

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *self-regulation* terhadap *perceived employability* pada mahasiswa sarjana akademik. Hasil penelitian menunjukkan *self-regulation* berpengaruh signifikan kearah positif terhadap *perceived employability*. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa semakin tinggi *self-regulation* yang dimiliki mahasiswa, maka akan semakin tinggi pula *perceived employability*nya, begitu pula sebaliknya yaitu semakin rendah *self-regulation* maka *perceived employability* juga semakin rendah.

5.2. Diskusi

Hasil penelitian ini mendapati bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *self-regulation* dengan *perceived employability* pada mahasiswa. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sawitri dan Dewi (2018), menunjukkan bahwa mahasiswa dengan pengaplikasian *self-regulation* yang tinggi, akan mengarahkan individu untuk memiliki tujuan karir yang meningkatkan *perceived employability* mahasiswa. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *self-regulation* berpengaruh terhadap *perceived employability* pada penelitian ini, disebabkan oleh faktor pengalaman kerja dan *brand image* universitas di mata masyarakat yang dimiliki responden penelitian ini.

Mayoritas responden penelitian ini memiliki pengalaman kerja, dimana pengalaman kerja merupakan salah satu faktor yang paling berkontribusi meningkatkan *perceived employability*. Pengalaman kerja termasuk magang sesuai

bidang studi, paruh waktu, maupun kegiatan terjun langsung ke dunia kerja memberikan individu media dan kesempatan untuk memperoleh pengetahuan umum maupun terkait bidang studi, mempertajam keterampilan khususnya pada bidang studi, mengetahui sikap dalam kerja, dan kompetensi. Sehingga kedepannya individu lebih siap untuk terjun langsung dalam dunia kerja daripada individu yang belum memiliki pengalaman kerja. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Khong (2018) yang menemukan bahwa individu yang sudah mempunyai pengalaman kerja, memiliki *perceived employability* yang tinggi karena sudah melihat dunia kerja secara langsung, mengetahui sikap dan keterampilan yang dibutuhkan dalam dunia kerja.

Sebagian besar responden penelitian ini berasal dari *brand image* universitas Sangat Baik di mata masyarakat. *Brand image* universitas seperti akreditasi, *ranking* kampus terbaik dan lain sebagainya, memainkan peran meningkatkan *perceived employability* karena menjadi modal tambahan citra identitas individu menghadapi pasar kerja. Hasil ini selaras dengan Rothwell et al. (2008) yang menyatakan bahwa mahasiswa cenderung memiliki *perceived employability* yang tinggi pada responden yang berasal dari universitas yang memiliki *brand image* ternama. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khong (2018) pada dua universitas yang berbeda, menemukan hasil bahwa individu yang berasal dari universitas yang memiliki *brand image* lebih baik, menunjukkan *perceived employability* yang lebih baik pula dibandingkan dengan universitas satunya.

Responden penelitian ini memiliki *self-regulation* yang tergolong tinggi, diikuti dengan dimensi-dimensi *self-regulation* yang tinggi terutama pada dimensi *searching*. Hal ini menunjukkan bahwa ketika mahasiswa memiliki hambatan atau menghadapi masalah, mahasiswa mampu mencari solusi untuk memecahkan masalah tersebut. Contohnya, ketika mahasiswa mengalami hambatan seperti kurang memiliki pengalaman kerja dan keterampilan yang masih kurang memadai untuk bisa bekerja di tempat yang diinginkan. Mahasiswa mampu mencari solusi untuk memecahkan masalah atau menghilangkan hambatan tersebut, dengan mencari pengalaman kerja dan ikut serta dalam sertifikasi pada kompetensi yang diperlukan dalam mendapat pekerjaan. Kemampuan memecahkan masalah ini timbul karena kesungguhan dan keyakinannya bahwa individu pantas memperoleh

pekerjaan yang diinginkan. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh Hall dan Chandler (2005), bahwa individu dengan *self-regulation* yang tinggi terkait mencari peluang kerja, akan mampu mengontrol dan mengatasi masalah dengan baik, sehingga dapat menyusun rancangan hingga tercapainya tujuan karir yang lebih baik. Selaras dengan Rothwell dan Arnold (2016) yang menyatakan bahwa individu akan dengan *perceived employability* akan mengejar cita-cita, sehingga ketika dihadapi oleh masalah atau pun perubahan, individu mampu menghadapinya.

