



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2026) pp: 11095-11104

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Kesiapan Kerja, Pelatihan Soft Skill, Dan Personal Branding Terhadap Employability Lulusan Baru Pada Era Di Surabaya)

Patritia Candra

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

patritiacandra03@gmail.com

Abstrak

Perkembangan era digital menuntut bahkan mengharuskan lulusan perguruan tinggi untuk memiliki dan mampu pada kemampuan atau potensi yang tidak hanya terbatas pada kompetensi akademik, tetapi juga kesiapan kerja, penguasaan soft skill, serta kemampuan membangun atau mendirikan personal branding. Kondisi tersebut menjadikan employability lulusan baru sebagai isu yang sangat penting dalam menghadapi persaingan bahkan keketatan dunia kerja. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kesiapan kerja, pelatihan soft skill, dan personal branding terhadap employability lulusan baru di era digital di Surabaya. Penelitian ini menggunakan jenis atau macampendekatan kuantitatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada lulusan baru sebagai responden penelitian menggunakan jenis teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, serta analisis regresi untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis menunjukkan bahwa kesiapan kerja, pelatihan soft skill, dan personal branding berpengaruh signifikan terhadap employability lulusan baru. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kesiapan kerja, penguatan soft skill, serta pengelolaan personal branding yang baik berperan dalam meningkatkan daya saing lulusan di dunia kerja. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan berkontribusi praktis bagi perguruan tinggi dalam merancang dan memberikan program pengembangan lulusan yang berorientasi pada peningkatan employability di era digital.

Kata kunci: Kesiapan Kerja, Pelatihan Soft Skill, Personal Branding, Employability

Latar Belakang

Perkembangan dunia kerja pada era digital telah membawa perubahan mendasar dalam cara perusahaan merekrut, menilai, dan mempertahankan tenaga kerja. Digitalisasi proses bisnis, pemanfaatan artificial intelligence (AI), serta sistem kerja berbasis teknologi menuntut lulusan perguruan tinggi tidak hanya memiliki kemampuan akademik, tetapi juga kesiapan kerja yang matang, keterampilan non-teknis yang memadai, serta identitas profesional yang mampu ditampilkan secara efektif. Kondisi ini menjadikan persaingan kerja semakin ketat, khususnya bagi lulusan baru (fresh graduate) yang berada pada masa transisi dari dunia pendidikan ke dunia kerja.

Dalam kajian ketenagakerjaan modern, kemampuan lulusan untuk memperoleh, mempertahankan, dan mengembangkan pekerjaan dikenal dengan konsep employability. (Fugate et al., 2004) mendefinisikan employability sebagai pembahasan yang mencakup career identity, personal adaptability, dan human capital. (Yorke & Knight, 2004) melalui USEM Model menegaskan bahwa employability tidak hanya ditentukan oleh penguasaan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga oleh pemahaman diri, keyakinan, serta sikap reflektif individu. Dengan demikian, employability merupakan hasil akumulasi dari berbagai kompetensi yang dibentuk sebelum dan selama individu memasuki dunia kerja.

Fenomena rendahnya employability lulusan baru masih menjadi persoalan di Indonesia. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa tingkat pengangguran terdidik masih didominasi oleh lulusan perguruan tinggi. Survei Jobstreet & SEEK Asia juga mengungkapkan bahwa banyak perusahaan menilai lulusan baru belum siap menghadapi tuntutan kerja, terutama dalam hal adaptasi teknologi, komunikasi profesional, serta pemahaman budaya organisasi. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kompetensi lulusan dengan kebutuhan dunia industri, sehingga diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi employability lulusan baru.

Salah satu faktor penting yang sering dikaitkan dengan employability adalah kesiapan kerja (work readiness). Caballero dan Walker (2010) menjelaskan bahwa kesiapan kerja merupakan kombinasi antara

Pengaruh Kesiapan Kerja, Pelatihan Soft Skill, Dan Personal Branding Terhadap Employability Lulusan Baru Pada Era Di Surabaya)

pengetahuan, keterampilan, sikap, dan karakter personal yang memungkinkan individu berfungsi secara efektif di lingkungan kerja. (Caballero et al., 2011) selanjutnya mengembangkan Work Readiness Scale yang mencakup aspek work competence, organizational acumen, social intelligence, dan personal characteristics. Dalam perspektif teori employability (Fugate et al., 2004), kesiapan kerja berperan sebagai fondasi personal adaptability dan human capital yang menentukan daya saing individu di pasar kerja.

Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa kesiapan kerja berpengaruh positif terhadap employability. Syam, Salim, dan Yusuf (2025) menemukan bahwa lulusan dengan kesiapan kerja tinggi memiliki peluang kerja yang lebih besar karena mampu menunjukkan profesionalisme dan kesiapan mental. Kimtania dan Pritasari (2024) menegaskan bahwa komunikasi profesional, disiplin, dan etika kerja sebagai indikator kesiapan kerja meningkatkan employability lulusan. Akbar et al. (2023) menunjukkan bahwa kesiapan kerja yang didukung pengalaman magang memperkuat daya saing lulusan. Sahara et al. (2023) juga menyatakan bahwa kesiapan kerja berkontribusi signifikan terhadap kemampuan lulusan memperoleh pekerjaan. Namun demikian, Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kesiapan kerja tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap employability lulusan.

Penelitian oleh Caballero dan Walker (2010) menjelaskan bahwa meskipun lulusan merasa siap memasuki dunia kerja, perusahaan sering kali lebih memprioritaskan pengalaman kerja nyata dan kompetensi spesifik industri dibandingkan persepsi kesiapan diri. Akibatnya, kesiapan kerja yang bersifat subjektif belum tentu meningkatkan peluang kerja lulusan secara langsung. Selain kesiapan kerja, pelatihan soft skill juga dipandang sebagai faktor strategis dalam meningkatkan employability lulusan baru. Robles (2012) menyatakan bahwa komunikasi, kerja sama, integritas, dan etika kerja merupakan soft skill utama yang paling dibutuhkan perusahaan. Dalam kerangka 21st Century Skills, soft skill dipandang sebagai keterampilan inti yang menentukan keberhasilan individu dalam dunia kerja modern. Yorke dan Knight (2004) juga menegaskan bahwa soft skill merupakan bagian penting dalam pembentukan employability. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pelatihan soft skill berpengaruh positif terhadap employability. Afsholikhati et al. (2023) menemukan bahwa pelatihan soft skill meningkatkan kepercayaan diri dan kesiapan kerja mahasiswa. Sahara et al. (2023) serta Akbar et al. (2023) menunjukkan bahwa soft skill berkontribusi signifikan terhadap employability, terutama ketika dikombinasikan dengan pengalaman praktik industri.

Nurbaiti dan Almira (2024) menyatakan bahwa pelatihan soft skill meningkatkan profesionalisme dan adaptabilitas kerja, sementara Ardiyanto et al. (2024) menegaskan bahwa soft skill memperkuat employability melalui peningkatan kemampuan adaptasi. Namun, pelatihan soft skill juga tidak selalu memberikan dampak signifikan terhadap employability. Penelitian oleh Yusraa dan Azman (2025) menemukan bahwa soft skill tidak berpengaruh secara parsial terhadap kesiapan kerja mahasiswa, yang selanjutnya berdampak pada employability. Hal ini disebabkan oleh pelatihan soft skill yang bersifat teoritis, singkat, serta kurang terintegrasi dengan praktik kerja nyata sehingga belum mampu meningkatkan daya saing lulusan di pasar kerja. Hal ini kembali menunjukkan adanya perbedaan hasil penelitian yang menimbulkan research gap.

Faktor lain yang semakin relevan dalam proses rekrutmen pada era digital adalah personal branding. Montoya dan Vandehey (2002) mendefinisikan personal branding sebagai citra profesional yang terbentuk di benak publik. Dalam perspektif Signaling Theory (Spence, 1973), personal branding berfungsi sebagai sinyal kompetensi dan kredibilitas individu kepada perusahaan. Identitas karier yang kuat, sebagaimana dikemukakan oleh Fugate et al. (2004), merupakan salah satu komponen utama dalam membangun employability. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa personal branding berpengaruh positif terhadap employability. Pathmanathan dan Dodamgoda (2023) menemukan bahwa personal branding meningkatkan persepsi positif perekrut terhadap kandidat. Fitrah dan Widhiastuti (2022) menyatakan bahwa personal branding membantu lulusan baru menonjol di tengah persaingan kerja. Hernanda et al. (2025), Widiastuti et al. (2025), serta Salsaminia dan Santosa (2025) menegaskan bahwa personal branding digital yang konsisten meningkatkan peluang dipanggil wawancara dan diterima kerja. Namun, hasil yang berbeda ditemukan oleh Masyitoh dan Maksun (2025) menunjukkan bahwa personal branding tidak memiliki pengaruh langsung terhadap kesiapan karir dan minat memperoleh pekerjaan apabila tidak didukung oleh kompetensi teknis dan pengalaman kerja. Perbedaan temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh personal branding terhadap employability masih memerlukan pengujian lebih lanjut.

