

Kepercayaan Diri Generasi Z Indonesia Memasuki Dunia Kerja: Gambaran Self-Perceived Employability

Amatul Firdausa Nasa¹, Meria Susanti², Lala Septiyani Sembiring³, Rahmi Fahmy⁴,
Meifal Rusli⁵, Tri Rahayuningsih⁶, Siska Oktari⁷, Yosea Kurnianto⁸

^{1,2,3,6,7}Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Andalas

⁴Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas

⁵Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Andalas

⁸Tanoto Foundation

e-mail: *amatulfirdausanasa@med.unand.ac.id

Received: 9th September 2022/ **Revised:** 14th October 2022/**Accepted:** 23rd December 2022

Abstract. *Technological advances bring transformation in employment, such as the shift of work towards digitalization. The covid-19 pandemic has also encouraged increasing technology use at work. The impact of this phenomenon is reducing the need for human resources, which increases competition in the world of work. Generation Z is a generation that currently and will face this change where they are required to have more skills so they able to compete to get and maintain their jobs. Self-perceived employability measures individual perceptions of their ability to get and keep jobs later. This study aims to get an overview of the level of self-perceived employability in Generation Z in Indonesia by involving 1157 college students in their third and fourth years. The data was collected from 23 provinces spread across western, central, and eastern Indonesia using the online platform. The results showed that most Generation Z in Indonesia have high (67%) and moderate levels of self-perceived employability (32%). In addition, it was found that some factors can impact increasing students' views of their employability skills. The factors are being active in organizations on campus and off campus (freelance, entrepreneurship), English proficiency (active and passive), and the Career Center in Higher Education.*

Keywords: *world of work, Generation Z, Indonesia, perceived employability*

Abstrak. Kemajuan teknologi membawa perubahan terhadap tuntutan di dunia kerja seperti peralihan pekerjaan ke arah digitalisasi. Munculnya Pandemi Covid-19 juga semakin mendorong peningkatan penggunaan teknologi di dunia kerja. Hal ini berdampak semakin berkurangnya kebutuhan tenaga manusia yang meningkatkan persaingan di dunia kerja. Generasi-Z merupakan generasi yang sedang dan akan menghadapi perubahan ini di mana mereka dituntut untuk memiliki keterampilan lebih agar mampu bersaing untuk mendapatkan dan mempertahankan kinerja. Konsep *self-perceived employability* digunakan untuk mengukur persepsi individu terhadap kemampuannya dalam mendapatkan dan mempertahankan pekerjaannya nantinya. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran tingkat *self-perceived employability* pada Generasi-Z di Indonesia dengan melibatkan 1157 mahasiswa semester 5-8. Data dikumpulkan menggunakan platform daring di 23 provinsi yang tersebar di wilayah

barat, tengah, dan timur Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sebagian besar Generasi-Z di Indonesia memiliki tingkat *self-perceived employability* yang tinggi (67%) dan sedang (32%). Selain itu juga didapati bahwa faktor seperti keaktifan di organisasi dalam kampus dan di luar kampus (*freelance*, berwiraswasta), kemahiran berbahasa Inggris (aktif dan pasif), dan keberadaan Pusat Karir di Perguruan Tinggi dapat berdampak pada peningkatan pandangan mahasiswa terhadap *employability skill* mereka.

Kata kunci: *Dunia Kerja, Generasi Z, Indonesia, Perceived Employability*

Saat ini persaingan dunia kerja semakin ketat. Kemajuan teknologi membuat banyaknya perubahan dalam sektor kehidupan sehingga semakin mempersempit lapangan kerja yang ada. Cazan et al. (2020) menyatakan bahwa digitalisasi membawa perubahan dalam dunia kerja. Hal-hal yang sebelumnya dilakukan oleh manusia, akan dialihkan kepada mesin (Fauzie, 2017). Suarta et al. (2017) menyatakan bahwa perubahan teknologi membuat perubahan besar dalam aspek pola kerja di dunia industri, yaitu hilangnya lapangan kerja tertentu serta kebutuhan akan keterampilan baru yang sebelumnya tidak ada. Bahkan World Economic Forum (2020) menyatakan bahwa dalam lima tahun mendatang, akan terjadi lagi pengurangan tenaga kerja akibat teknologi. Lebih lanjut, hal tersebut akan mendorong adanya peningkatan keterampilan yang dimiliki untuk bisa bersaing di dunia kerja nantinya.

Perubahan dalam dunia kerja berbasis digitalisasi tersebut semakin cepat prosesnya ketika Pandemi Covid-19 terjadi di awal tahun 2020. Pandemi Covid-19 terbukti mendorong percepatan perubahan dalam pekerjaan yang juga berdampak dengan sistem kerja di masa depan (Nagel, 2020). Salah satunya ketika terjadi *lockdown* dan pergolakan di sektor ekonomi pada akhirnya mendorong perusahaan mengadopsi teknologi dalam sistem kerja sehingga membuat perubahan terhadap tugas, pekerjaan, dan keterampilan yang dibutuhkan pada tenaga kerja. Diperkirakan pada tahun 2025 sebanyak 85 juta pekerjaan yang awalnya dikerjakan manusia, akan bergantian dengan mesin, dan sebanyak 97 juta pekerjaan baru akan muncul sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan dunia kerja antara manusia, mesin, dan algoritma. Hal tersebut tentunya akan menjadi tantangan tersendiri bagi para lulusan perguruan tinggi saat ini. Salah satu tantangannya adalah menjembatani kesenjangan antara keterampilan yang dimiliki saat lulus dengan kebutuhan dunia kerja (Suarta et al., 2017). Oleh karena itu,

untuk bisa bersaing dan bertahan di dunia kerja diperlukan penyesuaian keterampilan sehingga dapat memenuhi tuntutan dunia kerja (Kam, 2020).

