangkat kemampuan yang terdiri dari:

- 1.) Persepsi dan penilaian emosi,
- 2.) Penggunaan emosi untuk memfasilitasi pemikiran,
- 3.) Pemahaman emosi, dan
- 4.) Pengelolaan emosi.

Model ini menempatkan *emotional intelligence* sebagai kemampuan kognitif yang dapat diukur dan dikembangkan melalui proses pembelajaran sosial dan pengalaman emosional.

Dimensi *Emotional Intelligence*

Menurut Goleman (1998), kecerdasan emosional terdiri dari lima dimensi utama yang saling berhubungan dan membentuk keseluruhan kemampuan emosional seseorang.

- 1) *Self-awareness* (kesadaran diri) yaitu kemampuan untuk mengenali perasaan dan memahami pengaruhnya terhadap pikiran serta perilaku. Individu dengan kesadaran diri yang baik mampu memahami kekuatan dan kelemahannya secara objektif.
- 2) *Self-regulation* (pengendalian diri) yang mencakup kemampuan mengelola emosi negatif, menahan impuls, serta beradaptasi terhadap perubahan situasi. Pengendalian diri yang baik membantu individu tetap tenang dalam menghadapi tekanan.

- 3) *Motivation* (motivasi diri) yaitu dorongan internal untuk mencapai tujuan dan mempertahankan komitmen meskipun menghadapi hambatan. Individu dengan motivasi tinggi cenderung gigih dan memiliki orientasi pencapaian yang kuat.
- 4) *Empathy* (empati) yang berkaitan dengan kemampuan memahami perasaan dan kebutuhan orang lain. Empati membantu individu menjalin hubungan *interpersonal* yang efektif dan menghargai perbedaan antar individu.
- 5) *Social skills* (keterampilan sosial) yakni kemampuan menjalin komunikasi, bekerja sama, serta menyelesaikan konflik secara konstruktif. Keterampilan sosial yang baik sangat penting dalam konteks profesional, terutama untuk membangun jejaring kerja dan kerja tim.

Kelima dimensi tersebut menunjukkan bahwa kecerdasan emosional mencakup aspek *intrapersonal* (kesadaran dan pengendalian diri) serta *interpersonal* (empati dan keterampilan sosial). Goleman (2001) menegaskan bahwa keseimbangan di antara dimensi-dimensi ini menentukan seberapa efektif seseorang mampu menghadapi tantangan dan membangun hubungan positif dengan lingkungan sekitarnya.

Dalam konteks kesiapan kerja mahasiswa, pemahaman terhadap dimensi *emotional intelligence* menjadi penting karena menentukan kemampuan individu dalam mengelola stres, bekerja dalam tim, dan berinteraksi secara profesional. Mahasiswa yang memiliki kecerdasan emosional tinggi akan lebih siap menghadapi perubahan, bersikap adaptif terhadap tuntutan dunia kerja, serta menunjukkan perilaku kerja yang produktif dan etis (Suarta et al., 2017).

2.1.5 *Personal Branding*

a) **Definisi *Personal Branding***

Konsep *personal branding* muncul dari gagasan bahwa setiap individu dapat mengelola dirinya layaknya sebuah merek yang memiliki nilai dan keunikan tersendiri. Menurut Tom Peters (1997), *personal branding* adalah proses ketika seseorang secara sadar membangun dan mengelola citra diri yang kuat, berbeda, dan berkesan di mata orang lain. Individu dianggap sebagai “merek pribadi” yang perlu dikembangkan untuk menonjol di tengah persaingan, baik dalam konteks sosial maupun profesional.

Montoya dan Vandehey (2002) mendefinisikan *personal branding* sebagai cara yang sistematis untuk mengidentifikasi, mengembangkan, dan mengomunikasikan nilai-nilai, kemampuan, serta karakteristik unik yang membedakan seseorang dari individu lain. Melalui proses ini, individu dapat menciptakan reputasi dan persepsi positif yang konsisten dengan identitas dan tujuan pribadinya.

Menurut Shepherd (2005), *personal branding* merupakan cara seseorang memasarkan dirinya dengan menonjolkan keunikan, kompetensi, dan nilai-nilai yang dimilikinya untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosial atau profesional. Dalam pandangan ini, *personal branding* bukan sekadar pencitraan, tetapi strategi komunikasi diri yang didasari oleh autentisitas dan konsistensi perilaku.