Berdasarkan fenomena, kajian teori, serta hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa employability lulusan baru dipengaruhi oleh kesiapan kerja, pelatihan soft skill, dan personal branding. Namun, hasil penelitian yang ada masih menunjukkan inkonsistensi, baik dari sisi pengaruh signifikan maupun tidak signifikan. Selain itu, masih terbatas penelitian yang menguji ketiga variabel tersebut secara simultan dalam satu model penelitian, khususnya dalam konteks era digital dan wilayah perkotaan seperti Surabaya Barat.

Dengan demikian, penelitian ini disusun untuk mengisi keterbatasan tersebut melalui pendekatan komprehensif yang menggabungkan pengaruh kesiapan kerja, pelatihan soft skill, dan personal branding terhadap employability lulusan baru pada era digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi lembaga pendidikan, perusahaan, serta lulusan perguruan tinggi dalam memahami kompetensi yang dibutuhkan untuk bersaing di dunia kerja modern. Berdasarkan pada rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini, maka dapat ditetapkan tujuan dari penelitian ini yaitu:

Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kesiapan Kerja terhadap terhadap Employability Lulusan Baru pada era digital di Surabaya Barat, Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pelatihan Soft Skill terhadap Employability Lulusan Baru pada era digital di Surabaya Barat. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Personal Branding terhadap Employability Lulusan Baru pada era digital di Surabaya Barat

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Kota Surabaya, namun karena Kota Surabaya sifatnya lebih luas maka peneliti membuat lebih spesifik di Kawasan Surabaya Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh lulusan baru (fresh graduate) perguruan tinggi yang berdomisili di wilayah Surabaya Barat. Untuk meningkatkan tingkat akurasi dan kekuatan analisis data, jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 120 responden, yang selanjutnya dianalisis menggunakan SPSS.

Hasil dan Diskusi

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini ada 120 responden yang menjawab kuesioner. Kuesioner dibagikan dengan kurang lebih 4 minggu dan diperoleh 120 jawaban yang sesuai dengan persyaratan sampel. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan *Google Form* <https://forms.gle/XEcsERqwCGUAigfo8>. Kuesioner ini disebar melalui media sosial *WhatsApp*, *Instagram*, *TikTok*. Penyebaran ini dilakukan dengan tujuan agar memperoleh tanggapan responden dengan cepat. Selaras pembagian kuesioner yang terlaksana, didapati data tentang ciri responden yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, tahun lulus beserta status saat ini. Data itu bisa diketahui dibawah ini :

Tabel 1 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Perempuan	58	48%
2.	Laki-Laki	62	52%
Jumlah		120	100%

Sumber : Jawaban Responden (data diolah, 2025)

Dari hasil tabel 1 mengenai kriteria responden berdasarkan jenis kelamin, bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah laki-laki, dengan jumlah 62 orang atau 52% dari total responden. Sementara itu, responden perempuan berjumlah 58 orang atau 48%.

Tabel 2 Kriteria Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	18 – 25 tahun	56	47%
2	25 – 35 tahun	54	45%
3	>35 tahun	10	8%
Total		120	100%

Sumber : Jawaban Responden (data diolah, 2025)

Dari hasil tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas responden terbanyak di usia 18-25 tahun dengan jumlah 56 orang atau 47%, kemudian di usia 25-35 tahun dengan jumlah 54 orang atau 45%, selanjutnya usia >35 tahun dengan jumlah 10 orang atau 8%.

Tabel 3 Kriteria Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Jenjang Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	D3	32	27%
2	S1	76	63%
3	S2	12	10%
Total		120	100%

Sumber : Jawaban Responden (data diolah,2025)

Dari hasil tabel 3 menunjukkan bahwa mayoritas responden terbanyak berada di Pendidikan terakhir S1 dengan jumlah 76 orang atau 63%, kemudian di jenjang D3 dengan jumlah 32 orang atau 27%, selanjutnya jenjang S2 dengan jumlah 12 orang atau 10%.