Salah satu generasi yang akan menghadapi ketatnya persaingan dunia kerja saat ini adalah mereka yang lahir di antara 1996-2000an atau disebut juga dengan generasi Z atau Gen-Z. Generasi-Z merupakan generasi yang lahir pada rentang tahun 1995 sampai dengan tahun 2012 (Chillakuri, 2020). Generasi-Z merupakan generasi yang saat ini akan atau sedang berada pada usia produktif untuk bekerja (Schroth, 2019). Dari survei yang dilakukan oleh Varol dan Kılınç (2021) pada Generasi-Z diketahui bahwa Pandemi Covid-19 berdampak negatif terhadap rencana bisnis dan tujuan karir mereka ke depan. Pandemi Covid-19 juga mengubah preferensi untuk kehidupan bisnis dan karir masa depan mereka, yaitu lebih banyak yang ingin menjadi pegawai negeri, dan hanya sedikit yang berminat bekerja di sektor swasta, selebihnya ingin memulai bisnis sendiri. Selanjutnya motivasi kerja Generasi-Z juga dipengaruhi oleh sikap perusahaan terhadap masyarakat; aktivitas berpartisipasi bukan hanya sekedar untuk mendapatkan *reward*, tetapi juga sebagai pemenuhan kebutuhan kompetitif; serta arah perkembangan sosio-ekonomi dari kehidupan umum di era digital (Vasilyeva et al., 2020).

Generasi-Z sendiri memiliki beberapa karakteristik yang cukup unik. Seperti yang diketahui Generasi-Z merupakan generasi yang dibesarkan dengan internet sejak usia dini (Francis & Hoefel, 2018). Hal tersebut membuat Generasi-Z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya (Iorgulescu, 2016). Merriman (2015) menjelaskan bahwa ketergantungan yang tinggi terhadap internet membuat Generasi-Z ini dapat memperoleh informasi dengan mudah dan dalam waktu singkat. Akses informasi yang mudah dan cepat ini membuat mereka kurang begitu menggunakan *brain logic* dalam proses berpikir. Padahal *brain logic* ini sangat dibutuhkan guna proses *problem solving* permasalahan yang muncul dalam dunia kerja. Selain itu, Singh dan Dangmei (2016) menyatakan bahwa Generasi-Z merupakan generasi yang menggemari teknologi tetapi keterampilan penyelesaian masalah mereka cenderung kurang terasah. Mereka juga kurang memiliki kemampuan dalam melihat situasi, memahaminya dalam konteks tertentu, menganalisa, dan membuat keputusan.

Gaya komunikasi Generasi-Z juga berlangsung secara individual, *online* dan 'singkat'. Mereka terbiasa menerima informasi yang tersedia untuk mereka secara instan dan gratis. Hal ini membuat generasi Z menjadi tidak sabar, mudah memberontak dan mengharapkan hasil instan (Turner, 2015). Hasil penelitian Opris dan Chenusa (2017) pun menggambarkan Generasi-Z sebagai generasi yang kurang memiliki kesabaran dan ingin semuanya serba cepat. Selain itu, Generasi-Z juga digambarkan sebagai generasi yang individualistis dan lebih mementingkan diri sendiri serta kurang berorientasi pada kerja sama tim (Turner, 2015). Generasi Z ini sebenarnya cukup ahli berkomunikasi secara *online*, namun *skill* komunikasi mereka tergolong kurang baik ketika berkomunikasi *face to face* atau secara langsung.

Dalam pekerjaan, Generasi-Z ingin membangun beberapa karir secara paralel dan memiliki beberapa pekerjaan secara bersamaan. Mereka juga cenderung ingin memiliki jadwal yang fleksibel dalam bekerja. Generasi-Z tidak suka dengan hal yang rigid dalam bekerja dan sangat mengutamakan kenyamanan untuk *personal life* mereka (Gaidhani et al., 2019). Selanjutnya mereka lebih menyukai jika pekerjaan mereka memanfaatkan teknologi misalnya dalam membuat dokumen dan *database*, serta memanfaatkan internet dalam mencari informasi. Mereka juga membutuhkan *feedback* secara kontan dari mentor atau atasan mereka. Selain itu, mereka mencari pekerjaan yang dapat memberikan kenyamanan dalam kehidupan pribadi mereka (Gaidhani et al., 2019).

Berbeda dengan generasi milenial yang menginginkan kepuasan pribadi terhadap organisasi dan komitmen sosial organisasi dari pekerjaan mereka, Generasi-Z cenderung lebih membutuhkan pemberian otonomi (Carranza et al., 2020). Ketika lingkungan kerja terutama atasan dapat menunjukkan kepercayaan dan memberikan dukungan kepada mereka dalam mengambil keputusan, memungkinkan karyawan Generasi-Z berhasil untuk menyelesaikan pekerjaan mereka dalam bentuk mengendalikan suatu proyek (Schroth, 2019). Selain itu, Generasi-Z lebih menyukai pekerjaan yang memungkinkan mereka untuk bisa berinteraksi dan berhubungan dengan banyak orang, memiliki jam kerja yang panjang, dan mementingkan kesehatan dan keselamatan di tempat kerja (Goh & Lee, 2018).

Tujuan karir, pemilihan pekerjaan, dan keterampilan personal yang dimiliki Generasi-Z ini berkaitan dengan konsep *employability skill*. Cukup banyak para ahli yang menyampaikan konsep mengenai *employability* dengan berbagai konteks. McQuaid dan Lindsay (2005) menyampaikan bahwa konsep *employability* diterapkan pada para pekerja dan pencari kerja. Sedangkan Fugate et al. (2004) menyatakan bahwa konsep *employability* terkait dengan bagaimana individu memandang karakteristik yang dimilikinya yang dapat membantunya untuk memenuhi tuntutan di dunia kerja. Senada dengan itu, Rothwell dan Arnold (2007) menyatakan bahwa *employability* merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mendapatkan pekerjaan yang diinginkan ataupun mempertahankan pekerjaan yang sudah dimiliki. Dengan kata lain, *employability skill* terkait dengan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang dibutuhkan di dalam pekerjaan.

