

Pengaruh *Personal Branding* dan *Self Efficacy* terhadap *Career Satisfaction* melalui *Perceived Employability* bagi *Professional Coach*

Hiva Erliani Fitrah^{1*}, Hardani Widhiastuti²

^{1,2}Fakultas Psikologi Universitas Semarang, Indonesia

Abstract

This study aims to analyze the relationship between Personal Branding and Self Efficacy, Perceived employability and career satisfaction. The number of samples taken as many as 60 respondents with purposive sampling technique. Validity test with loading factor and AVE value shows a valid value. The reliability tester with the internal consistency test has Cronbach's Alpha and Composite Reliability values that meet the criteria. The results showed that personal branding the had a positive and significant effect of 1.575 on perceived employability with a P value of 0.000. Self Efficacy has a negative and significant effect of (-0.896) on perceived employability with P-values of 0.037. Personal Branding had positive and significant effect of 0.492 on career satisfaction with P-Value 0.046. Self efficacy had positive and significant effect of 0.393 with P-Value 0.000. Perceived employability not significant affect as moderation for career satisfaction P-value of 0.3936.

Keywords: *personal branding, self efficacy; perceived employability; career satisfaction; professional coach*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh personal branding dan *self-efficacy* terhadap *career satisfaction* melalui *perceived employability*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 60 responden dengan teknik *purposive sampling*. Uji validitas dengan *loading factor* dan nilai AVE menunjukkan nilai yang valid. Pengujian reliabilitas dengan uji internal *consistency* mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang memenuhi kriteria. Hasil penelitian menunjukkan *Personal Branding* berpengaruh positif 1.575 dan signifikan terhadap *perceived employability* dengan P-values 0.000. *Self-Efficacy* berpengaruh negatif (-0.896) dan signifikan terhadap *Perceived employability* dengan P-values 0.000. *Personal Branding* berpengaruh positif sebesar 0.492 dan signifikan terhadap *career satisfaction* dengan P-Value 0.046. *Self-Efficacy* berpengaruh positif 0.393 dan signifikan terhadap *career satisfaction* dengan P-Value 0.000. Sedangkan *Perceived employability* 0.134 tidak berpengaruh signifikan sebagai mediasi terhadap *career satisfaction* dengan P-Value 0.393.

Kata kunci: *personal branding; self-efficacy; perceived employability; career satisfaction; professional coach*

***Corresponding Author**

hivaer@gmail.com

Pendahuluan

Karier adalah berbagai kegiatan yang berupa pekerjaan, baik yang dibayar maupun yang tidak dibayar. Karier juga merupakan proses belajar dan memainkan peran sepanjang rentang kehidupan. Pada dasarnya istilah pekerjaan ini erat kaitannya dengan pekerjaan yang menghasilkan pendapatan atau uang dan merupakan pekerjaan tunggal. Namun di zaman sekarang ini, di dunia kerja, istilah karier dipandang sebagai proses pembelajaran dan pengembangan diri yang berkelanjutan serta berjangka panjang.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada tiga orang *Coach* yang telah memiliki sertifikasi dari ICF (*Internatioan Coaching Federation*) selama 1-3 tahun, maka dapat disimpulkan bahwa:

“Masalah pada profesi *Professional Coach* yang dirasakan adalah rasa kurang percaya diri untuk dapat menjual kemampuan pribadi sebagai *Professional Coach*. Padahal kemampuan ini sudah dimiliki sebelum mendapatkan sertifikasi Internasional. Pasar yang masih sangat besar untuk profesi sebagai *coach* namun masih belum berani meninggalkan profesi utama yang dirasakan lebih menghasilkan secara finansial. Usaha yang dilakukan untuk mempromosikan diri pribadi dilakukan melalui media sosial, komunitas ataupun dari mulut ke mulut hanya menjadikan penanda sudah memiliki keahlian baru, namun profesi sebagai *Professional Coach* masih belum bisa dijadikan sebagai profesi utama.” (wawancara pada tanggal, 13 Desember 2021).

Career Satisfaction mempunyai makna yang lebih dalam daripada *job Satisfaction*. *Career Satisfaction* merupakan bentuk pencarian dan pola pikir yang dilakukan seumur hidup pada setiap pekerjaan yang kita jalankan. *Career Satisfaction* memiliki rentang waktu dari awal memulai karier sampai ketika karier bekerja saat ini.

Coach adalah profesi baru yang telah disarikan dari konsep keilmuan psikologi, bisnis, evolusi, filsafat, spiritualitas dan keuangan untuk membantu dan membawa manfaat kepada individu, perusahaan, pengusaha, profesional maupun pemilik bisnis. Seorang dikatakan sebagai *Coach* apabila ia sudah mengikuti pendidikan atau mendapatkan sertifikasi dari sekolah *Coaching* yang teregistrasi dengan program yang sudah tersandarisasi. Seorang *Coach* bisa datang dari berbagai latar belakang pendidikan dan profesi. Mereka umumnya juga memiliki pengalaman kerja yang beragam, mulai dari CEO, pemilik bisnis, karyawan, bagian keuangan, guru, dosen, wiraswasta, ibu rumah tangga, bahkan yang baru lulus kuliah.