Sementara itu, Rampersad (2008) menekankan bahwa *personal branding* harus dibangun atas dasar keotentikan (*authenticity*), kejujuran, dan integritas. Ia menjelaskan bahwa citra pribadi yang kuat hanya dapat terbentuk apabila seseorang mampu menampilkan jati diri yang sejati dan menjalankan nilai-nilai pribadinya secara konsisten. Oleh karena itu, *personal branding* bukan hanya tentang tampilan luar, tetapi juga tentang nilai, kepribadian, dan kredibilitas yang mencerminkan identitas sesungguhnya.

Selain itu, Labrecque, Markos, dan Milne (2011) menyebut *personal branding* sebagai strategi untuk membangun dan mempertahankan reputasi diri melalui pengelolaan persepsi publik terhadap individu. Mereka menekankan pentingnya konsistensi dalam perilaku, komunikasi, dan keahlian profesional agar citra pribadi dapat diterima dan dipercaya oleh orang lain.

Berdasarkan pandangan para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa *personal branding* adalah proses sadar dan strategis yang dilakukan individu untuk menampilkan citra diri yang autentik, konsisten, dan bernilai, guna membangun reputasi positif serta meningkatkan daya saing di lingkungan sosial maupun dunia kerja.

b) Manfaat *Personal Branding*

Personal branding memiliki peran penting dalam membentuk identitas profesional seseorang di era kompetitif saat ini. Menurut Montoya dan Vandehey (2002), manfaat utama *personal branding* adalah membantu individu mengenali potensi dan keunikan dirinya sehingga dapat menonjol dibandingkan orang lain di bidang yang sama. Dengan memahami nilai dan kekuatan pribadi, seseorang dapat mengarahkan kariernya secara lebih fokus dan terencana.

Selain itu, Rampersad (2008) menegaskan bahwa *personal branding* berperan dalam meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan publik terhadap individu. Citra diri yang autentik dan konsisten dapat menumbuhkan reputasi positif yang berpengaruh terhadap peluang karier dan hubungan profesional. Dalam konteks mahasiswa, hal ini berarti *personal branding* dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam menghadapi dunia kerja, karena mereka telah memiliki identitas dan nilai diri yang jelas.

Menurut Shepherd (2005), *personal branding* juga memberikan manfaat strategis dalam memperluas jejaring sosial dan profesional. Individu yang mampu menampilkan citra diri positif cenderung lebih mudah diterima di lingkungan kerja dan berpotensi memperoleh lebih banyak peluang kolaborasi maupun promosi. Oleh karena itu, kemampuan mengelola *personal branding* menjadi salah satu kompetensi penting di era digital, di mana reputasi individu dapat dengan cepat terbentuk melalui interaksi daring maupun luring.

Selanjutnya, Labrecque, Markos, dan Milne (2011) menambahkan bahwa *personal branding* memungkinkan individu mengelola persepsi publik terhadap dirinya. Dengan komunikasi yang tepat dan perilaku yang konsisten, seseorang dapat membangun kepercayaan, loyalitas, dan pengakuan profesional dari pihak lain. Hal ini sangat relevan bagi mahasiswa yang tengah mempersiapkan diri memasuki dunia kerja, karena *personal branding* membantu mereka membangun citra sebagai calon tenaga kerja yang kompeten, beretika, dan profesional.

c) Perkembangan dan Dimensi *Personal Branding*

Perkembangan *Personal Branding*

Konsep *personal branding* telah mengalami perkembangan pesat seiring perubahan pola komunikasi dan kemajuan teknologi digital. Pada awal kemunculannya, istilah ini diperkenalkan oleh Tom Peters (1997) sebagai upaya individu untuk mempromosikan diri layaknya sebuah merek melalui perilaku profesional, etika, dan pencapaian kerja. Namun, perkembangan teknologi dan media sosial mengubah cara individu membangun dan menyampaikan citra pribadinya kepada publik.