Penelitian ini lebih berfokus pada konsep *perceived employability* yang didefinisikan sebagai kemampuan yang dirasakan individu untuk mencapai pekerjaan yang sesuai dengan tingkat kualifikasi (Rothwell et al, 2008). Selain itu Vanhercke et al. (2014) menyampaikan *perceived employability* sebagai persepsi individu tentang kemungkinan dirinya memperoleh dan mempertahankan pekerjaan. Definisi ini diadaptasi dari Berntson and Marklund (2007). Hal tersebut terkait bagaimana individu menilai kemampuan dan keterampilan yang mereka miliki dalam mendapatkan pekerjaan. *Perceived employability* juga dapat didefinisikan sebagai persepsi individu tentang kemungkinan dirinya memperoleh dan mempertahankan pekerjaan (Vanhercke et al., 2014). Artinya pada penelitian ini yang diukur adalah persepsi Generasi-Z terhadap *employability skill* mereka.

Dalam pengukuran *employability skill* pada suatu generasi harus menggunakan sudut pandang (dalam penelitian ini Generasi-Z) karena ada pertimbangan bahwa ada perbedaan ketika mendefinisikan sebuah generasi (Carranza et al., 2020). Penelitian *employability* mencakup sumber lain ketika mengevaluasi kemampuan kerja Generasi-Z, misalnya atasan langsung atau rekan kerja mereka. Selain itu, juga memasukkan banyak jenis pekerjaan untuk lebih memahami dampak tingkat pekerjaan (Van der Heijden et al., 2018). Studi literatur yang dilakukan oleh Suarta et al. (2017) menunjukkan bahwa

employability skill menjadi isu yang sangat penting pada pasar tenaga kerja abad ke-21 terutama tenaga kerja yang berasal dari Generasi-Z.

Keterampilan komunikasi, keterampilan memecahkan masalah dan pengambilan keputusan, dan keterampilan kerja tim adalah atribut keterampilan kerja dengan tingkat kepentingan tertinggi. Selain itu, lulusan juga diharapkan memiliki sejumlah atribut pribadi antara lain kesadaran diri, kepercayaan diri, kemandirian, kecerdasan emosional, fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi, toleransi stres, kreativitas dan inisiatif, kemauan untuk belajar, reflektif, belajar sepanjang hayat, dan perilaku profesional (Suarta et al., 2017). Penelitian yang dilakukan Pereira et al. (2019) menemukan bahwa mahasiswa Generasi-Z di Eropa menganggap bahwa komunikasi, keterampilan berpikir, dan keterampilan interpersonal sebagai kemampuan yang paling penting untuk bisa mendapatkan pekerjaan di bidang studi mereka.

Beberapa karakteristik unik yang dimiliki oleh Generasi-Z ini tentu akan mempengaruhi mereka dalam dunia kerja serta menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan dalam merekrut Generasi-Z tersebut. Oleh karena itu, diperlukan suatu kajian mengenai bagaimana Generasi-Z khususnya di Indonesia dalam memandang *employability skill* yang mereka miliki untuk bisa masuk ke dalam dunia kerja. Hal tersebut akan dapat membantu pendidikan tinggi dalam upaya meningkatkan kemampuan Generasi-Z sehingga dapat memenuhi tuntutan pasar tenaga kerja. Selain itu, bagi perusahaan hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam mengelola karyawannya sehingga lebih dapat optimal bekerja sesuai dengan tuntutan perusahaan. Pada penelitian ini akan dilihat bagaimana gambaran *self-perceived employability skill* pada Generasi-Z dikaitkan dengan berbagai faktor demografi yang dinilai dapat menunjang *employability skill* mereka.

Metode

Partisipan Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa di berbagai wilayah Indonesia bagian Barat, Tengah, dan Timur yang tersebar di 23 provinsi. Sementara itu, kriteria responden adalah mahasiswa yang lahir pada tahun 1996-2013 (Gen-Z) dan mahasiswa yang sedang kuliah atau berada di tahun akhir (semester 5-8). Pada penelitian ini target

partisipan yang diikutsertakan adalah sebesar 2000 partisipan dengan mempertimbangkan akses kepada partisipan melalui media daring dalam proses pengambilan data. Dari hasil pengambilan data pada penelitian ini, data yang terkumpul sebanyak 2084 orang, namun data yang dapat diolah karena mengisi data secara lengkap hanya sebanyak 1157 orang.

Prosedur Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, dengan mengumpulkan data dalam waktu yang relatif singkat, yaitu hanya sekali pengambilan data (*cross sectional*) dengan *convenience sampling* sebagai teknik sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* pada universitas negeri dan swasta yang tersebar pada 23 provinsi yang mewakili Indonesia bagian Barat, Tengah dan Timur.

Instrumen Penelitian

Pengukuran dilakukan dengan menggunakan kuesioner *self-perceived employability* yang dibuat oleh Rätty et al. (2019) dengan menggunakan skala Likert terdiri dari 7 item dengan enam bentuk respons pilihan jawaban yaitu sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (6). Alat ukur ini dirancang oleh Rätty et al. (2019) dengan memodifikasi skala *self-perceived internal employability* yang dikembangkan oleh Rothwell et al. (2008) sehingga sesuai digunakan untuk mengukur persepsi *employability* pada mahasiswa. Reliabilitas alat ukur ini tergolong baik yaitu dengan nilai koefisien (cronbach'a alpha) sebesar .86. Contoh item yang digunakan adalah "Secara umum permintaan lulusan perguruan tinggi saat ini tinggi" dan "Saya merasa saya bisa mendapatkan pekerjaan apa pun selama keterampilan dan pengalaman saya cukup relevan". Instrumen penelitian dan data-data demografis (profil) responden dibuat dalam 1 kuesioner dengan menggunakan platform aplikasi web (*limesurvey*) kemudian disebarkan kepada partisipan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Analisis Data

