



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi dan Revolusi Industri 4.0, tuntutan terhadap kesiapan kerja (*Job Readiness*) bagi lulusan perguruan tinggi semakin meningkat. Dunia profesional kini tidak hanya memerlukan kemampuan teknis seperti penguasaan alat maupun prosedur kerja tetapi juga menekankan pentingnya keseimbangan antara keterampilan teknis (*hard skills*) dan keterampilan nonteknis (*soft skills*). Setiap calon tenaga kerja diharapkan memiliki rasa percaya diri yang cukup, mampu beradaptasi secara cepat, memiliki identitas profesional yang jelas, serta dapat membangun citra diri yang positif di mata pemberi kerja. Dalam kerangka ini, terdapat dua aspek personal yang menjadi pusat perhatian, yaitu: pertama, keyakinan individu terhadap kapasitas dirinya yang dikenal sebagai *Self-efficacy*; dan kedua, kemampuan individu dalam membentuk serta memasarkan citra profesionalnya, yang disebut sebagai personal branding.

Perubahan struktur pasar tenaga kerja serta percepatan digitalisasi membuat kompetisi untuk memasuki dunia kerja semakin sengit. Ekspansi ekonomi digital dan *gig economy* memang membuka berbagai peluang pekerjaan baru seperti *platform freelance*, namun banyak lulusan perguruan tinggi tetap mengalami hambatan untuk memperoleh pekerjaan formal karena keterampilan yang dimiliki belum sesuai dengan kebutuhan industri masa kini.



Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pengangguran terbuka di Indragiri Hilir pada tahun 2023 tercatat sebanyak 5.271 orang dengan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sekitar 1,71%. Meskipun persentasenya tergolong rendah, perubahan angka pengangguran dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa penyerapan tenaga kerja belum berjalan secara optimal. Pada tahun 2022, terdapat 2.141 orang yang masuk dalam kategori pengangguran sementara jumlah angkatan kerja mencapai 363.588 orang. Sementara itu, pada tahun 2024 nilai TPT kembali naik menjadi 1,86%, yang menandakan bahwa stabilitas ketenagakerjaan di daerah tersebut masih memiliki tantangan. Fluktuasi ini memperlihatkan bahwa penambahan jumlah angkatan kerja belum sejalan dengan peluang kerja yang tersedia, termasuk di wilayah perkotaan seperti Tembilahan yang menjadi pusat ekonomi Inhil. Situasi tersebut mengindikasikan bahwa persoalan pengangguran tidak hanya terkait dengan jumlah lapangan kerja yang terbatas, tetapi juga berkaitan dengan kesiapan kerja individu. Ketidaksesuaian keterampilan, rendahnya kompetensi kerja, serta tingginya persaingan tenaga kerja dapat memengaruhi tingkat pengangguran. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kesiapan kerja masyarakat atau mahasiswa, sehingga dapat memberikan rekomendasi dalam upaya menekan pengangguran di Kabupaten Indragiri Hilir.

Tabel 1.1
Tingkat Pengangguran Terbuka kabupaten Indragiri Hilir 2021-2025

Elemen	2021	2022	2023	2024	2025
Tingkat pengangguran terbuka Kabupaten Indragiri Hilir	2,66	1,5	1,71	1,86	-

Sumber Data: Badan Pusat Statistik Kabupaten Indragiri Hilir tahun 2024



Salah satu aspek psikologis yang berperan signifikan dalam mempersiapkan individu memasuki dunia kerja adalah *Self-efficacy* (efikasi diri). Berdasarkan konsep Bandura, *Self-efficacy* merujuk pada keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam melakukan tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil atau kinerja tertentu. Keyakinan ini turut menentukan jenis tugas yang dipilih, tingkat usaha yang diberikan, ketahanan dalam menghadapi hambatan, serta cara individu mengelola emosi ketika berada dalam situasi kerja.(Sunyoto, 2015)

Terkait kesiapan memasuki dunia kerja, terdapat dua aspek psikososial yang dianggap sangat berpengaruh, yaitu *Self-efficacy* keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas atau pekerjaan dan personal branding, yaitu upaya strategis dalam membangun citra atau identitas profesional yang dapat dilihat oleh publik atau pemberi kerja. Temuan riset internasional serta kajian *systematic review* mengindikasikan bahwa personal branding memiliki hubungan kuat dengan persepsi akan keterpekerjaan (*perceived employability*) dan pencapaian karier . Di sisi lain, *Self-efficacy* secara konsisten terbukti menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi kesiapan maupun keberhasilan

individu dalam bekerja.(Gorbatov et al., 2018). Berbagai penelitian pada kelompok mahasiswa menunjukkan bahwa *Self-efficacy* berhubungan positif dengan kesiapan kerja (*work readiness*). Mahasiswa yang memiliki tingkat efikasi diri tinggi cenderung lebih termotivasi, memiliki kesiapan mental yang lebih baik, serta menggunakan strategi coping yang mendukung proses adaptasi awal di lingkungan kerja. Salah satu strategi yang dianggap efektif untuk meningkatkan *Job Readiness* adalah dengan membangun Personal branding di definisikan sebagai



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

proses berkelanjutan dalam membentuk dan mengelola persepsi publik tentang diri seseorang, dengan sengaja menonjolkan nilai unik, keahlian, dan pengalaman yang dimiliki. Dalam konteks karir, *Personal branding* yang efektif memungkinkan seseorang untuk membedakan diri dari pesaing, membangun reputasi profesional, dan menarik perhatian perekrut. Aktivitas seperti mengoptimalkan profil LinkedIn, membuat portofolio digital, dan aktif dalam jejaring profesional merupakan bentuk nyata dari pembangunan *Personal branding*.