Tabel 4 Kriteria Responden Berdasarkan Tahun Lulus

No	Tahun Lulus	Jumlah	Persentase
1	2023	37	31%
2	2024	37	31%
3	2025	46	38%
Total		120	100%

Sumber : Jawaban Responden (data diolah,2025)

Dari hasil tabel 4 menunjukkan bahwa mayoritas responden terbanyak berada di tahun kelulusan 2025 dengan jumlah 46 orang atau 38%, kemudian di tahun kelulusan 2023 dan 2024, memiliki jumlah responden masing masing 37 orang atau 31%.

Tabel 5 Kriteria Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

No	Status	Jumlah	Persentase
1	Mencari Kerja	55	46%
2	Bekerja	65	54%
Total		120	100%

Sumber : Jawaban Responden (data diolah,2025)

Dari hasil tabel 5 mengenai kriteria responden berdasarkan status pekerjaan, bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini telah bekerja dengan jumlah 65 orang atau 54% dari total responden. Sementara itu, responden yang sedang mencari kerja berjumlah 55 orang atau 46%.

Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis**Hasil Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk memastikan kuesioner penelitian itu valid atau tidak valid. Detail pernyataan dari kuisoner akan dipandang valid ketika hasil korelasi menunjukkan hasil yang signifikan, dengan signifikansi kurang dari 0,05 dan korelasi lebih dari 0,4.

Tabel 6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Person Correlation	Signifikan	Keterangan
Kesiapan Kerja (X1)	X1_1	0,902	0,000	Valid
	X1_2	0,932	0,000	Valid
	X1_3	0,917	0,000	Valid
	X1_4	0,890	0,000	Valid
Pelatihan Soft Skill (X2)	X2_1	0,886	0,000	Valid
	X2_2	0,887	0,000	Valid
	X2_3	0,873	0,000	Valid
	X2_4	0,829	0,000	Valid
	X2_5	0,873	0,000	Valid
	X2_6	0,873	0,000	Valid
Personal Branding (X3)	X3_1	0,871	0,000	Valid
	X3_2	0,887	0,000	Valid
	X3_3	0,836	0,000	Valid
	X3_4	0,874	0,000	Valid
	X3_5	0,896	0,000	Valid
Employability (Y)	Y.1	0,896	0,000	Valid
	Y.2	0,895	0,000	Valid
	Y.3	0,817	0,000	Valid
	Y.4	0,918	0,000	Valid
	Y.5	0,864	0,000	Valid

Sumber : Jawaban Responden (data diolah,2025)

Sesuai tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel Kesiapan Kerja (X1), Pelatihan *Soft Skill* (X2), *Personal Branding* (X3), dan variabel *Employability* (Y), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai koefisien korelasi lebih besar 0,4 maka item kuisioner dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah uji statistik yang digunakan untuk menilai serta mengukur konsistensi sebuah penelitian (seperti kuisioner) agar menghasilkan data yang stabil, konsisten, dan dapat dipercaya. Uji reliabilitas memanfaatkan proses *composite reliability* dengan melihat nilai *cronbach alpha*. Indikator akan dinyatakan reliabel apabila koefisien *alpha* lebih besar dari pada 0,6.

Tabel 7 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Reliabilitas Minimum	Keterangan
Kesiapan Kerja (X1)	0,931	0,6	Reliabel
Pelatihan <i>Soft Skill</i> (X2)	0,934	0,6	Reliabel
<i>Personal Branding</i> (X3)	0,922	0,6	Reliabel
<i>Employability</i> (Y)	0,925	0,6	Reliabel

Sumber : Jawaban Responden (data diolah,2025)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai *cronbach Alpha* variabel lebih besar dari pada 0,6 maka dapat dikatakan semua variabel sudah reliabel.

Uji Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis hubungan antara satu variabel terikat *Employability* (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas Kesiapan Kerja (X1), Pelatihan *Soft Skill* (X2), *Personal Branding* (X3), maka menggunakan model persamaan uji berikut :

Tabel 8 Uji Regresi linear berganda

Model		Unstandardized B	Coefficients Std.Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.736	.525		3.309	.001
	X1	.380	.097	.326	3.907	.000
	X2	.263	.072	.317	3.647	.000
	X3	.314	.084	.331	3.748	.000

Sumber : Jawaban Responden (data diolah,2025)

Sesuai tabel 4.13 diatas dapat diketahui model regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = 1,736 + 0,380 X1 + 0,263 X2 + 0,314 X3 + e$$