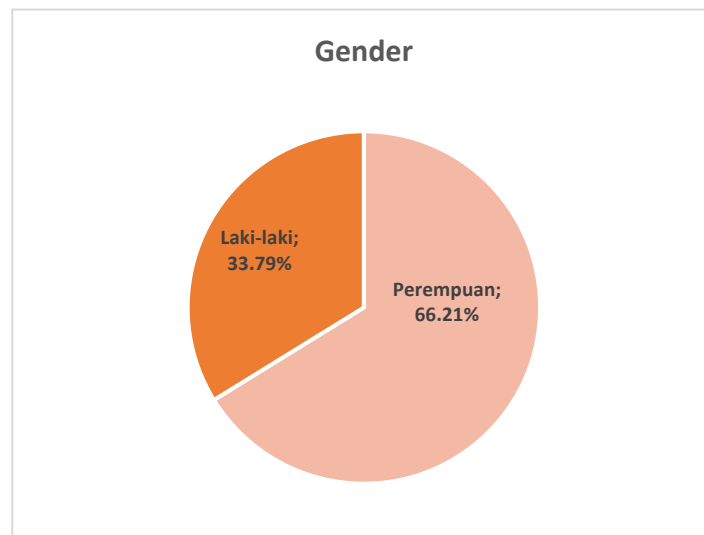
Data karakteristik dasar akan disajikan dengan statistik deskriptif. Data kuantitatif yang telah terkumpul diolah dan dianalisis dengan menggunakan program SPSS versi 20.0. Kemudian dari data-data demografis yang didapatkan diolah menggunakan perhitungan *independent sample t-test* dan ANOVA (*Analysis of Variance*) yang digunakan untuk analisis tambahan. Dari analisis data yang dilakukan baik dari data dari skala penelitian maupun data demografis didapatkan profil persepsi *employability skill* Generasi-Z di Indonesia dan faktor-faktor pendukung, baik internal maupun eksternal, yang dapat meningkatkan *employability skill* pada Generasi-Z di Indonesia.

Hasil

Berikut persebaran dari partisipan yang terlibat dalam penelitian ini yang tersebar di 23 provinsi.

