

HUBUNGAN ANTARA KOMPETENSI DAN PERENCANAAN KARIR ALUMNI *FRESHGRADUATE* PROGRAM MANAJEMEN BISNIS DI UNIVERSITAS KRISTEN PETRA

Evita

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomi
Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236
e-mail: evitavalentina30@gmail.com

Abstrak- Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kompetensi dan perencanaan karir pada alumni *freshgraduate* program Manajemen Bisnis di Universitas Kristen Petra. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 104 orang responden yang diambil dengan metode *accidental sampling*. Analisis data akan dilakukan dengan menggunakan alat uji statistik dengan bantuan aplikasi bernama *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kompetensi dengan perencanaan karir alumni *freshgraduate* program Manajemen Bisnis di Universitas Kristen Petra.

Kata Kunci: Kompetensi, Perencanaan Karir, Mahasiswa *Freshgraduate*, Manajemen Bisnis, Universitas Kristen Petra.

PENDAHULUAN

Indonesia telah memasuki era disrupsi teknologi, era berbasis *cyber physical system* dimana membutuhkan tenaga kerja yang terampil dan berpendidikan tinggi serta berwawasan global yang dapat diperoleh dari lulusan perguruan tinggi namun hal ini tidak dapat menjamin bahwa lulusan sarjana secara langsung bisa mendapatkan pekerjaan. Tingkat pengangguran terbuka lulusan naik sebesar 0,71% dari Agustus 2017 hingga Agustus 2018 yaitu dari angka 5,18% menjadi 5,89% sedangkan tingkat TPT secara keseluruhan menurun sebesar 0,16%, TPT untuk tingkat pendidikan SD kebawah menunjukkan angka yang paling kecil, hal ini disebabkan karena masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah cenderung mau menerima pekerjaan apa saja

Perkembangan zaman yang akan datang, dunia akan sangat membutuhkan teknologi bahkan peran manusia akan segera diganti dengan teknologi yang akan datang sehingga akan mengubah cara hidup kita terutama dalam hal bekerja, hal ini membuat perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan jeli untuk melihat peluang pasar agar tidak sampai gulung tikar dan berkembang oleh karena itu perlu memperhatikan sumber daya yang mereka gunakan sebaiknya mempunyai kompetensi yang cukup baik. Adapun pengaruh dan peranan teknologi informasi secara tidak langsung telah membuat bisnis berkembang,

karena dengan teknologi informasi sebuah perusahaan dapat meningkatkan kebutuhan efisiensi waktu dan biaya.

Kompetensi mencerminkan kemampuan seseorang untuk mengerjakan berbagai tugas yang dibebankan kepadanya, kompetensi tersebut dapat diperoleh dari pendidikan atau pelatihan, inisiatif, dan pengalaman kerja yang diperoleh baik dari dalam maupun dari luar instansi tempat dia bekerja. Pola pikir pegawai untuk mengembangkan karirnya dapat diperoleh dari kompetensi yang dimilikinya, oleh karena itu dalam pengembangan karir perlu mengedepankan kompetensi yang dimiliki. Penelitian yang dilakukan Gogga dan Muzakkar menunjukkan dalam pengembangan karir bergantung pada tingkat pendidikan seorang pegawai, untuk menempati jenjang yang tinggi harus diikuti, salah satunya adalah pendidikan.

Jumlah lulusan pada Universitas Swasta di Pulau Jawa terus mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat dari laporan risetdikti yang menunjukkan peningkatan di setiap provinsi terutama Jawa Timur yang menghasilkan lulusan pendidikan tingkat tinggi ketiga terbanyak di Pulau Jawa dan mengalami peningkatan dari tahun 2015 ke tahun 2017 dari angka 85.089 menjadi 85.397. Provinsi Jawa Timur merupakan penghasil sarjana terbanyak untuk Universitas Swasta diangka 69.060 di tahun 2015 dan menurun ke angka 66.151 pada tahun 2017 meski demikian Jawa Timur tetap menempati urutan pertama yang menghasilkan lulusan sarjana terbanyak dengan selisih 745 sarjana dengan Jawa Barat.