1. Besar nilai konstanta 1,736 yang memperlihatkan jika semisal variabel bebas pada situasi sama, maka variabel *Employability* (Y) akan bernilai baik sebesar 1,736 satuan.
2. Koefisiensi regresi Kesiapan Kerja (X1) sebesar 0,380 memiliki arti keterkaitan variabel Kesiapan Kerja (X1) dengan *Employability* (Y) searah.
3. Koefisiensi regresi Pelatihan *Soft Skill* (X2) sebesar 0,263 memiliki arti keterkaitan variabel Pelatihan *Soft Skill* (X2) dan dengan *Employability* (Y) searah.

4. Koefisiensi regresi *Personal Branding* (X3) sebesar 0,314 memiliki arti keterkaitan variabel *Personal Branding* (X3) dengan *Employability* (Y) searah.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah metode yang didasarkan dari analisis data. Jika hipotesis nol ditolak, maka harus ada bukti yang cukup kuat untuk menyatakan bahwa ada perbedaan atau hubungan dari variabel yang signifikan. Maka uji ini dilakukan dengan uji statistik T dan F, serta koefisien determinasi (R^2).

Uji T

Uji t (parsial) dimanfaatkan untuk menilai signifikansi keterkaitan antara masing - masing variabel apakah Kesiapan Kerja, Pelatihan *Soft Skill*, *Personal Branding* benar benar berpengaruh terhadap *Employability* lulusan baru pada era digital. Berikut ini adalah hasil dari uji t :

Tabel 9 Hasil Uji T

Variabel	Thitung	Ttabel	Sig.	α	Keputusan
Kesiapan Kerja	3.907	1.658	0.000	0.05	signifikan
Pelatihan <i>Soft Skill</i>	3.647	1.658	0.000	0.05	Signifikan
<i>Personal Branding</i>	3.748	1.658	0.000	0.05	Signifikan

Sumber : Jawaban Responden (data diolah,2025)

Berdasarkan hasil penghitungan uji t pada tabel 9 didapati t-tabel sebesar 1.660, maka dari penjumlahan ini dapat dijelaskan :

- a) Berdasarkan tabel 4.13 nilai thitung < ttabel yakni 3,907 > 1,658 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 . Sehingga mampu disimpulkan jika Ha diterima dan Ho ditolak yang memiliki arti variabel kesiapan kerja (X1) berdampak signifikan kepada *employability* (Y) lulusan baru pada era digital. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang diajukan diterima.
- b) Berdasarkan tabel 4.13 nilai thitung> ttabel yakni 3,647> 1,658 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Maka mampu disimpulkan jika Ha diterima dan Ho ditolak yang berarti variabel pelatihan *soft skill* (X2) berdampak signifikan kepada *employability* (Y) lulusan baru pada era digital. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang diajukan diterima.
- c) Sesuai tabel 4.13 nilai thitung > ttabel yakni 3,784 > 1,658 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Sehingga mampu disimpulkan jika Ha diterima dan Ho ditolak yang memiliki arti variabel *personal branding* (X3) berdampak signifikan kepada *employability* (Y) lulusan baru pada era digital. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang diajukan diterima.

Uji F

Hasil Uji F memiliki nilai R-square (R^2), yang menunjukkan koefisien determinasi, yang menunjukkan seberapa besar kontribusi dari variabel bebas dalam model regresi dan seberapa besar variasi dari variabel lain.

1. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05, maka model regresi yang dihasilkan tidak dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.
2. Model regresi yang dihasilkan dapat digunakan untuk analisis berikutnya jika nilai signifikannya kurang dari 0,05.

Tabel 10 Hasil Uji F
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3212.747	3	1079.916	344.265	.000 ^b
	Residual	360.845	116	3.111		
	Total	3573.592	119			

Sumber : Jawaban Responden (data diolah,2025)

Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 344.265 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000. Jumlah sampel sebanyak 120 dan jumlah variabel bebas yang diteliti sebanyak 3 variabel, maka dapat diketahui bahwa besar F_{tabel} adalah sebesar 3.07. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $344.265 > 3,07$ dan memiliki taraf signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, maka secara simultan variabel Kesiapan Kerja (X1), Pelatihan *Soft Skill* (X2), *Personal Branding* (X3) mempengaruhi *employability* lulusan baru pada era digital.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas atau independen menjelaskan variabel terikat atau dependen. Nilai *R Square* yang kecil menandakan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat terbatas.