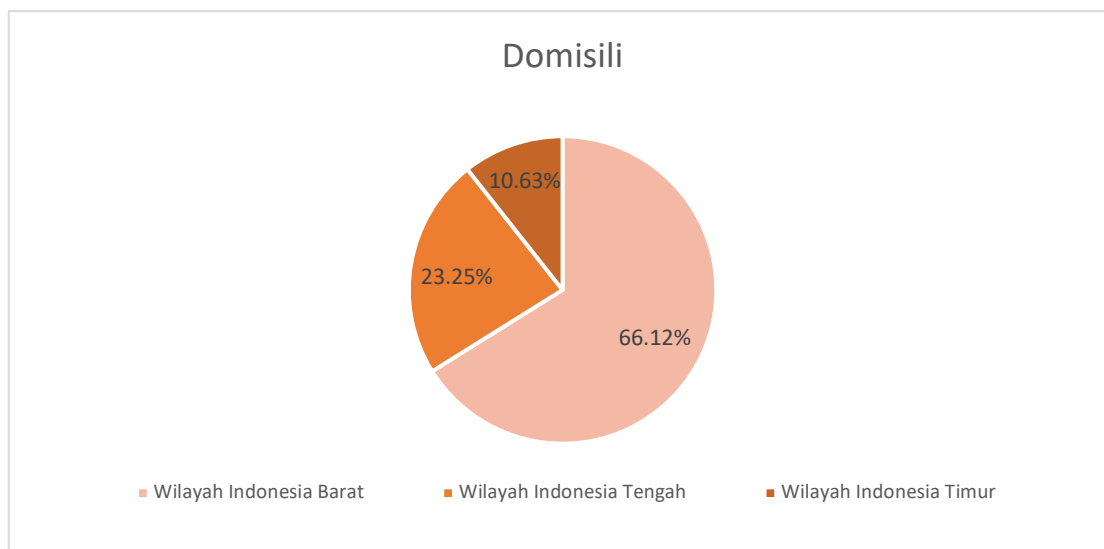
Gambar 1

Persebaran Jenis Kelamin Responden Penelitian



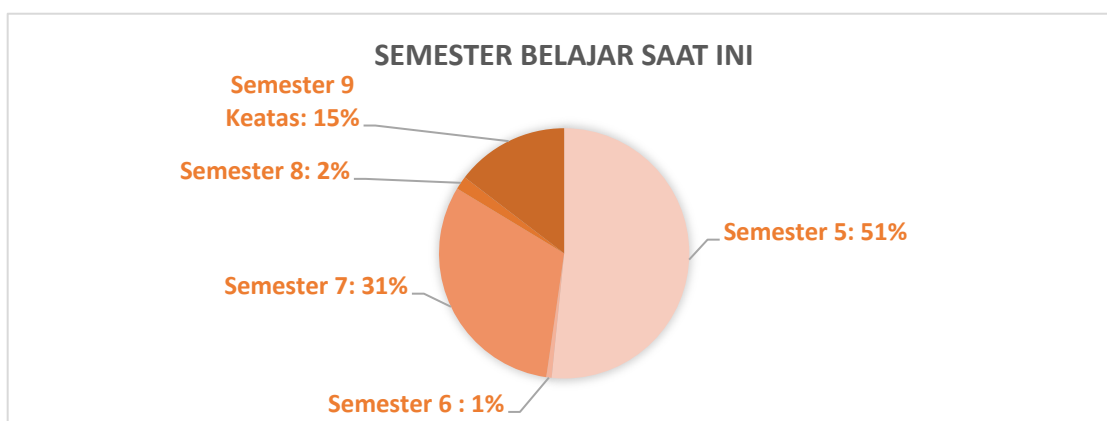
Gambar 2

Persebaran Wilayah Persebaran Responden



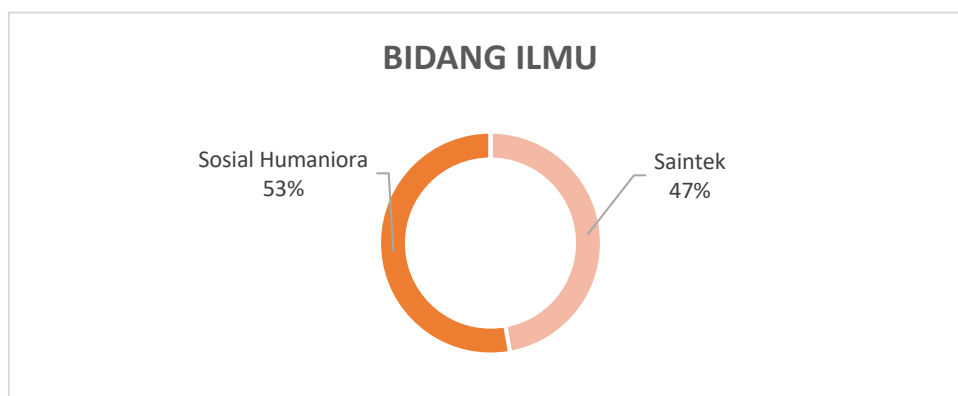
Gambar 3

Persebaran Tingkat Semester Responden Penelitian



Gambar 4

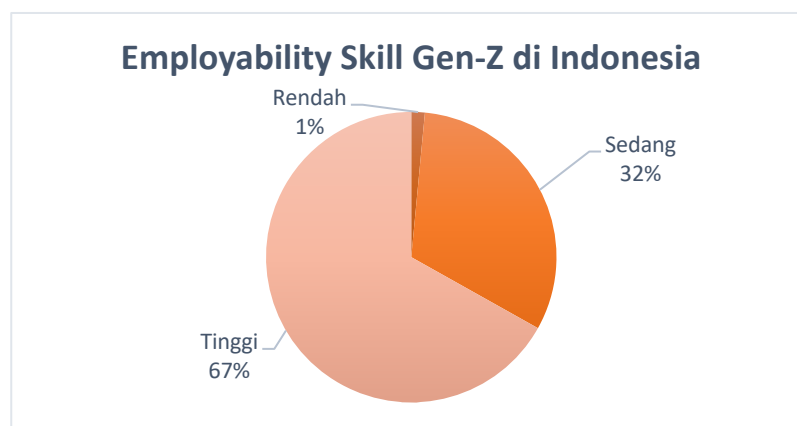
Persebaran Bidang Keilmuwan Responden Penelitian



Tabel 1
Persebaran Tingkat Self-Perceived Employability

Kategorisasi Skor	Total Partisipan	Persentase (%)
Rendah	18	1,5
Sedang	372	31,6
Tinggi	786	66,8

Gambar 5
Gambaran Perceived Employability Skill Gen-Z di Indonesia



Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa 66,8% Generasi-Z mempersepsikan *employability skill* mereka tergolong tinggi, dan hanya 1,5% yang menilai bahwa *employability skill* mereka masih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar Generasi-Z di Indonesia menilai bahwa dengan kemampuan yang mereka memiliki, mereka memiliki kemungkinan besar untuk memperoleh pekerjaan yang mereka inginkan dan mampu mempertahankan pekerjaan tersebut.

Tabel 2
Faktor yang Mempengaruhi Self-Perceived Employability

Data Profil Demografis		Mean	F (t)	p
Prestasi Akademik	Berprestasi	31.7070	1.843	.432
	Tidak Berprestasi	31.0250		

Jenis Kelamin		Perempuan	31.1622	2.926	.087
		Laki-laki	31.1253		
Keaktifan Kampus	Organisasi	Tidak ada/tidak aktif	30.6457	6.189	.000*
		Kurang aktif	29.6710		
		Agak aktif	31.9863		
		Cukup Aktif	31.0887		
		Aktif	30.9806		
		Sangat Aktif	32.0671		
		Aktivitas di Luar Kampus	Bekerja (termasuk <i>freelance</i>)	32.0971	5.952
Kemahiran Inggris (Aktif)	Bahasa	Membuka Usaha	31.9924		
		Tidak Ada	30.8308		
		Tidak Mahir	29.3363	9.771	.000*
		Kurang Mahir	30.4188		
		Agak Mahir	31.4106		
		Cukup Mahir	32.4015		
		Mahir	32.1538		
Kemahiran Inggris (Pasif)	Bahasa	Sangat Mahir	34.7500		
		Tidak Mahir	30.0672	5.952	.000*
		Kurang Mahir	30.4744		
		Agak Mahir	30.9795		
		Cukup Mahir	32.1154		
		Mahir	32.0202		
		Sangat Mahir	33.1111		
Keberadaan di Kampus	Pusat Karir	Ada	32.0332	10.937	.000*
		Tidak Ada	30.7708		
Akreditasi Tinggi	Perguruan	A (Unggul)	31.3191	.827	.479
		B (Baik Sekali)	30.8690		
		C (Baik)	31.2500		
		Belum Terakreditasi	29.0000		

Note. *signifikan ($p < 0.005$)

Dari pengolahan data yang dilakukan juga ditemukan beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi *employability skill* Generasi-Z. Pertama adalah keaktifan di organisasi kampus, di mana mahasiswa yang aktif cenderung mempersepsikan *employability skill* mereka lebih tinggi dibandingkan mereka yang kurang aktif. Faktor kedua adalah keaktifan pada kegiatan di luar kampus juga berpengaruh pada persepsi Generasi-Z terhadap *employability skill* mereka. Terlihat bahwa Generasi-Z yang memiliki kegiatan bekerja seperti *freelance* dan membuka usaha cenderung mempersepsikan *employability skill* mereka lebih tinggi dibandingkan yang tidak memiliki kegiatan. Faktor selanjutnya adalah kemahiran dalam menggunakan Bahasa

Inggris baik secara aktif maupun pasif, di mana semakin mahir kemampuan Bahasa Inggris mereka, maka semakin tinggi pula persepsi mereka terhadap *employability skill* mereka. Faktor lainnya yang juga berpengaruh adalah keberadaan Pusat Karir di Perguruan Tinggi mereka. Generasi-Z yang di Perguruan Tingginya memiliki Pusat Karir mempersepsikan *employability skill* mereka lebih tinggi dibandingkan yang tidak memiliki Pusat Karir di Perguruan Tingginya.