Mahasiswa yang telah mengenyam pendidikan di perguruan tinggi diharapkan memiliki kompetensi atau kualitas keahlian sesuai dengan latar belakang pendidikan atau jurusan mereka, karena akan dihadapkan dengan dunia kerja sesuai dengan bidang ilmu dan keahliannya. Mahasiswa harus mampu memilih dan menentukan karir apa yang akan dijalani sebagai pekerjaannya di kemudian hari. Dengan berkarir manusia akan mampu meningkatkan potensi diri serta memenuhi segala kebutuhan kehidupan.

Pada penelitian kali ini akan membahas mengenai hubungan antara kompetensi yang diperoleh alumni selama perkuliahan beserta pengaruhnya terhadap perencanaan karir alumni dan juga sebaliknya untuk melihat pengaruh perencanaan karir alumni *freshgraduate* dengan kompetensi yang diperoleh setelah lulus dari perkuliahan di Universitas Kristen Petra.

Berdasarkan jumlah usaha / perusahaan ekonomi kreatif menurut subsektor ekraf dan tahun mulai beroperasi (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2018) diketahui bahwa peningkatan jumlah penggunaan media visual fotografi disertai oleh peningkatan jumlah bisnis fotografi setiap tahunnya di Indonesia. Tercatat sebanyak 5.024 unit bisnis fotografi baru telah beroperasi hanya pada tahun 2015 – 2016 atau sekitar 12,4 % dari seluruh bisnis fotografi yang ada di Indonesia.

Berdasarkan jumlah usaha / perusahaan fotografi menurut wilayah (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2018), diketahui bahwa jumlah usaha bisnis fotografi terbanyak di Indonesia pada tahun 2016 ada di Pulau Sumatera, yaitu sebanyak 9.391 unit. Angka tersebut merupakan gabungan dari 10 provinsi yang ada di Pulau Sumatera, sehingga angka tersebut tidak dapat dikatakan sebagai yang terbanyak pada suatu provinsi. Angka terbanyak pada suatu provinsi ada pada provinsi Jawa Timur, yaitu 6.719 unit bisnis.

Peningkatan jumlah bisnis fotografi baru di Indonesia dan juga jumlah bisnis fotografi di Jawa Timur menyebabkan persaingan bisnis yang terjadi di Jawa Timur tinggi. Penyedia jasa fotografi memerlukan strategi pemasaran yang tepat untuk memenangkan persaingan. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dijadikan alat perbandingan dengan kompetitor adalah bauran pemasaran jasa yang meliputi 7P yaitu produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), partisipan (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*) (Lovelock, Wirtz, & Mussry, 2010).

Berdasarkan Kwon & Chelliah (2011), elemen-elemen yang ada pada bauran pemasaran dapat dikontrol untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Setiap penyedia jasa fotografi memiliki perpaduan elemen bauran pemasaran yang unik dan beragam. Keunikan perpaduan elemen masing-masing menjadikan setiap penyedia jasa dapat menyesuaikan dengan pasar yang akan ditarget, sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk mampu memenuhi harapan konsumen. Kinerja produk yang lebih tinggi daripada harapan menjadikan konsumen merasa puas atau amat gembira (Kotler & Keller, 2007).

Menurut Tjiptono (2012), kepuasan konsumen sendiri sangat penting bagi perusahaan karena dapat memberikan beberapa manfaat spesifik seperti loyalitas konsumen, potensi menjadi sumber pendapatan masa depan, meningkatkan toleransi harga dimana konsumen bersedia untuk membayar harga premium, konsumen tidak mudah beralih perusahaan dan gethok tular atau *word of mouth relationship*. *Word of mouth relationship* dapat menjadi dasar yang baik untuk pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen dan bahkan menjadi *advocator* bagi perusahaan ketika reputasi perusahaan dan produk dilecehkan. Contoh nyata dari pentingnya kepuasan konsumen dapat dilihat dari pencapaian platform e-commerce Blibli yang mengklaim telah mencatatkan growth atau pertumbuhan transaksi sebanyak 2,5 kali lipat selama kuartal 1 (Q1) 2019 setelah menerapkan strategi Customer Satisfaction First atau mengutamakan kepuasan konsumen (Alfianto, 2019).