Menurut Labrecque, Markos, dan Milne (2011), perkembangan *personal branding* saat ini tidak hanya berfokus pada interaksi langsung, tetapi juga mencakup kehadiran digital yang terintegrasi, seperti aktivitas di media sosial, portofolio daring, dan reputasi digital. Fenomena ini menjadikan *personal branding* sebagai aspek penting dalam strategi karier dan pemasaran diri di era modern. Individu dituntut mampu mengelola identitas daringnya agar tetap selaras dengan nilai dan kepribadian yang ingin ditampilkan.

Selanjutnya, Khedher (2015) menjelaskan bahwa *personal branding* telah berevolusi dari sekadar strategi pemasaran individu menjadi bentuk *self-leadership*, yaitu kemampuan seseorang untuk mengarahkan dirinya sendiri melalui nilai, visi, dan tujuan hidup yang jelas. Dengan demikian, perkembangan *personal branding* tidak hanya mencakup aspek komunikasi eksternal, tetapi juga proses internal dalam mengenali dan mengembangkan potensi diri.

Sementara itu, Rampersad (2008) menegaskan bahwa perkembangan *personal branding* modern harus didasarkan pada prinsip keaslian (*authenticity*) dan konsistensi. Dalam pandangannya, keberhasilan membangun merek pribadi yang kuat bergantung pada keselarasan antara nilai-nilai personal, perilaku

nyata, dan persepsi publik. Hal ini berarti individu perlu memastikan bahwa citra yang ditampilkan sejalan dengan identitas sejatinya agar tercipta kepercayaan jangka panjang.

Dimensi *Personal Branding*

Berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Montoya dan Vandehey (2002), terdapat empat dimensi utama dalam *personal branding*, yaitu:

- 1) Keaslian (*Authenticity*), kesesuaian antara nilai diri dengan citra yang ditampilkan.
- 2) Konsistensi (*Consistency*), kestabilan perilaku, komunikasi, dan penampilan dalam berbagai situasi.
- 3) Keunikan (*Uniqueness*), kemampuan menonjolkan ciri khas atau keunggulan yang membedakan individu dari orang lain.
- 4) Relevansi (*Relevance*), kesesuaian citra pribadi dengan kebutuhan dan harapan audiens atau lingkungan profesional.

Dimensi tersebut kemudian dipertegas oleh Peters (1997) dan Shepherd (2005) yang menekankan pentingnya *personal differentiation* dan kredibilitas. Artinya, seseorang harus memahami nilai uniknya sendiri serta mampu mengomunikasikannya dengan cara yang jujur, positif, dan profesional. Dalam konteks mahasiswa, penguasaan dimensi-dimensi tersebut dapat membantu mereka membangun reputasi akademik dan profesional yang kuat sebagai bekal kesiapan memasuki dunia kerja.

Dengan demikian, perkembangan *personal branding* menunjukkan pergeseran dari sekadar alat promosi diri menjadi proses menyeluruh dalam membangun identitas, nilai, dan reputasi pribadi yang berkelanjutan. Dimensi-dimensi yang menyertainya berfungsi sebagai pedoman dalam mengelola diri secara strategis agar individu mampu tampil autentik, konsisten, dan relevan di lingkungan profesional yang kompetitif.

2.2 Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh *Self-efficacy* terhadap Kesiapan Kerja

Self-efficacy merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan suatu tugas dengan baik (Bandura, 1997). *Self-efficacy* berperan penting dalam membentuk sikap dan perilaku individu dalam menghadapi tantangan, termasuk dalam konteks dunia kerja. Individu yang memiliki *self-efficacy* tinggi cenderung lebih yakin terhadap kemampuannya, memiliki dorongan untuk berusaha, serta tidak mudah menyerah ketika menghadapi kesulitan.

Penelitian Wiharja, Rahayu, dan Rahmiyati (2020) menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap kesiapan kerja mahasiswa vokasi. Hasil serupa juga ditemukan oleh Taufan, Jayanti, Susita dan Frannita (2025) yang menyatakan bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap kesiapan kerja mahasiswa dengan tingkat *self-efficacy* yang lebih tinggi memiliki kesiapan kerja yang lebih baik.

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah ditemukan, dapat disimpulkan bahwa variabel *self-efficacy* secara signifikan memengaruhi kesiapan kerja. Semakin tinggi tingkat *self-efficacy* yang dimiliki individu, maka semakin tinggi pula tingkat kesiapan kerjanya dalam menghadapi dunia kerja.