Namun, mekanisme bagaimana *Personal branding* dapat secara langsung mempengaruhi job readiness masih perlu di kaji lebih dalam. Disinilah peran *Self-efficacy* menjadi sangat penting untuk di pahami. *Self – efficacy*, atau keyakinan seseorang pada kemampuannya untuk mengorganisir dan melaksanakan tindakan yang di perlukan untuk mencapai hasil yang di inginkan, diduga menjadi jembatan antara *Personal branding* dan *Job Readiness*. Teori *social cognitive* dari bandura menegaskan bahwa *Self-efficacy* adalah fondasi dari motivasi dan prestasi

manusia, di mana individu dengan *Self-efficacy* tinggi akan lebih gigih, resilient, dan percaya diri dalam menghadapi tantangan. Proses membangun *Personal branding* itu sendiri. Pada hakikatnya, merupakan serangkaian tindakan yang dapat meningkatkan *Self-efficacy*. Ketika seorang individu secara efektif mengidentifikasi keunggulan dirinya, mengartikulasikan nilai jualnya, dan menerima umpan balik positif dari lingkungan jejaring profesionalnya, ia pada dasarnya sedang mengumpulkan bukti bukti keberhasilan (*mastery experience*) dan persuasi sosial (*social persuasion*) yang merupakan sumber utama pembentukan *Self-efficacy*. Pengakuan dari orang lain terhadap personal branding-



nya akan memperkuat keyakinan bahwa dirinya memang kompeten dan berharga di pasar kerja.

Dengan demikian, Personal branding tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran eksternal, tetapi juga sebagai katalis untuk transformasi psikologis internal. Seorang individu yang berhasil membangun Personal branding yang kuat dan terkelola dengan baik akan berkembang menjadi pribadi yang lebih percaya diri akan kemampuannya. Keyakinan inilah yang kemudian menjadi inti dari *Self-efficacy*. Ia tidak lagi hanya tampak kompeten di mata orang lain, tetapi juga benar-benar merasa kompeten dalam dirinya sendiri. *Self-efficacy* yang telah berbentuk inilah yang kemudian secara langsung mendorong peningkatan job readiness. Individu dengan tingkat self-efficacy yang tinggi cenderung memiliki motivasi yang lebih besar untuk aktif mencari lowongan kerja, lebih gigih dalam menghadapi penolakan, dan lebih percaya diri selama proses

wawancara. Mereka memandang tantangan dalam mencari pekerjaan sebagai sesuatu yang dapat di atasi, bukan sebagai hambatan yang mengancam. Presepsi ini membuat mereka secara psikologis lebih siap dan lebih optimis dalam memasuki dunia kerja.

Rifa'i (2023) menekankan bahwa efektivitas pengembangan potensi mahasiswa sangat bergantung pada dorongan internal dan kepercayaan diri dalam menghadapi dinamika organisasi. Sementara itu, Syafrinadina (2022) menyatakan bahwa kesiapan kerja mahasiswa manajemen dipengaruhi oleh kemampuan adaptasi dan optimalisasi citra profesional yang dibangun selama masa perkuliahan. Lebih lanjut, Widyawati (2021) menggarisbawahi bahwa kombinasi antara



penguasaan kompetensi mandiri (*Self-efficacy*) dan strategi pemasaran diri (*Personal branding*) menjadi pilar utama pembentuk kesiapan kerja yang berkelanjutan pada lulusan perguruan tinggi.

Oleh karena itu, dapat di duga bahwa hubungan antara personal branding dan *Job Readiness* tidak sepenuhnya langsung, melainkan mediasi oleh peningkatan *Self-efficacy*. Personal branding memberikan fondasi eksternal dan bukti-bukti yang membangun keyakinan diri (*Self Efficacy*), dan keyakinan diri inilah yang pada akhirnya mentransformasi kesiapan psikologis individu untuk menghadapi dunia kerja (*Job Readiness*). Tanpa peningkatan *Self-efficacy*, Personal branding mungkin hanya menjadi citra permukaan yang tidak di sertai dengan keyakinan dan ketahanan mental yang di butuhkan. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *Self-efficacy* dan personal branding memiliki kontribusi terhadap kesiapan kerja, namun temuan yang ada masih belum konsisten. Beberapa studi menemukan bahwa personal branding berpengaruh signifikan terhadap job readiness, sementara penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda ketika variabel lain dimasukkan sebagai prediktor. Ketidak sesuaian hasil ini menandakan adanya ruang penelitian lebih lanjut mengenai peran personal branding dalam membentuk kesiapan kerja. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung menguji *Self-efficacy* dan personal branding secara terpisah, bukan secara simultan, sehingga hubungan kedua variabel tersebut secara bersama-sama terhadap job readiness belum terjelaskan secara komprehensif. Dalam konteks perkembangan dunia kerja digital, kebutuhan personal branding berbasis platform profesional juga semakin meningkat, namun kajian mengenai hal ini masih terbatas,