Penduduk perempuan di tahun 2010 yang berusia 15-19 tahun adalah 117.883 orang, angka tersebut adalah jumlah

calon konsumen pada layanan jasa fotografi *event sweet seventeen birthday* (Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, 2018). Penduduk perempuan berusia 0-14 tahun jika dijumlahkan adalah sebesar 329.860 orang, dimana angka tersebut adalah konsumen potensial dari layanan jasa fotografi *event sweet seventeen birthday* karena pada saat menginjak usia 17 tahun, sebagian dari penduduk tersebut akan mengadakan *event sweet seventeen birthday* (Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, 2018).

Jumlah penduduk perempuan di Surabaya berusia 15-19 tahun diprediksikan akan menjadi 120.127 orang atau meningkat sebanyak 2.244 orang atau meningkat sebesar 19,04 % dari tahun 2010 (Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, 2018). Dari data tersebut bisa diambil kesimpulan bahwa konsumen potensial dari jasa fotografi *event sweet seventeen birthday* diprediksikan terjadi peningkatan, sehingga bisnis jasa fotografi *event sweet seventeen birthday* menarik untuk diteliti.

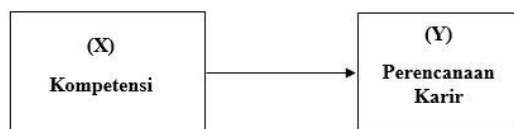
Dalam pemasaran, terdapat salah satu strategi pemasaran yang disebut bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang digunakan untuk mempengaruhi konsumen agar dapat membeli produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Bauran pemasaran adalah elemen-elemen dari perusahaan yang masih dapat diatur untuk dikombinasikan, sehingga memberikan hasil yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Kombinasi yang tepat dari setiap elemen bauran pemasaran adalah salah satu kunci kesuksesan dari sebuah perusahaan. Bauran pemasaran jasa meliputi 7P yaitu produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), partisipan (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*) (Lovelock, Wirtz, & Mussry, 2010).

Produk adalah bagian terpenting dari elemen yang ada dalam bauran pemasaran karena berisikan nilai-nilai dari perusahaan yang akan dijual ke konsumen. Produk yang dijual oleh perusahaan dapat berbentuk bermacam-macam meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, partisipan, lokasi, dan gagasan atau ide. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan / kebutuhan (Kotler & Armstrong, 2016).

Harga merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran untuk dapat memenangkan persaingan. Menurut sejarah, harga telah menjadi faktor kuat yang mempengaruhi keputusan pembelian (2016). Menurut Sumarni dan Soeprihanto (2010) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Menurut Kotler & Armstrong (2016) harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar untuk memperoleh produk atau jasa.

Penentuan lokasi sangat penting dalam perusahaan karena dapat mempengaruhi pendapatan yang diperoleh maupun biaya yang akan dikeluarkan. Menurut Sumarni dan Soeprihanto (2010) lokasi didefinisikan sebagai saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau industri pemakai. Lupiyoadi & Hamdani (2008) mengatakan bahwa lokasi berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasional atau kegiatannya.

Gambar 1
Kerangka Penelitian



METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Dalam penelitian ini digunakan data kuantitatif. Penelitian ini menggunakan *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)*.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah ini alumni Universitas Kristen Petra program Manajemen Bisnis yang mengikuti yudisium periode gasal 2018-2019 yang berjumlah 104 orang. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, dapat dijadikan sampel apabila yang ditemui sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dan cocok menjadi sumber data. Pada penelitian ini akan mengambil sampel dari seluruh populasi yang merupakan lulusan *freshgraduate* Universitas Kristen Petra yang mengikuti yudisium periode Gasal 2018/2019 yang berjumlah 104 orang.