**Tabel 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.948 ^a	.899	.896	1.764

Sumber : Jawaban Responden (data diolah,2025)

Dari tabel 11 didapatkan nilai *R Square* sebesar 0,899, hal ini menunjukkan bahwa 89,9% *employability* (Y) dipengaruhi oleh kombinasi ketiga variabel independent yaitu Kesiapan Kerja (X1), Pelatihan *Soft Skill* (X2), *Personal Branding* (X3). Sisanya sebesar 10,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kesiapan Kerja (X1), Pelatihan *Soft Skill* (X2), dan *Personal Branding* (X3) terhadap *Employability* (Y) lulusan baru pada era digital. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diuraikan beberapa temuan sebagai berikut:

Pengaruh Kesiapan Kerja terhadap *Employability* Lulusan Baru pada Era Digital di Surabaya

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa kesiapan kerja berpengaruh secara signifikan terhadap *employability* lulusan baru pada era digital di Surabaya. Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat kesiapan kerja yang dimiliki oleh lulusan baru, maka semakin besar peluang lulusan baru untuk memiliki tingkat *employability* yang baik di dunia kerja. Hal ini menegaskan bahwa kesiapan kerja merupakan faktor penting yang perlu dimiliki lulusan dalam menghadapi persaingan kerja yang semakin kompetitif, khususnya di era digital.

Hasil deskripsi jawaban responden pada variabel kesiapan kerja menunjukkan nilai mean total pada keempat indikator berada pada angka 3,37, yang mengindikasikan bahwa responden cenderung kurang setuju terhadap pernyataan yang menggambarkan kesiapan kerja responden. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tuntutan dunia kerja dengan kesiapan kerja yang dimiliki oleh lulusan baru, terutama dalam aspek keterampilan kerja, kecerdasan sosial, pemahaman organisasi dan karakter personal.

Berdasarkan karakteristik usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 18-25 tahun (47%) yang merupakan kelompok usia produktif dan tergolong lulusan baru. Pada rentang usia ini, individu umumnya masih berada dalam tahap transisi dari dunia pendidikan ke dunia kerja, sehingga tingkat kesiapan kerja yang belum optimal. Hal ini sejalan dengan kondisi nyata dimana lulusan baru sering kali mengalami kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan kebutuhan industri yang menuntut kesiapan kerja.

Dalam hal tersebut, hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam kesiapan kerja memiliki suatu peran yang signifikan dalam meningkatkan kemampuan *employability* terhadap lulusan baru. Suatu kesiapan kerja dimana meliputi penguasaan dalam kompetensi kerja, kemampuan dalam beradaptasi, kecerdasan sosial, pemahaman terhadap dunia kerja, serta sikap yang profesional dinyatakan terbukti mampu membantu lulusan baru dalam menghadapi persaingan kerja di era digital. Dimana semakin tinggi Tingkat kesiapan seseorang, maka akan semakin besar peluang seseorang untuk dapat memperoleh dan mempertahankan pekerjaan dalam persaingan yang begitu pesat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tsaqib, dkk (2025) yang berjudul pengaruh *employability skills* terhadap kesiapan kerja, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara dua variabel tersebut. Penelitian lain oleh Kimtania dan Pritasari (2024) menegaskan bahwa komunikasi profesional, disiplin, dan etika kerja sebagai indikator kesiapan kerja meningkatkan *employability* lulusan.

Pengaruh Pelatihan *Soft Skill* terhadap *Employability* Lulusan Baru pada Era Digital di Surabaya

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa pelatihan *soft skill* berpengaruh secara signifikan terhadap *employability* lulusan baru pada era digital di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa lulusan yang mengikuti pelatihan *soft skill* memiliki kemampuan komunikasi, *teamwork*, kepemimpinan manajemen waktu yang lebih baik, sehingga peluang individu untuk terserap di dunia kerja meningkat. Dengan kata lain, pelatihan *soft skill* merupakan faktor penting dalam meningkatkan *employability* lulusan baru terutama dalam era digital yang menuntut lulusan mampu bekerja dalam lingkungan yang berbasis teknologi.