Para pekerja profesi dituntut memiliki kompetensi kerja sesuai dengan persyaratan dan memenuhi standar yang telah ditetapkan di mana di dalamnya terkandung nilai-nilai dan kode etik profesi (BNSP, 2013). Rothwell & Arnold, 2007; Kasler, Zysberg, & Harel, 2017) menjelaskan bahwa konsep *employability* fokus pada kemampuan dan atribut lain yang dimiliki individu untuk dapat menemukan pekerjaan dan bertahan pada pekerjaan yang dimilikinya sekarang dan membantu individu untuk mengatasi masalah transisi dari profesi sebelumnya dengan profesi yang baru.

Self-Efficacy merupakan penghubung yang penting diantara pengetahuan, kemampuan, pengalaman dan *employability* (Pool & Sewel, 2007; Pool & Sewel 2017; Berntson, Naswall & Sverke, 2008). Dengan kata lain *Self Efficacy* adalah salah satu ciri penting yang memberikan akses pada *employability*. Dengan demikian *employability* dapat dipengaruhi oleh *Self Efficacy* (Lu, 2016; Choirunnisa & Suhariadi, 2017). Hal tersebut dapat mempengaruhi bagaimana *perceived employability* pada

Professional Coach yang memiliki kompetensi untuk melakukan pekerjaan yang berhubungan dengan *Coaching* di dunia kerja saat ini.

Dunia kerja saat ini menunjukkan peningkatan jumlah pekerja lepas dan tidak terikat yang mengharuskan individu untuk menjadi lebih berorientasi pada kebutuhan pasar (Manai & Holmlund, 2015). Salah satu konsep yang menangkap orientasi pemasaran pribadi tersebut adalah *Personal Branding*, yang mengacu pada “proses strategis untuk menciptakan, memposisikan, dan mempertahankan kesan positif tentang diri sendiri, berdasarkan kombinasi unik dari karakteristik individu, yang menjanjikan hal tertentu kepada target audiens atau konsumen melalui narasi dan citra yang berbeda” (Gorbatov, Khapova & Lysova, 2018).

Penelitian menunjukkan bahwa *Personal Branding* membantu individu untuk mencapai hasil karier yang positif, di antaranya adalah modal sosial (Gandini, 2016), penghargaan finansial (Rangarajan, Gelb & Vandaveer, 2017), dan peluang karier (Parmentier, Fischer & Reuber, 2013; Schlosser, McPhee & Forsyth, 2017). Semakin banyak individu yang saat ini melakukan pekerjaan berbasis teknologi digital, di mana “pencitraan diri dalam ranah ekonomi adalah perangkat untuk promosi diri serta mengejar realisasi diri” (Gandini, 2016).

Berdasarkan fenomena yang ada dilapangan maka penulis tertarik untuk dapat meneliti “Pengaruh *Personal Branding* dan *Self Efficacy* terhadap *Career Satisfaction* melalui *Perceived Employability* bagi *Professional Coach*”.

Career Satisfaction

Career Satisfaction adalah sejauh mana mereka saat ini puas dengan penghasilan, kemajuan, tujuan, memperoleh keterampilan baru dan kemajuan yang diraih selama rentang mereka (Riaz & Haider, 2010).

Career Satisfaction merupakan kepuasan jangka panjang individu yang diperoleh dari aspek instrinsik dan ekstrinsik seperti gaji, capaian, dan kesempatan untuk mengembangkan diri (Han, 2010; Ahmadiansah, 2016; Saifudin, & Kusumawati, 2020). Pengertian *career satisfaction* yang diungkapkan oleh Kang, Gatling & Kim (2015) adalah sebuah kesadaran yang dirasakan seorang individu akan pencapaian karirnya saat ini dan perencanaan kesuksesan karir dimasa yang akan datang.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Career Satisfaction*

Job Satisfaction dan *Career Satisfaction* dikaitkan dengan manfaat bagi individu, termasuk peningkatan kepuasan hidup (Erdogan, Bauer, Truxillo & Mansfield, 2012), kesejahteraan subjektif secara keseluruhan (Joo & Lee 2017; Sironi 2019).

Faktor yang mempengaruhi *Career Satisfaction* berkaitan dengan karyawan, keadaan kerja mereka, dan persepsi mereka tentang karier mereka (Hofmans, Dries & Pepermans, 2008). Indikator yang digunakan untuk mengukur *Career Satisfaction* dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Greenhaus et al., yaitu: prestasi-prestasi yang dicapai, kemajuan tujuan karier, kemajuan pendapatan, kemajuan promosi, dan kemajuan pengembangan keterampilan baru. Indikator ini mengadopsi alat ukur dari penelitian yang dilakukan oleh Gorbatov, Khapova & Lysova (2019).