H1: *Self-efficacy* berpengaruh terhadap kesiapan kerja mahasiswa.

2.2.2 Pengaruh *Emotional Intelligence* terhadap Kesiapan Kerja

Kecerdasan emosional (*emotional intelligence*) merupakan kemampuan individu dalam mengenali, memahami, dan mengelola emosi diri sendiri serta orang lain secara efektif (Goleman, 1995). Kecerdasan emosional berperan penting dalam membentuk perilaku individu di lingkungan kerja, terutama dalam hal pengendalian diri,

kemampuan bekerja sama, empati, serta keterampilan sosial. Individu dengan kecerdasan emosional yang baik akan lebih mampu menyesuaikan diri dengan tuntutan pekerjaan dan menjalin hubungan kerja yang harmonis.

Penelitian Febriyana, Indrawati, dan Makhdalena (2023) menunjukkan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja siswa, baik secara parsial maupun simultan dengan *self-efficacy*. Temuan ini diperkuat oleh Endeli, Efendi, dan Hidayat (2025) yang juga menyatakan bahwa kecerdasan emosional memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja siswa SMK. Hasil-hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kecerdasan emosional merupakan salah satu faktor psikologis yang berperan dalam membentuk kesiapan kerja.

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah ditemukan, dapat disimpulkan bahwa variabel kecerdasan emosional secara signifikan memengaruhi kesiapan kerja. Semakin baik kemampuan individu dalam mengelola emosi dan menjalin interaksi sosial, maka semakin tinggi pula tingkat kesiapan kerjanya dalam menghadapi dunia kerja.

H2: *Emotional intelligence* berpengaruh terhadap kesiapan kerja mahasiswa.

2.2.3 Pengaruh *Personal Branding* terhadap Kesiapan Kerja

Personal branding merupakan proses strategis dalam membangun citra diri yang unik dan autentik agar dikenal serta dihargai di lingkungan profesional (Montoya & Vandehey, 2002). Mahasiswa yang mampu membentuk *personal branding* positif akan lebih mudah menunjukkan keunggulan dirinya, memperluas jejaring profesional, dan memperoleh kepercayaan dari calon pemberi pekerjaan

Penelitian Aqilah, Presilawati, dan Yusuf (2024) menunjukkan bahwa *personal branding* secara simultan bersama *soft skill* dan *locus of control* berpengaruh signifikan terhadap kesiapan kerja mahasiswa politeknik. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *personal branding* menjadi salah satu faktor yang turut berkontribusi dalam membentuk kesiapan kerja mahasiswa, khususnya dalam membangun kepercayaan diri serta citra profesional di dunia kerja.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah ditemukan, dapat disimpulkan bahwa variabel *personal branding* turut berperan dalam membentuk kesiapan kerja mahasiswa. Semakin baik *personal branding* yang dimiliki individu, maka semakin besar pula peluang individu tersebut untuk tampil lebih siap dan kompetitif dalam menghadapi dunia kerja.

H3: *Personal branding* berpengaruh terhadap kesiapan kerja mahasiswa.

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 4 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Nora Febriyana, Henny Indrawati, Makhdalena (2023)	<i>The Influence of Emotional Intelligence, Industrial Work Practices, Soft Skills, and Self-Efficacy on Students Work Readiness</i>	<i>Emotional Intelligence, Self-Efficacy, Work Readiness</i>	<i>Self-Efficacy</i> dan kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap kesiapan kerja siswa.
2.	In'am Widiarma & Tegowati (2024)	<i>The Role of Emotional Intelligence and Self-Efficacy on The Career Readiness of Millennial Students</i>	<i>Self-Efficacy, Emotional Intelligence, Work Readiness</i>	<i>Self-Efficacy</i> dan <i>Emotional Intelligence</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>career readiness</i> .
3.	Endeli, Hansi Efendi, Hendra Hidayat (2025)	<i>The Relationship Between Digital Literacy and Emotional Intelligence on Vocational</i>	<i>Emotional Intelligence, Work Readiness</i>	Terdapat hubungan positif dan signifikan antara literasi digital serta kecerdasan emosional terhadap kesiapan kerja siswa SMK, di mana keduanya berperan