Hasil deskripsi jawaban responden pada variabel pelatihan *soft skill* menunjukkan bahwa nilai mean total pada enam indikator pelatihan *soft skill* berada pada angka 3,38, yang menunjukkan bahwa responden cenderung kurang setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang menggambarkan pelatihan *soft skill*. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa meskipun pelatihan *soft skill* memiliki pengaruh signifikan secara statistik, penerapan atau pengalaman nyata lulusan terhadap pelatihan ini masih dirasakan kurang optimal.

Dikaitkan dengan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, data menunjukkan bahwa responden terdiri dari laki laki sebanyak 52% dan perempuan sebanyak 48%, yang relatif seimbang. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh pelatihan *soft skill* terhadap *employability* tidak terbatas pada gender tertentu. Berdasarkan tahun kelulusan, sebagian besar lulusan berasal dari tahun 2025 (38%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan lulusan baru yang mungkin belum memiliki pengalaman kerja yang cukup, sehingga pelatihan *soft skill* menjadi modal penting untuk meningkatkan kesiapan responden dalam menghadapi tuntutan profesional di dunia kerja.

Dalam hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa pelatihan *soft skill* memberikan suatu kontribusi yang positif dalam meningkatkan *employability* lulusan baru. *Soft skill* yang dimana dapat digambarkan seperti kemampuan dalam berkomunikasi, kerja sama dalam tim, kemampuan untuk memajemen waktu, pengendalian emosi, menyelesaikan atau merespon masalah, serta etika kerja yang menjadi faktor pendukung dan pelengkap penting dalam dunia kerja yang ada di era digital ini atau yang biasa dikenal dengan dunia kerja yang modern. Lulusan baru yang bisa memperoleh pelatihan dalam mengembangkan kemampuan *soft skill* secara memadai sering kali cenderung lebih siap dan mampu beradaptasi dalam menghadapi berbagai tuntutan termasuk tekanan dalam lingkungan kerja yang dinamis.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Sahara et al. (2023) serta Akbar et al. (2023) menunjukkan bahwa pelatihan *soft skill* berkontribusi signifikan terhadap *employability*, terutama ketika dikombinasikan dengan pengalaman praktik industri.

Pengaruh *Personal Branding* terhadap *Employability* Lulusan Baru pada Era Digital di Surabaya

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa *personal branding* berpengaruh secara signifikan terhadap *employability* lulusan baru pada era digital di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa lulusan yang mampu membangun citra profesional yang jelas dan konsisten akan lebih mudah diterima di dunia kerja serta lebih kompetitif dibandingkan lulusan yang kurang memperhatikan *personal branding*.

Menurut deskriptif hasil jawaban responden pada variabel *personal branding* berada pada angka 3,41 yang berarti responden setuju dengan pernyataan kuesioner mengenai *personal branding*. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar lulusan baru menyadari pentingnya membangun citra profesional yang mencerminkan identitas, perilaku dan kompetensi lulusan dalam dunia kerja digital.

Hasil penelitian membuktikan bahwa dalam mengimplementasikan *personal branding* dapat memiliki peran yang cukup strategis dalam meningkatkan kemampuan *employability* lulusan baru. *Personal branding* yang dibangun secara konsisten, autentik, dan profesional melalui sebuah media digital maupun secara interaksi langsung dapat membentuk suatu citra yang positif didalam lingkup pemberi kerja. Dalam era digital, *personal branding* tidak hanya mencerminkan suatu kompetensi secara individu, tetapi juga mampu menunjukkan suatu nilai dan perbedaan dalam lulusan baru dari pencari kerja lainnya. Diera digital saat ini, *personal branding* tidak dipandang sebagai nilai kepercayaan, karena adanya sebuah kemajuan teknologi maka rata-rata pemberi kerja tidak dipungkiri dapat menelusuri *digital footprint* dari calon penerima kerja. Oleh karena itu, dampak dari dilakukannya *personal branding* sesuai dengan hasil penelitian menunjukkan secara signifikan berpengaruh terhadap *employability* lulusan baru di era digital saat ini.