terutama pada mahasiswa daerah. Hingga saat ini belum terdapat penelitian yang secara khusus meneliti hubungan *Self-efficacy*, personal branding, dan job readiness pada mahasiswa akhir Prodi Manajemen Universitas Islam Indragiri. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan empiris, teoritis, dan kontekstual tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Sugiono (2021) menggaris bawahi bahwa rumusan masalah merupakan jembatan antara identifikasi masalah dengan tujuan penelitian. Jika perumusan masalah tidak tepat, maka tujuan untuk penelitian menjadi kabur, sehingga hasilnya tidak dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yang ilmiah dan valid dalam konteks pendidikan. (Lestari, 2025)

Berdasarkan latar belakang di atas, maka menjadi rumusan dalam penelitian ini ada adalah :

1. Bagaimana deskripsi self efficacy, Personal branding dan job Readiness pada mahasiswa akhir Prodi Manajemen Universitas Islam Indragiri.
2. Bagaimana pengaruh Self efficacy terhadap job readiness pada mahasiswa akhir Prodi Manajemen Universitas Islam Indragiri.
3. Bagaimana pengaruh personal branding terhadap job radiance pada mahasiswa akhir Prodi Manajemen Universitas Islam Indragiri.
4. Bagaimana pengaruh Job radiance ,Personal branding, terhadap job readiness pada mahasiswa akhir Prodi Manajemen universitas islam Indragiri.



1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini menurut Rina Hayati (2021) adalah bagian dari pada adanya bentuk pernyataan terkait mengapa riset di jalankan. Sehingga dalam penulisan untuk tujuan penelitian ini sangatlah mungkin dalam mengidentifikasi konsep guna menjelaskan atau memprediksi situasi atau solusi untuk situasi yang menunjukan jenis studi yang akan di lakukan. Adapun tujuan peneliti sebagai berikut :

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan *Self Efficacy*, *Personal branding* dan *Job Readiness* pada mahasiswa akhir Prodi Manajemen Universitas Islam Indragiri.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Self Efficacy* terhadap *Job Readiness* pada mahasiswa akhir Prodi Manajemen Universitas Islam Indragiri.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Personal branding* terhadap *Job Readiness* pada mahasiswa akhir Prodi Manajemen Universitas Islam Indragiri.
4. Untuk menganalisis pengaruh *Job Readiness*, *Persona branding* terhadap *Job Readiness* pada mahasiswa akhir Prodi Manajemen universitas islam Indragiri.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan kegunaan dari penelitian yang merupakan sumber informasi dalam mengembangkan kegiatan penelitian selanjutnya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

Menurut Sugiyono (2017:291)” manfaat lebih bersifat teoritis yaitu untuk mengmebnagkan ilmu, namun juga tidak menolak manfaat praktisnya untuk memecahkan masalah penelitian ini di harapkan dapat memberikan beberapa manfaat yaitu :

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai panduan dalam mengembangkan strategi persiapan karir yang lebih efektif. Temuan penelitian akan menekankan bahwa membangun *Personal branding* tidak hanya tentang "tampil" siap, tetapi juga tentang proses membangun keyakinan diri (*Self-efficacy*) yang autentik, yang pada akhirnya menghasilkan kesiapan kerja yang sesungguhnya.

2. Bagi Lembaga Pendidikan (Universitas/Perguruan Tinggi)

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan berharga bagi unit pengembangan karir dan bimbingan konseling di perguruan tinggi untuk merancang program pelatihan dan workshop yang tidak hanya fokus pada pembuatan CV atau teknik wawancara, tetapi juga secara terintegrasi membangun *Personal branding* dan *Self-efficacy* mahasiswa secara bersamaan.

3. Bagi Perusahaan (Organisasi)

Perusahaan dapat mendapatkan calon karyawan yang tidak hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga telah matang secara psikologis dan siap berkontribusi. Memahami faktor-faktor yang membentuk *Job Readiness* membantu divisi rekrutmen dalam menilai kandidat potensial secara lebih komprehensif.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan penulisan karya ilmiah ini terdiri dari lima bab masing-masing bab terdiri dari sub-sub bab, adapun secara sistematika adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan mamfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang landasan Teori, Penelitian terdahulu, Kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB II METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang desai penelitian, lokasi dan waktu penelitian , populasi dan sampel , teknik pengumpulan data, dan analisi data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang gambar umum objek penelitian , hasil penelitian dan pebahasan.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini penulis menguraikan tentang kesimpulan dan saran-saran yang berhubungan dengan permasalahan yang ada.

DAFTAR

PUSTAKA

LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