Perceived Employability

Perceived employability adalah persepsi individu terkait dengan kemampuan yang dimilikinya untuk dapat memperoleh pekerjaan yang tepat dan sesuai (Rothwell dkk, 2008 dalam; Choirunnisa & Suhariadi, 2017). Menurutnya, *self-perceived employability* terbagi menjadi empat komponen yaitu *self-belief*, kondisi pasar tenaga kerja, latar belakang ilmu

yang dipelajari dan lingkungan tempat individu belajar (Rothwell dkk, 2008 dalam; Choirunnisa & Suhariadi, 2017). *Employability* dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya pengembangan individu, pengalaman (pengalaman dunia kerja dan pengalaman hidup), tingkat pengetahuan, pemahaman akan kemampuannya, *self-efficacy*, *self-confidence* dan *self-esteem* (Pool & Sewell, 2007). Faktor-faktor tersebut sangat dibutuhkan dan akan mempengaruhi kecenderungan individu untuk memperoleh pekerjaan. Dalam hal ini individu menentukan sendiri dalam kesuksesannya (Berntson, Naswall & Sverke, 2008 dalam Gorbatov, Khapova & Lysova, 2019).

Berdasarkan uraian teori diatas maka penulis mengambil indikator *Perceived Employability* yang dikembangkan oleh Berntson & Marklund 2007; Gorbatov, Khapova & Lysova 2019) yaitu: Keterampilan atau *Skill*, pengalaman, Jejaringan atau *network*, sifat pribadi dan pengetahuan tentang pasar tenaga kerja.

Self Efficacy

Self-Efficacy menurut Bandura (2012); Nugroho, 2019; Agung & Ratnawili 2020) adalah keyakinan individu terhadap kemampuan mereka akan mempengaruhi cara individu dalam bereaksi terhadap situasi dan kondisi tertentu. *Self Efficacy* mengacu pada persepsi tentang kemampuan individu untuk mengorganisasikan dan mengimplementasikan tindakan untuk menampilkan tindakan tertentu. Dengan memiliki *Self Efficacy* yang tinggi individu diharapkan memiliki rasa kepercayaan diri yang tinggi untuk menghadapi masalah yang akan di hadapi pada perusahaan dalam melakukan tugas atau tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil tertentu. Menurut Zimmerman (dalam Puspitaningsih 2016) *Self efficacy*

dibedakan atas tiga dimensi, yaitu *Level or magnitude*, *Generallity* dan *Strength*.

Personal Branding

Konsep *personal branding* berasal dari pemasaran (Keller, 1993, dalam Keller & Lehmann, 2006) dan sejak itu kemudian memasuki bidang studi organisasi dan kejuruan sebagai jenis perilaku kerja proaktif (Crant, 2000). Definisi *personal branding* menetapkannya sebagai proaktif perilaku kerja yang menggunakan strategi dan taktik pemasaran untuk mencapai manfaat dalam tiga cara yang berbeda: *strategic*, *differentiated* dan *technology savvy* mengambil indikator yang dikembangkan oleh Gorbatov, Khapova & Lysova (2019).

Metode

Metodologi penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif adalah metode ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat menemukan, membuktikan dan mengembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah dalam bidang tertentu dan mendeskripsikannya kedalam bentuk angka yang kemudian diinterpretasikan (Arikunto, 2013).

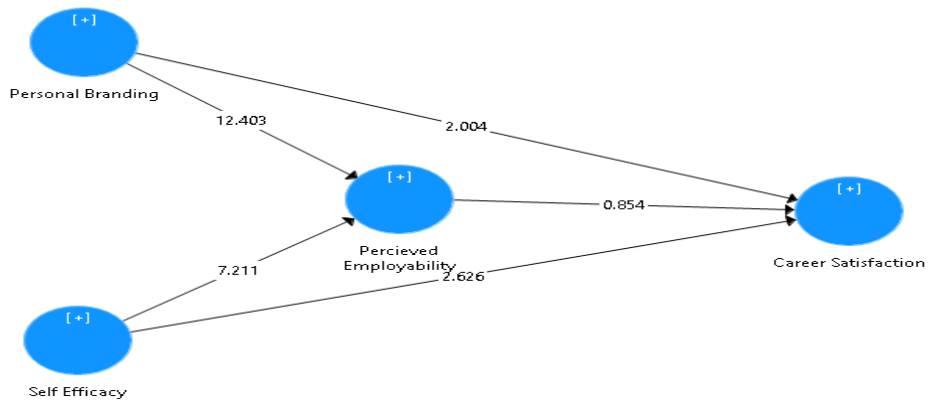
Pengambilan sampel dengan teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel dengan jumlah populasi relatif kecil penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil (Sugiyono, 2016).