Temuan dari penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Fitrah dan Hardani dengan judul “Pengaruh *Personal Branding* dan *Self Efficacy* terhadap *Career Satisfaction* melalui *Perceived Employability* bagi Professional Coach” menunjukkan bahwa *personal branding* berpengaruh terhadap *employability*.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa *personal branding* merupakan faktor strategis dalam meningkatkan *employability* lulusan baru pada era digital, terutama dalam membangun citra profesional dan kemampuan komunikasi yang konsisten dengan tuntutan pasar kerja saat ini.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang sudah dilampirkan pada bab 4, maka dengan itu pada penelitian ini dapat disimpulkan dengan secara rinci sebagai berikut: 1. Kesiapan Kerja berpengaruh secara signifikan terhadap *employability* lulusan baru pada era digital di Surabaya Barat. 2. Pelatihan *Soft Skill* berpengaruh signifikan terhadap *employability* lulusan baru di era digital di Surabaya Barat. 3. Melakukan *Personal branding* dalam hasil penelitian berpengaruh signifikan terhadap *employability* lulusan baru pada era digitalisasi di Surabaya Barat.

Referensi

1. Afsholikhati, M., Zarei, A., & Fathi, S. (2023). The role of employability skills in enhancing graduate employability. *Journal of Education and Work*, 36(2), 145–160.
2. Akbar, M., Sari, D. P., & Nugroho, A. (2023). Pengaruh personal branding terhadap employability lulusan baru. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 55–67.
3. Andrews, J., & Higson, H. (2008). Graduate employability, ‘soft skills’ versus ‘hard’ business knowledge: A European study. *Higher Education in Europe*, 33(4), 411–422.
4. Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. In *New York: W. H. Freeman*. W. H. Freeman.
5. Caballero, C. L., & Walker, A. (2010). Work readiness in graduate recruitment and selection: A review of current assessment methods. *Journal of Teaching and Learning for Graduate Employability*, 1(1), 13–25.
6. Caballero, C. L., Walker, A., & Fuller-Tyszkiewicz, M. (2011). The work readiness scale (WRS): Developing a measure to assess work readiness in college graduates. *Journal of Teaching and Learning for Graduate Employability*, 2(1), 41–54.
7. Fitrah, H. E., & Widhiastuti, H. (2022). Pengaruh personal branding dan self-efficacy terhadap career satisfaction melalui perceived employability bagi professional coach. *Indonesian Journal of Islamic Psychology*, 4(1), 45–60.
8. Forum, W. E. (2023). *The future of jobs report*. <https://www.weforum.org>
9. Fugate, M., Kinicki, A. J., & Ashforth, B. E. (2004). Employability: A psycho-social construct, its dimensions, and applications. *Journal of Vocational Behavior*, 65(1), 14–38.
10. Gorbатов, S., & Khapova, S. N. (2018). Moving towards a sustainable career: Nexus of self-management, career crafting and employability. *Journal of Vocational Behavior*, 10(9), 1–13.
11. Indonesia, K. K. R. (2023). *Laporan ketenagakerjaan Indonesia*. <https://www.kemnaker.go.id>
12. Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). Adequacy of sample size in health studies. In *Chichester: John Wiley & Sons*. John Wiley & Sons.
13. Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). The personal branding phenomenon. In *Nashville: Vaughan Printing*. Vaughan Printing.
14. Noe, R. A. (2017). Employee training and development. In *New York: McGraw-Hill Education* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
15. Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). Organizational behavior. In *Boston: Pearson Education* (17th ed.). Pearson Education.
16. Robles, M. M. (2012). Executive perceptions of the top 10 soft skills needed in today’s workplace. *Business Communication Quarterly*, 75(4), 453–465.
17. Sahara, A., Putri, R. M., & Lestari, D. (2023). Pengaruh kesiapan kerja terhadap employability lulusan perguruan tinggi. *Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi*, 12(2), 89–101.
18. Salas, E., Tannenbaum, S. I., Kraiger, K., & Smith-Jentsch, K. A. (2012). The science of training and development in organizations. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(2), 74–101.
19. Spence, M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374.
20. Statistik, B. P. (2024). *Tingkat pengangguran terbuka menurut tingkat pendidikan*. <https://www.bps.go.id>
21. Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*. Alfabeta.
22. Tsaqib, A. F., Wiyono, A., & Rusimanto, P. W. (2025). Pengaruh employability skills terhadap kesiapan kerja siswa. *Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 5(3), 1121–1130.
23. Yorke, M., & Knight, P. (2004). Embedding employability into the curriculum. In *York: Higher Education Academy*. Higher Education Academy.
24. Yusra, Y., & Azman, A. (2025). Pengaruh soft skill terhadap kesiapan kerja mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Dan Ketenagakerjaan*, 10(1), 45–58.
25. Yusraa, M., Alwi, A., & Ibrahim, R. (2020). The influence of employability skills on graduates’ employability. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 13(5), 123–135.