Diskusi

Terkait dengan tujuan utama dari penelitian ini yaitu tingkat *self-perceived employability* mahasiswa Generasi-Z ditemukan bahwa pada umumnya partisipan yang terlibat pada penelitian ini memiliki *self-perceived employability* yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar Generasi-Z di Indonesia memandang bahwa mereka memiliki kepercayaan diri untuk mendapatkan dan mempertahankan pekerjaan mereka nantinya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Generasi-Z memandang secara positif prospek mereka di dunia kerja yang menurut Rätty et al. (2019) merupakan cerminan dari kepercayaan diri dan motivasi mereka yang tinggi untuk bisa berhasil mendapatkan pekerjaan yang mereka inginkan ketika sudah lulus nanti.

Pada penelitian ini, partisipan yang dilibatkan adalah Generasi Z yang sedang menempuh Pendidikan di Perguruan Tinggi atau berstatus sebagai mahasiswa. Mereka nantinya akan lulus sebagai seorang Sarjana yang siap mencari pekerjaan. Menurut Pereira, Vilas-Boas, dan Rebelo (2019), pendidikan akan membantu individu untuk bisa meningkatkan posisi dirinya diantara pemasok tenaga kerja yang lain. Semakin tinggi tingkat Pendidikan yang dimiliki calon pekerja, makin besar peluangnya untuk mendapatkan pekerjaan yang lebih baik karena dinilai memiliki pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik (Chhinzer & Russo, 2017). Hal ini mungkin dapat menjelaskan mengapa sebagian besar Generasi-Z dalam penelitian ini cukup percaya diri dengan kemampuan mereka mendapatkan pekerjaan nantinya setelah lulus. Mereka menilai tekanan yang mereka dapatkan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan selama menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi akan memberikan mereka posisi yang lebih baik ketika memasuki dunia kerja (Pereira, et al., 2019)

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan juga didapatkan beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat *perceived employability* pada Generasi-Z. Pertama adalah keaktifan di organisasi kampus, di mana mahasiswa yang aktif cenderung mempersepsikan *employability skill* mereka lebih tinggi dibandingkan mereka yang kurang aktif. Hal ini karena aktif dalam kegiatan kemahasiswaan dapat memberikan mereka pengalaman dan peningkatan *softskill*. Pada penelitian yang dilakukan oleh Abas dan Imam (2016), pengalaman yang dimiliki karyawan sebelum memasuki dunia kerja akan membuat mereka lebih kompeten dalam keterampilan berpikir dan memecahkan masalah. Selain itu, pengalaman tergabung dalam organisasi akan meningkatkan keterampilan mereka dalam hal manajemen pribadi, kemampuan beradaptasi, dan keinginan untuk terus belajar. Hal ini menunjukkan bahwa kompetensi yang dimiliki lulusan dalam keterampilan kerja yang didapatkan dari pengalaman berorganisasi akan memberikan keuntungan di lingkungan kerjanya nanti.

Selain keaktifan di organisasi kampus, keaktifan pada kegiatan di luar kampus juga berdampak pada peningkatan *perceived employability* pada Generasi-Z. Generasi-Z yang memiliki kegiatan bekerja seperti *freelance* dan membuka usaha cenderung mempersepsikan *employability skill* mereka lebih tinggi dibandingkan yang tidak memiliki kegiatan. Dengan pernah pekerja atau berwirausaha, tentunya akan menambah pengalaman dan keterampilan yang menjadi nilai tambah pada Generasi-Z saat memilih pekerjaan dan karir nantinya. Beberapa penelitian menemukan bahwa pengalaman yang didapatkan sebelum bekerja berkaitan dengan peningkatan performa kerja karyawan (Dokko, et al, 2009; Hunter, 2017). Dari hasil survey yang dilakukan oleh NACE (National Association of Colleges and Employers, 2017), hampir 91% pemberi kerja lebih memilih kandidat pekerja yang memiliki pengalaman dalam bekerja sebelumnya, dan 65% lebih memilih kandidat yang memiliki pengalaman bekerja yang relevan. Pencapaian di luar akademik seperti pengalaman kerja, keterlibatan dalam kegiatan kerelawanan, dan keterlibatan dalam organisasi dan juga kegiatan masyarakat memiliki peran penting yang sangat dipertimbangkan bahwa calon pencari kerja akan diterima karena dinilai memiliki nilai tambah (Manjunath et al., 2019).

Selanjutnya adalah kemahiran dalam menggunakan Bahasa Inggris baik secara aktif maupun pasif, di mana semakin mahir kemampuan Bahasa Inggris mereka, maka semakin tinggi pula persepsi mereka terhadap *employability skill* yang mereka miliki. Hal berkaitan dengan kebutuhan dunia kerja terhadap pekerja yang mampu menguasai bahasa asing, terutama Bahasa Inggris, sehingga menjadi nilai tambah pada calon pekerja yang melamar. Dilansir dari laman Wallstreet English (2022), penguasaan Bahasa Inggris menjadi nilai tambah ketika ingin melamar pekerjaan karena sudah banyak perusahaan di Indonesia yang menerapkan Bahasa Inggris sebagai salah satu sarana untuk berkomunikasi dalam bekerja. Bahasa Inggris bahkan dijadikan sebagai syarat wajib untuk masuk ke perusahaan terutama di perusahaan multinasional, *e-commerce* ataupun perusahaan start-up. Hampir sebesar 70% perusahaan menggunakan penguasaan bahasa Inggris sebagai syarat wajib bagi calon karyawannya (Top Karir, 2021).