Batasan populasi dalam penelitian ini adalah *Profesional Coach* dari salah satu sekolah *coaching* di Indonesia yang terdaftar di ICF (*International Coaching federation*) dan baru mendapatkan akreditasi di

Hiva Erliani Fitrah, Hardani Widhiastuti

tahun 2018 dengan jumlah lulusan 60 orang, karakteristik subyek adalah *Profesional Coach* yang sudah memiliki memiliki sertifikasi *Coaching* minimal 1 tahun.

Teknik analisis data yang digunakan dengan menggunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*) dengan program *SmartPLS*. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier. Analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model casual) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2015).



Jalur	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Hasil
Personal Branding -> Perceived employability	1.575	1.580	0.127	12.403	0.000	Diterima
Self Efficacy -> Perceived employability	-0.896	-0.886	0.124	7.211	0.000	Ditolak
Personal Branding -> Career Satisfaction	0.492	0.475	0.246	2.004	0.046	Diterima

<i>Self Efficacy -> Career Satisfaction</i>	0.393	0.403	0.150	2.626	0.009	Diterima
<i>Perceived employability -> Career Satisfaction</i>	0.134	0.145	0.157	0.854	0.393	Ditolak

Hasil dan Pembahasan

Pengaruh *Personal Branding* terhadap *Perceived Employability*

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Gorbatov, Khapova & Lysova (2019) yang menyatakan bahwa *personal branding* merupakan langkah proaktif yang dilakukan untuk dapat meningkatkan kemampuan mereka dan membantu mendapatkan pekerjaan yang sesuai. *Personal branding* merupakan proses yang dilakukan secara terstruktur dan memerlukan perencanaan yang tepat untuk mempromosikan kemampuan dirinya sehingga dapat menjangkau pasar kerja yang sesuai dengan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki. Selain itu dengan melakukan *personal branding* maka akan memudahkan pemberi kerja untuk mencari individu yang sesuai dengan keterampilan yang dibutuhkan. Hal ini tentunya sangat membantu untuk memperoleh pekerjaan yang sesuai dengan kualifikasi yang dimilikinya sesuai dengan pengertian dari *perceived employability*.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh oleh Gujarathi (2018) yang menyatakan bahwa *personal branding* mempengaruhi secara signifikan terhadap *self-employability* pada pegawai kontrak. Khedler (2019) juga menunjukkan bahwa *personal branding* menjadi nilai tambahan untuk mendapatkan pekerjaan serta sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Peter, Gomez, Savilene & Rentala (2020).

Pengaruh *Self Efficacy* terhadap *Perceived Employability*

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmed, Nawaz & Rasheed (2019) yang menyatakan bahwa *self-efficacy* dan organisasi berlandaskan pada *self-esteem* memiliki hubungan positif signifikan terhadap *perceived employability*. *Self-Efficacy* yang tinggi terhadap kemampuan yang dimiliki akan membantunya untuk dapat memperoleh pekerjaan sesuai dengan kemampuan tersebut.

Hasil penelitian Lu (2016) menunjukkan bahwa *employability* dipengaruhi oleh *self efficacy*. Hal ini pun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Choirunnisa, (2017), pada mahasiswa psikologi Universitas Airlangga serta terdapat hubungan positif antara *self-efficacy* dan peningkatan kompetensi siswa dan *employability* lulusannya (Ahmed, Nawaz & Rasheed, 2019; Zhong, Qian & Wang, 2020). Neneh (2020) melakukan penelitian mengenai peran *self-perceived employability* (SPE) pada *entrepreneurial self-efficacy* (ESE) dan predisposisi untuk memilih karier sebagai *enterpreuner* pada siswa memiliki pengaruh yang positif terutama pada siswa yang memiliki SPE yang tinggi.

Berdasarkan hasil yang di dapat dengan arah negatif maka implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *self-efficacy* yang dimiliki oleh para *professional coach* maka *perceived employability* rendah, dan sebaliknya. Kemampuan dalam melakukan evaluasi diri mengenai kemampuan yang dimiliki bisa saja tidak banyak membantu individu untuk dapat mengarahkan diri mereka pada pekerjaan yang sesuai dan mendapatkannya. Hasil dari penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, bisa dikarenakan karakteristik responden yang berbeda dimana para *professional coach* ini sudah memiliki banyak kemampuan lainnya sehingga kemampuan melakukan *coaching* merupakan tambahan keahlian yang dapat menunjang profesi utama

mereka, bukan hanya sebagai *professional coach* dan sudah memiliki posisi jabatan yang mapan minimal sebagai manager perusahaan. Selain itu, mereka telah memiliki berbagai kemampuan yang menunjang pekerjaan utamanya seperti psikolog, trainer, konsultan dan kemampuan *leadership* untuk mengelola tim mereka. Oleh karena itu kemampuan memberikan *coaching* merupakan tambahan yang dapat menunjang pekerjaan atau profesi yang telah mereka bangun selama ini.