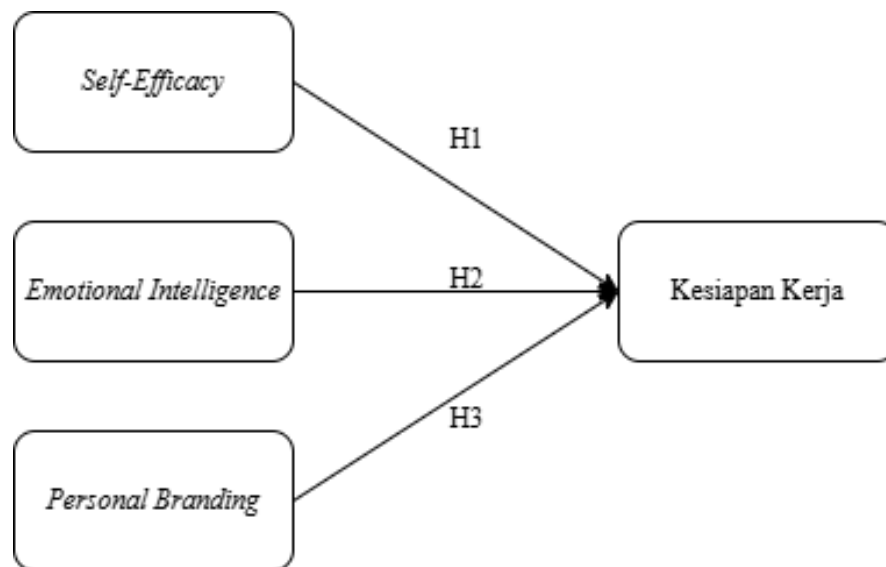
No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
		<i>High School Students' Work Readiness</i>		penting dalam meningkatkan kemampuan siswa menghadapi tuntutan dunia kerja modern.
4.	Vadia Aqilah , Febyolla Presilawati, Yuslaidar Yusuf (2024)	Pengaruh <i>Personal Branding</i> , <i>Soft Skill</i> , dan <i>Locus Of Control</i> terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Politeknik Aceh	<i>Personal Branding</i> , Kesiapan Kerja	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara <i>soft skills</i> dan <i>locus of control</i> terhadap kesiapan kerja mahasiswa Politeknik Aceh, sedangkan <i>personal branding</i> tidak berpengaruh. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap kesiapan kerja, dengan <i>soft skills</i> dan <i>locus of control</i> sebagai faktor yang paling dominan.
5.	Sonny Taufan, Aulia Rosalinda Baladika Jayanti, Dewi Susita, Eka	<i>Influence of Self-Efficacy, Self-Efficacy Work and Motivation Readiness on Work Readiness in Vocational</i>	<i>Self-Efficacy Work Readiness</i>	Terdapat hubungan positif dan signifikan antara self-efficacy dan motivasi terhadap kesiapan kerja mahasiswa vokasi, baik

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
	Legya Frannita (2025)	<i>Education Students</i>		secara parsial maupun simultan. Kedua faktor psikologis ini berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan diri dan komitmen mahasiswa dalam mempersiapkan diri memasuki dunia kerja.

2.4 Model Penelitian

Kerangka berpikir model penelitian menjelaskan secara teoritis keterkaitan antara variabel dependen dan independen. Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa model penelitian adalah model konseptual berbagai faktor yang telah ditetapkan sebagai masalah yang kompleks dan penting dihubungkan dengan teori. Model penelitian dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas berupa *Self-efficacy* (X1) *Emotional Intelligence* (X2), dan *Personal Branding* (X3), sedangkan untuk variabel terikatnya berupa Kesiapan Kerja (Y) yang dipengaruhi oleh variabel independen dimana *Self-Efficacy*, *Emotional Intelligence*, dan *Personal Branding* bersama - sama mempengaruhi Kesiapan Kerja.

2.5 Model Analisis



Berdasarkan gambar model penelitian tersebut, terdapat 3 variabel independen yaitu *self-efficacy*, *emotional intelligence*, dan *personal branding*, serta terdapat 1 variabel dependen yaitu kesiapan kerja.