Responden penelitian ini juga memiliki *perceived employability* yang tergolong tinggi, diikuti dengan dimensi-dimensi *perceived employability* yang tinggi pula terutama pada dimensi *self-belief* dan *university commitment*. *Self-belief* yang dimiliki responden penelitian ini menunjukkan bahwa mereka sudah memiliki keyakinan bahwa dirinya layak dipekerjakan, karena merasa mampu, memiliki pengetahuan dan berpotensi untuk berkembang. Hal ini mengindikasikan bahwa responden penelitian ini memiliki ikatan emosional dengan universitasnya yang mengarahkan kepada performa akademik yang baik dan terlibat pada kegiatan pendukung universitas. Hal ini juga sejalan dengan faktor *brand image* universitas, paling banyak memperoleh responden yang berasal dari *brand image* Sangat Baik di mata masyarakat. Hasil ini selaras dengan pernyataan Murray dan Robinson (sebagaimana dikutip dalam Rothwell et al., 2004) bahwa *brand image* universitas yang bagus, dianggap sebagai bekal tambahan untuk mendapatkan pekerjaan yang diinginkan. Individu yang berasal dari universitas dengan *brand image* baik, memandang dirinya memiliki modal tambahan untuk membantu lolos seleksi kerja nantinya karena universitasnya dianggap melahirkan lulusan dengan standar yang tinggi.

Peneliti juga melakukan analisis tambahan yaitu melakukan uji perbedaan pada *perceived employability* berdasarkan faktor demografi gender. Peneliti melakukan uji beda untuk melihat gender sebagai salah satu faktor yang dapat berpengaruh pada *perceived employability*. Dalam penelitian ini tidak ditemukan perbedaan yang signifikan pada *perceived employability* antara laki-laki dan perempuan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rothwell et al. (2008) menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan. Adapula hasil ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang

dilakukan oleh Khong (2018) ditemukan bahwa dari kedua tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada *perceived employability* yang dimiliki laki-laki dan perempuan. Peneliti menduga bahwa penelitian ini memperoleh hasil yang tidak signifikan karena sampel pada penelitian ini merupakan mahasiswa, dimana mahasiswa berada pada lingkungan yang sama dan perjuangan yang sama, belum merasakan adanya perbedaan pekerjaan ataupun label yang diberikan antara laki-laki dan perempuan di dunia kerja.

5.3. Saran

Peneliti mengusulkan beberapa saran terkait saran metodologis dan saran praktis yang dapat dipertimbangkan bagi penelitian selanjutnya. Berikut merupakan saran dari peneliti.

5.3.1. Saran Metodologis

Peneliti mengusulkan saran metodologis yang dapat dipertimbangkan kembali untuk penelitian selanjutnya, yaitu;

- a. Penelitian ini memperoleh responden yang sebagian besar berasal dari universitas dengan *brand image* di mata masyarakat Sangat Baik. Namun penelitian ini belum melihat apakah *brand image* yang ada di mata masyarakat secara objektif, berdasarkan data riset atau berita. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan untuk mencantumkan *brand image* dengan lebih objektif, seperti berdasarkan akreditasi, atau *ranking* popularitas universitas secara nasional, atau internasional.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas jangkauan subjek pada pemerolehan data demografi berdasarkan asal *brand image* universitas dengan akreditasi atau *ranking* popularitas universitas. Hal ini

dapat dilakukan dengan memberikan target pemerolehan sampel setiap jenis akreditasi atau *ranking* popularitas universitas. Sehingga sampel memperoleh jumlah yang sama banyak dari setiap asal *brand imagenya*. Salah satu contohnya adalah dengan teknik *stratified random sampling*.

5.3.2. Saran Praktis

Peneliti mengusulkan beberapa saran praktis, berdasarkan hasil yang ditemukan pada penelitian ini, yaitu;

- a. Kepada mahasiswa, agar mengaplikasikan *self-regulation* sejak duduk di bangku kuliah dan mengikuti kegiatan yang melatih pengaplikasian *self-regulation*. Hal ini dikarenakan *self-regulation* merupakan faktor yang berkontribusi untuk meningkatkan *perceived employability*. Dengan begitu, dapat dilakukan dimulai dari mengikuti kegiatan *workshop* atau pelatihan terkait dengan pengaplikasian *self-regulation* di kehidupan sehari-hari atau dalam belajar, dan *workshop* atau pelatihan terkait jenjang karir.
- b. Universitas dapat mengadakan kegiatan edukasi tambahan terkait pengembangan kemampuan *self-regulation* dan *perceived employability* dalam bentuk seminar atau webinar maupun layanan konsultasi mengenai *self-regulation* terkait persiapan jenjang karir.