Pengaruh *Personal Branding* terhadap *Career Satisfaction* melalui *Perceived Employability*

Penelitian yang dilakukan oleh Gorbatov, Khapova & Lysova (2019) pada pekerja profesional, *personal branding* berhubungan positif dengan *career satisfaction* dan dimediasi oleh *perceived employability*. *Personal branding* secara positif berpengaruh terhadap peningkatan karier secara proaktif dan mengklarifikasi masa depan profesional yang diinginkan. *Career satisfaction* secara positif dipengaruhi oleh *perceived employability* sebagai variable mediasi yang terbukti mengarah pada *Career satisfaction* yang lebih besar lagi. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal branding* sangat penting untuk *career development* para manager (Smolarek & Dziendziora, 2022).

Dengan melakukan *personal branding* maka individu memasarkan keahliannya untuk dapat dilihat oleh orang lain, bisa berupa kemampuan, keterampilan, keahlian ataupun pribadi yang ingin dikenal dan ditonjolkan. Hal ini akan membantu individu untuk terhubung dengan pencari kerja ataupun pihak-pihak yang membutuhkan kemampuan yang dimiliki. *Career Satisfaction* adalah sejauh mana mereka saat ini puas dengan penghasilan, kemajuan, tujuan, memperoleh keterampilan baru dan kemajuan yang diraih selama rentang mereka (Riaz & Haider, 2010).

Career Satisfaction merupakan kepuasan jangka panjang individu yang diperoleh dari aspek instrinsik dan ekstrinsik seperti gaji, capaian, dan kesempatan untuk mengembangkan diri (Han, 2010). *Career Satisfaction* mengukur tingkat kepercayaan seseorang yang sejalan dengan tujuan, nilai, dan preferensinya (Barnett & Bradley, 2007).

Dengan menunjukkan kemampuan sebagai *coach* yang menggunakan media digital akan memperluas jangkauan promosi saat menjalankan profesi sebagai seorang *coach*. Hal ini juga menjadi salah satu langkah efektif yang diambil untuk menunjukkan perkembangan karier serta kemampuan yang dimiliki.

Pengaruh *Self Efficacy* terhadap *Career Satisfaction* melalui *Perceived Employability*

Self-Efficacy yang dimediasi oleh *perceived employability* akan membantu individu untuk mendapatkan karier yang sesuai dengan apa yang diharapkan sehingga *career satisfaction* dapat tercapai. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan di kalangan guru dengan menunjukkan adanya hubungan positif antara *self-efficacy*, *self-esteem*, dan *job satisfaction* (Reilly, Dhingra & Boduszek, 2014). Berdasarkan hal tersebut maka kepercayaan diri individu atau *Self Efficacy* dapat mempengaruhi *Career satisfaction* seseorang melalui penilaian terhadap keahlian yang dimilikinya.

Penelitian yang dilakukan oleh Hirschi, A., & Jaensch, V. K. (2015) menunjukkan adanya efek tidak langsung pada *Career Satisfaction* melalui *Self Efficacy* dan *Work Engagement*. Chughtai, A. (2018) *Self Efficacy* terhadap karier sepenuhnya memediasi hubungan antara kepemimpinan dan status hierarkis, sementara itu sebagian menengahi efek kepemimpinan pada *Career Satisfaction*. Dan, Xu, Liu, Hou, Liu & Ma

(2018) *Self Efficacy* secara positif dikaitkan dengan *Career Success* dan memediasi hubungan antara perilaku inovasi. Rigotti, Korek & Otto (2020) *Self Efficacy* terkait karier ternyata dapat meningkatkan *Career Satisfaction* meskipun tidak menilai pada hal kesuksesan.

Self-efficacy menjadi prediktor penting untuk dapat menetapkan pekerjaan yang ingin dicari. Selain itu, kemampuan kerja para profesional untuk dapat menjalankan profesinya sangat dipengaruhi oleh kepercayaan dirinya terhadap kemampuan yang dimiliki. Dengan memiliki kepercayaan diri terhadap kemampuan yang dimiliki membuat seseorang menilai dan melakukan evaluasi atas pekerjaan yang dilakukannya. Oleh karena itu rentang karier yang telah dijalani dapat diukur oleh diri dengan mempertimbangkan kemampuan serta keahlian yang dimilikinya apakah sudah sesuai dengan harapan ataupun target pencapaian karier yang ingin diraih selama ini.