Penguasaan bahasa Inggris yang merupakan bahasa Global dinilai menjadi faktor penting untuk mendapatkan peluang kerja dan juga meningkatkan peluang pengembangan karir (Roshid, 2013). Dari beberapa penelitian diketahui bahwa penguasaan bahasa Inggris di negara yang bahasa utamanya bukan bahasa Inggris memberikan peluang besar bagi seseorang untuk mendapatkan peluang kerja dan memiliki karir yang lebih baik (Shrestha, et al., 2017; Ting et al., 2017; Ali et al., 2020). Sebaliknya ketidakmahiran dalam berbahasa Inggris bisa menjadi penyebab seseorang tidak bisa mempertahankan pekerjaannya. Keterampilan bahasa Inggris merupakan syarat wajib untuk menemukan pekerjaan yang sesuai (Ali, Nawaz, & Imran, 2020).

Keberadaan Pusat Karir di Perguruan Tinggi juga berdampak pada Gen-Z yang di Perguruan Tingginya memiliki Pusat Karir mempersepsikan *employability skill* mereka lebih tinggi dibandingkan yang tidak memiliki Pusat Karir di Perguruan Tingginya. Hal tersebut mungkin disebabkan dengan adanya Pusat Karir di Perguruan Tinggi, membuat mahasiswa memiliki akses informasi terkait lapangan kerja serta hal yang harus mereka persiapkan untuk memasuki dunia kerja nantinya. Diamante (2014) menemukan bahwa keberadaan Pusat Karir secara signifikan berkaitan dengan peningkatan *employability skill* mahasiswa. Semakin banyak pengembangan karir yang

dilakukan oleh Pusat Karir terhadap mahasiswa maka akan semakin meningkatkan keterampilan mereka di dunia kerja yang tentunya akan meningkatkan kepercayaan diri mereka saat memasuki dunia kerja.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, kami menemukan bahwa sebagian besar mahasiswa Generasi-Z memiliki tingkat *self-perceived employability* yang tinggi yang berarti bahwa mereka memandang bahwa mereka memiliki kemampuan dan kepercayaan diri untuk mendapatkan pekerjaan setelah lulus dan mempertahankan pekerjaan mereka nantinya. Selain itu juga diketahui bahwa beberapa faktor dapat berdampak pada peningkatan pandangan mahasiswa terhadap *employability skill* mereka seperti keaktifan mereka baik di organisasi dalam kampus maupun keaktifan di luar kampus seperti bekerja atau membuka usaha; penguasaan bahasa asing yaitu bahasa Inggris; dan juga keberadaan Pusat Pengembangan Karir di Perguruan Tinggi.

Saran

Berdasarkan dari hasil riset yang telah ditemukan, penting bagi semua pihak seperti Kementerian Pendidikan dan juga perguruan tinggi untuk memfasilitasi peningkatan *employability skill* pada Generasi-Z, seperti memaksimalkan keberadaan Pusat Karir, mendorong dan memfasilitasi mahasiswa menguasai Bahasa Asing, dan mendorong serta memfasilitasi mahasiswa mengikuti berbagai aktivitas di luar pembelajaran seperti mengikuti organisasi, berwirausaha, maupun mencari pengalaman kerja baik melalui program magang yang difasilitasi Perguruan Tinggi maupun menekuni pekerjaan sampingan.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih diucapkan pada Tanoto Foundation yang telah memberikan bantuan pendanaan sehingga penelitian dan publikasi ini dapat dilakukan.

Daftar Pustaka

- Abas, M. C., & Imam, O. A. (2016). Graduates' competence on employability skills and job performance. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 5(2), 119-125. <http://doi.org/10.11591/ijere.v5i2.4530>
- Ali, R. I., Nawaz, M. S., & Imran, M. (2020). Impact of English Language on Career Opportunities in the Private Sector of Pakistan: A Case Study of Jazz Digital House Multan. *Global Mass Communication Review*, 7 (1), 1-12. [https://doi.org/10.31703/gmcr.2022\(VII-I\).01](https://doi.org/10.31703/gmcr.2022(VII-I).01)
- Berntson, E., & Marklund, S. (2007). The relationship between perceived employability and subsequent health. *Work & Stress*, 21(3), 279–292. <https://doi.org/10.1080/02678370701659215>
- Cazan, A.-M. (2020). The Digitalization of Working Life: *Challenges and Opportunities*. *Psihologia Resurselor Umane*, 18, 3-6, doi:10.24837/pru.v18i1.457
- Carranza, M. T. D. la G., Lemus, J. A. L., Soria, E. G., & Ibara, Q. A. (2020). Validation of a measuring scale of the factors for the employability of millennials. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 22(2), 178–198. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.51212>
- Chhinzer, N., & Russo, A. M. (2017). An Exploration of Employer Perceptions of Graduate Student Employability. *Education and Training*, 104-120.
- Chillakuri, B. (2020). Understanding Generation Z expectations for effective onboarding. *Journal of Organizational Change Management*, 33(7), 1277-1296. <https://doi.org/10.1108/JOCM-02-2020-0058>
- Diamante, R. T. (2014). Career Development Learning and Employability Skills of Students in Information and Communication Technology. *International Proceedings of Economics Development and Research*, 70, 110- 114. doi: 10.7763/IPEDR.
- Dokko, G., Wilk, S.L., & Rothbard, N.P. (2009). Unpacking Prior Experience: How Career History Affects Job Performance. *Organization Science*, 20(1), 51–68. doi 10.1287/orsc.1080.0357
- Fauzie, Y.Y. (2017, October 14th). Aktif e-Toll, Jasa Marga Tak PHK 1.300 Karyawan. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20171014000624-92-248337/aktif-e-toll-jasa-marga-tak-phk-1300-karyawan>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018, November 12). 'True Gen': Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2003.10.005>