Pengaruh *Perceived Employability* terhadap *Career Satisfaction*

Implikasi dari hasil penelitian ini bahwa *perceived employability* tidak mempengaruhi *career satisfaction* dari para *profesional coach*. Artinya bahwa tingginya *perceived employability* tidak meningkatkan *Career satisfaction*, dan sebaliknya.

Menurut teori dan juga penelitian yang dilakukan sebelumnya, salah satu faktor yang mempengaruhi *Career satisfaction* adalah *employability*. Berdasarkan penelitian dari Gorbatov, Khapova & Lysova (2019), Çakmak-Otluoğlu dan Burton (2018) mengungkapkan adanya hubungan dan pengaruh yang positif antara *perceived employability* dengan *Career Satisfaction*. Penelitian dari Niu, Hunter-Johnson, Xu & Liu (2019) memperkuat hasil penelitian sebelumnya, pengalaman kerja profesional secara positif terkait dengan *perceived employability* dan *Career success*,

(Heslin & Turban, 2016; Thang & Wongsurawat, 2016). Orang-orang memperoleh keterampilan dan meningkatkan kemampuan mereka melalui pengalaman kerja; ini, pada gilirannya, dapat menyebabkan mereka merasa lebih percaya diri.

Hal ini tentunya tidak terbukti dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dimana *perceived employability* tidak memberikan pengaruh terhadap *Career Satisfaction* bagi *professional coach*. Pada penelitian ini, responden yang diambil merupakan *professional coach* yang sudah tersertifikasi minimal 1 tahun. Apabila dilihat dari data pribadi responden yang diambil usia terbanyak berada dalam rentang 41–50 tahun sebanyak 31 orang atau 52 % dari responden. Dengan melihat data tersebut, usia responden berada pada tahapan pertengahan dewasa (*middle age*) dimana pada tahapan ini secara ekonomi dan kemampuan sudah berada pada tahapan mapan. Selain itu, latar belakang pendidikan responden lebih banyak yang sudah menempuh pendidikan lebih dari S1 (D3: 8%, S1: 35%, S2: 49% dan S3: 8%).

Berdasarkan dari paparan data tersebut di atas maka dapat disimpulkan bahwa para responden sudah memiliki karier ataupun sudah menjalani profesi yang mapan dan karier yang stabil tanpa perlu membangun arah karier baru. Sehingga keterampilan sebagai *coach* menjadi nilai tambahan atau bahkan sebagai nilai jual dalam menjalankan profesi utamanya. Berdasarkan dari hasil wawancara dengan beberapa *professional coach* senior dapat ditarik kesimpulan bahwa profesi *professional coach* masih belum dijadikan profesi utama oleh responden. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa *perceived employability* bagi *professional coach* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Career satisfaction* mereka.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Pertama, *Personal Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Employability* bagi *Professional Coach*, Kedua, *Self-Efficacy* memiliki arah negatif tetapi berpengaruh dan signifikan terhadap *Perceived Employability* bagi *Professional Coach*, Ketiga, *Personal Branding* berpengaruh terhadap *Career Satisfaction* melalui *Perceived Employability* bagi *Professional Coach*, Keempat, *Self-Efficacy* berpengaruh terhadap *Career Satisfaction* melalui *Perceived Employability* bagi *Professional Coach*, dan yang Kelima, *Perceived Employability* tidak berpengaruh terhadap *Career Satisfaction* bagi *Professional Coach*.

Daftar Pustaka

- Agung, A., & Ratnawili, R. (2020, August 25). Pengaruh Locus of Control, Self Efficacy dan Self Esteem Terhadap Kinerja Perawat. 1-63. <https://doi.org/10.31219/osf.io/38kt4>
- Ahmadiansah, R. (2016). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Guru SMK Muhammadiyah Salatiga. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 1(2), 223-236. doi:<https://doi.org/10.18326/inject.v1i2.223-236>
- Ahmed, H., Nawaz, S., & Rasheed, M. I. (2019). Self-efficacy, Self-Esteem, and Career Success: The Role of Perceived Employability. *Journal of Management Sciences*, 6(2), 18-32. DOI: 10.20547/jms.2014.1906202
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Badan Nasional Sertifikat Profesi (BNSP). (2013). *Pedoman BNSP 301 (Pedoman Pelaksanaan Asesmen Kompetensi Profesi) Revisi 2*. Diakses dari <https://lsppariwisata.com/wp-content/uploads/2020/05/BNSP-301.pdf>
- Bandura. A (2012). *Self Efficacy in Changing Societies*. Australia: Cambridge University Press.
- Barnett, B. R., & Bradley, L. (2007). The impact of organisational support for career development on career satisfaction. *Career Development International*, 12(7), 617–636. <https://doi.org/10.1108/13620430710834396>
- Berntson, E. (2008). *Employability Perceptions: Nature, Determinants, and Implications for Health and Well-Being*. Sweden.
- Berntson, E., & Marklund, S. (2007). The relationship between perceived employability and subsequent health. *Work Stress*, 21(3), 279–292. doi: 10.1080/02678370701659215
- Berntson, E., Naswall, K., & Sverke, M. (2008). Investigating the relationship between employability and self efficacy: A cross-lagged analysis. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 17(4), 413-425. <https://doi.org/10.1080/13594320801969699>
- Çakmak-Otluoğlu, K. Ö., & Burton, J. P. (2018). The mediating effect of embeddedness on the relationship between internal employability and career satisfaction. *Journal of Managerial Issues*, 30(2), 244-255. <https://commons.lib.niu.edu/handle/10843/19234>
- Choirunnisa. A. R., & Suhariadi. F. (2017). Hubungan Self Efficacy Dengan Self-Perceived Employability pada Mahasiswa Psikologi di

- Chughtai, A. (2018). Authentic leadership, career self-efficacy and career success: A cross-sectional study. *The Career Development International*, 23(6-7), 595–607. <https://doi.org/10.1108/CDI-05-2018-0160>
- Crant, J. M. (2000). Proactive behavior in organizations. *Journal of Management*, 26(3), 435–462. <https://doi.org/10.1177/014920630002600304>
- Dan, X., Xu, S., Liu, J., Hou, R., Liu, Y., & Ma, H. (2018). Innovative behaviour and career success: Mediating roles of self-efficacy and colleague solidarity of nurses. *International Journal of Nursing Sciences*, 5(3), 275-280. <https://doi.org/10.1016/j.ijnss.2018.07.003>
- Erdogan, B., Bauer, T. N., Truxillo, D. M., & Mansfield, L. R. (2012). Whistle While You Work: A Review of the Life Satisfaction Literature. *Journal of Management*, 38(4), 1038–1083. <https://doi.org/10.1177/0149206311429379>
- Gandini, Alessandro. (2016). Digital work: Self-Branding and Social Capital in The Freelance Knowledge Economy. *Marketing Theory*, 16(1), 123-141. <https://doi.org/10.1177/1470593115607942>
- Ghozali, I. & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2018). Personal branding: interdisciplinary systematic review and research agenda. *Front. Psychol*, 9(2238), 1–17 doi: 10.3389/fpsyg.2018.02238

- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2019). Get noticed to get ahead: the impact of personal branding on career success. *Front. Psychol*, *10*(2662), 1-13. doi: 10.3389/fpsyg.2019.02662
- Gujarathi, R., & Kulkarni, S. M. (2018). Personal branding an answer to employability–A conceptual needbase analysis. *Review of Research*, *7*(10), 1-10.
- Han, G. H. (2010), "Trust and career satisfaction: the role of LMX". *Career Development International*, *15*(5), 437-458. <https://doi.org/10.1108/13620431011075321>
- Heslin, P. A., & Turban, D. B. (2016). Enabling career success as an emergent process. *Enabling career success. Organizational Dynamics*, *45*(3), 155-164. DOI: 10.1016/j.orgdyn.2016.07.001
- Hirschi, A., & Jaensch, V. K. (2015). Narcissism and career success: Occupational self-efficacy and career engagement as mediators. *Personality and Individual Differences*, *77*(April 2015), 205-208. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.01.002>
- Hofmans, J., Dries, N., & Pepermans, R. (2008). The Career Satisfaction Scale: Response bias among men and women. *Journal of Vocational Behavior*, *73*(3), 397-403. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2008.08.001>
- International Coaching Federation (ICF). Diakses dari <https://coachingfederation.org/>
- Joo, B.-K., & Lee, I. (2017), "Workplace happiness: work engagement, career satisfaction, and subjective well-being". *Evidence-based HRM*, *5* (2), 206-221. <https://doi.org/10.1108/EBHRM-04-2015-0011>
- Kang, H. J., Gatling, A., & Kim, J. (2015). The impact of supervisory support on organizational commitment, career satisfaction, and turnover

-
- intention for hospitality frontline employees. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 14(1), 68-89. <https://doi.org/10.1080/15332845.2014.904176>
- Kasler, J., Zysberg, L., & Harel, N. (2017). Hopes for the future: demographic and personal resources associated with self-perceived employability and actual employment among senior year students. *Journal of Education and Work*, 30(8), 881-892. <https://doi.org/10.1080/13639080.2017.1352083>
- Keller, K. L., & Lehmann, D. R. (2006). Brands and branding: research findings and future priorities. *Marketing Science*, 25(6), 740-759. doi: 10.1287/mksc.1050.0153
- Lu, P. H. (2016). *Self-regulated learning in college students' work volition: The mediating effects of self-efficacy, and self-perceived employability*. La Sierra University.
- Manai, A., & Holmlund, M. (2015). Self-marketing brand skills for business students. *Marketing Intelligence & Planning*, 33(5), 749-762. <https://doi.org/10.1108/MIP-09-2013-0141>
- Neneh, B. N. (2020). Entrepreneurial self-efficacy and a student's predisposition to choose an entrepreneurial career path: the role of self-perceived employability. *Education+ Training*, 62(5), 559-580. <https://doi.org/10.1108/ET-06-2019-0108>
- Niu, Y., Hunter-Johnson, Y., Xu, X., & Liu, T. (2019). Self-perceived employability and subjective career success: Graduates of a workforce education and development program. *The Journal of Continuing Higher Education*, 67(2-3), 55-71. <https://doi.org/10.1080/07377363.2019.1660843>
- Nugroho, A. (2019). Efikasi Diri dan Keterlibatan Orangtua dalam Pendidikan dengan Self Regulated Learning. *IJIP: Indonesian*