- Gaidhani, S., Arora, L., & Sharma, B. K. (2019). Understanding the Attitude of Generation Z Towards Workplace. *Internasional Journal of Management, Technology And Engineering*, 9(1), 2804-2812.
- Goh, E., & Lee, C. (2018). A workforce to be reckoned with: The emerging pivotal Generation Z hospitality workforce. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 20-28. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.01.016>
- Hunter, D.L. (2017). *Using work experience to predict job performance: Do more years matter?* [Master Thesis, San Francisco State University]. Retrieved from <https://scholarworks.calstate.edu/downloads/nk322g12f>
- Iorgulescu, M, C. (2016). Generation Z and Its Perception of Work. *Cross-Cultural Management Journal*, 18 (1), (47-54). doi: 10.1177/0008125619841006
- Kam, A. (2020, June). *Preparing Asean's Workforce For The Future of Work*. The Asean, 6-9.
- Kenapa Bahasa Inggris Penting Ketika Ingin Mendapatkan Pekerjaan? (2022, May 25). *Wallstreet English*. <https://www.wallstreetenglish.co.id/business-and-career/kenapa-bahasa-inggris-penting-ketika-ingin-mendapatkan-pekerjaan/>
- McQuaid, R. W., & Lindsay, C. (2005). The concept of employability. *Urban Studies*, 42(2), 197–219. <https://doi.org/10.1080/0042098042000316100>
- Manjunath, S, Shravan, M.B., & Dechakka, B.B. (2019). A Study on Assessment of Skill Gap to Enhance Workforce Performance. *International Journal of Management, Technology And Engineering*, 9 (4), 3561-3576.
- Merriman, M. (2015). What if the next big disruptor isn't a what but a who?: Gen-A is connected, informed, and ready for business. *Ernst & Young LLP*. Retrieved from https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_gl/topics/digital/ey-rise-of-gen-z-new-challenge-for-retailers
- Nagel, L. (2020). The Influence of the Covid-19 pandemic on the digital transformation of work. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 40 (9), 861-875. Doi: 10.1108/IJSSP-07-2020-0323
- National Association of Colleges and Employers, (2017, April 15th). Employers Prefer Candidates With Work Experience. <https://www.naceweb.org/talent-acquisition/candidate-selection/employers-prefer-candidates-with-work-experience/>
- Pentingnya Kemampuan Berbahasa Inggris saat Kerja Magang. (2021, Maret 24). *Top Karir*. <https://www.topkarir.com/article/detail/pentingnya-kemampuan-berbahasa-inggris-saat-kerja-magang>
- Pereira, E.T., Vilas-Boas, M. and Rebelo, C.C. (2019). Graduates' skills and employability: the view of students from different European countries. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 9(4), 758-774. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-10-2018-0098>
- Raty, H., Hytt, U., Kasanen, K., Komulainen, K., Siivon, P., & Kozlinska, I. (2019). Perceived employability and ability self among Finnish University students. *European Journal of Psychology of Education*, 35, 975-993. <https://doi.org/10.1007/s10212-019-00451-7>

- Roshid, M. M. (2013). English language proficiency and employment: A case study of Bangladeshi graduates in Australian employment market. *Mevlana International Journal of Education*, 3(1), 68-81
- Rothwell, A., & Arnold, J. (2007). Self-perceived employability: Development and validation of a scale. *Personnel Review*, 23-41. <https://doi.org/10.1108/00483480710716704>
- Rothwell, A., Herbert, I., & Rothwell, F. (2008). Self-perceived employability: Construction and initial validation of a scale for university students. *Journal of Vocational Behavior*, 73(1), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2007.12.001>
- Shrestha, R. N., Awasthi, J. R., & Pahari, B. R. (2017). Impact of English Language Proficiency on the Job Grabbing Process of Engineers in Nepal and the Other Countries: A Bird's Eye View. *Journal of the Institute of Engineering*, 14(1), 223-234.
- Schroth, H. (2019). Are you ready for gen Z in the workplace?. *California Management Review*, 61(3), 5–18. <https://doi.org/10.1177/0008125619841006>
- Singh, A. P., & Dangmei, J. (2016). Understanding the Generation Z: The future workforce. *South -Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3, 1-5.
- Suarta, I.M., Suwintana I. K., Sudhana, I. G. P. F. P., & Haryanti, N. K. D. (2017). Employability skills required by the 21st-century workplace: a literature review of labour market demand. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 102, 337-342. <https://dx.doi.org/10.2991/ictvt-17.2017.58>
- Ting, S. H., Marzuki, E., Chuah, K. M., Misieng, J., & Jerome, C. (2017). Employers' Views On The Importance Of English Proficiency And Communication Skill For Employability In Malaysia. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, 7 (2), 315-327. doi: [dx.doi.org/10.17509/ijal.v7i2.8132](https://doi.org/10.17509/ijal.v7i2.8132)
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and social interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103–113. <https://doi.org/10.1353/jip.2015.0021>
- Varol, F., & Kılınc, E. (2021). A Research on Post-Covid-19 Career Perception and Business Life Expectations of Generation Z: The Case of the Tourism and Business Faculties. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 573–594. <https://doi.org/10.21325/jotags.2021.804>
- Vanhercke, D., De Cuyper, N., Peeters, E. & De Witte, H. (2014). *Defining perceived employability: A psychological approach*. *Personnel Review*, 43(4), 592-605. <https://doi.org/10.1108/PR-07-2012-0110>
- Vasilyeva, O. A., Dovzhik, G. V., & Musatova, S. A. (2020). Work motivational factors of generation z in the digital economy. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 138, 1018–1024. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200502.168>
- World Economic Forum, (2020, October 20). Executive summary: The future of jobs report. *World Economic Forum*. <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020/in-full/executive-summary/>