Journal of Islamic Psychology, 1(1), 125-138.
doi:<https://doi.org/10.18326/ijip.v1i1.125-138>

- Parmentier, M. A., Fischer, E., & Reuber, A. R. (2013). Positioning person brands in established organizational fields. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 41(3), 373-387. DOI:10.1007/s11747-012-0309-2
- Peter, A. J., Gomez, S. J., & Rentala, S. (2020). Employability Of Mba Students. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(6), 10960-10977. Retrieved from <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/2788>
- Pool, L. D. (2017). Developing graduate employability: The CareerEDGE Model and the importance of emotional intelligence. *Palgrave Macmillan, London. In: Tomlinson, M., Holmes, L. (eds) Graduate Employability in Context. Palgrave Macmillan, London.* 317-338. https://doi.org/10.1057/978-1-137-57168-7_15
- Pool, L. D., & Sewell, P. (2007). The key to employability: developing a practical model of graduate employability. *Education+ Training*, 49(4), 277-289. <https://doi.org/10.1108/00400910710754435>
- Puspitaningsih, F. (2016). The Influence of Entrepreneurship Education and Family Environment on Entrepreneurial Interest with Self Efficacy as an Intervening Variable in STKIP PGRI Trenggalek Students. *DEWANTARA*, 2(1), 71-84.
- Rangarajan, D., Gelb, B. D., & Vandaveer, A. (2017). Strategic personal branding—And how it pays off. *Business Horizons*, 60(5), 657-666. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.05.009>
- Reilly, E., Dhingra, K., & Boduszek, D. (2014). Teachers' self-efficacy beliefs, self-esteem, and job stress as determinants of job

-
- satisfaction. *International Journal of Educational Management*, 28(4), 365-378. <https://doi.org/10.1108/IJEM-04-2013-0053>
- Riaz, A., & Haider, M.H. (2010). Role of transformational and transactional leadership on job satisfaction and career satisfaction. *BEH - Business and Economic Horizons*, 1(1), 29-38. DOI:10.15208/BEH.2010.05
- Rigotti, T., Korek, S., & Otto, K. (2020). Career-related self-efficacy, its antecedents and relationship to subjective career success in a cross-lagged panel study. *The International Journal of Human Resource Management*, 31(20), 2645-2672. <https://doi.org/10.1080/09585192.2018.1460858>
- Rothwell, A., & Arnold, J. (2007). Self-Perceived Employability: Development and Validation of a Scale. *Personnel review*, 36(1), 23-41. <https://doi.org/10.1108/00483480710716704>
- Saifudin, S., & Kusumawati, D. (2020). Peran Organizational Psychology dalam Membentuk Kepuasan Kerja Karyawan Perbankan Syariah. *IJIP : Indonesian Journal of Islamic Psychology*, 2(2), 290-310. doi:<https://doi.org/10.18326/ijip.v2i2.290-310>
- Schlosser, F., McPhee, D. M., & Forsyth, J. (2017). Chance events and executive career rebranding: Implications for career coaches and nonprofit HRM. *Human Resource Management*, 56(4), 571-591. <https://doi.org/10.1002/hrm.21789>
- Sironi, E. (2019). Job satisfaction as a determinant of employees' optimal well-being in an instrumental variable approach. *Quality & Quantity*, 53(4), 1721-1742. <https://doi.org/10.1007/s11135-019-00835-3>
- Smolarek, M., & Dziendziora, J. (2022). Impact of Personal Branding on the Development of Professional Careers of Managers. *European*

Sugiyono. (2016). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Thang, P. V. M., & Wongsurawat, W. (2016). Enhancing the employability of IT graduates in Vietnam. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 6(2), 146-161.

Zhong, L., Qian, Z., & Wang, D. (2020). How does the servant supervisor influence the employability of postgraduates? Exploring the mechanisms of self-efficacy and academic engagement. *Frontiers of Business Research in China*, 14(11), 1-20.
<https://doi.org/10.1186/s11782-020-00079-1>