Sumber Data

Data adalah “*input* utama yang akan diolah dalam proses penelitian untuk menghasilkan output yang akan menjawab masalah dan pertanyaan penelitian” (Abdillah & Jogiyanto, 2015, p. 51). Terdapat 2 sumber data yang dapat digunakan dalam penelitian, yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Dalam penelitian ini data yang digunakan dalam penelitian berupa data primer. Data primer adalah “data yang belum pernah diolah oleh pihak tertentu untuk kepentingan tertentu” (Abdillah & Jogiyanto, 2015, p. 51). Data primer pada penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang dibagikan secara *online* kepada 104 orang responden.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuesioner (angket). Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015) metode kuesioner adalah metode pengumpulan data primer yang menggunakan sejumlah pertanyaan atau pernyataan dengan format tertentu. Pada penelitian ini digunakan skala likert. Responden diberi pernyataan dan harus memilih mana jawaban yang sesuai dengan dirinya.

Penyebaran kuesioner pada penelitian ini dilakukan dengan membagikan tautan yang akan mengarahkan kepada situs web google formulir kuesioner kepada responden secara langsung. Data responden didapatkan dari alumni *freshgraduate* program Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra

Teknik Analisis Data

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan yang berbasis pada *Statistical*

Product and Service Solutions (SPSS). Analisis data diawali dengan melakukan analisis statistik deskriptif, kemudian dilakukan analisis uji validitas serta reliabilitas

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas pada *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)* dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *pearson* dengan tingkat toleransi kesalahan 0,05 atau 5%.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)* bisa dilakukan dengan *Cronbach's Alpha*. Nilai *Cronbach's Alpha* yang baik setidaknya memiliki nilai di atas 0.6 untuk memenuhi kriteria reliabilitas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* setiap variabel telah di atas 0.6 sehingga bisa dikatakan hasil pengujian reliabilitas telah memenuhi kriteria reliabilitas.

Pembahasan

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Alumni	Persentase
Pria	55	53,4%
Wanita	48	46,6%
Total	103	100%

Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah responden didominasi oleh pria yaitu sebanyak 53,4% namun persentase tersebut tidak berbanding jauh dari responden wanita. Hal ini dapat disimpulkan bahwa jumlah alumni yang mengikuti yudisium periode gasal 2018/2019 program Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra kebanyakan berjenis kelamin pria.

Angkatan

Angkatan	Jumlah Alumni	Persentase
2013	9	8,7%
2014	38	36,9%
2015	56	54,4%
Total	103	100%

Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa rata-rata responden sebagian besar merupakan mahasiswa angkatan 2015 yaitu sebanyak 54,4%, diikuti oleh mahasiswa angkatan 2014 sebesar 36,9% dan sebanyak 8,7% merupakan mahasiswa angkatan 2013. Hal ini dapat disimpulkan bahwa peserta yudisium program Manajemen Bisnis didominasi angkatan 2015 yang mampu menyelesaikan perkuliahan S1 dalam kurun waktu 3,5 tahun yaitu sebanyak 56 orang, angkatan 2014 yang mengikuti yudisium periode tersebut sebanyak 38 orang dimana mereka menyelesaikan perkuliahan dalam kurun waktu 4,5 tahun, dan angkatan 2013 dimana merupakan responden dengan jumlah terendah yaitu sebanyak 9 orang merupakan responden yang menyelesaikan perkuliahan dalam kurun waktu 5,5 tahun.

Uji Validitas

Uji validitas dari kompetensi dan perencanaan karir menunjukkan angka koefisien korelasi di atas 0,1937 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga seluruh

variabel dinyatakan valid sehingga semua pernyataan dapat diikutkan dalam pengolahan data.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dari kompetensi dan perencanaan karir menunjukkan angka *cronbach's alpha* di atas 0,6, sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel/konsisten.

Analisis Mean Variabel Kompetensi (X)

Dimensi	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
Kerjasama Tim	1. Saya memiliki kemampuan untuk bekerja sama dalam tim	1	0	2	56	44	4,38	Tinggi
	2. Saya mempunyai kemampuan untuk mengambil bagian dalam kelompok	1	0	3	44	55	3,94	Tinggi
Total mean indikator kerjasama tim							4,16	Tinggi

Alumni *freshgraduate* Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra mempunyai kompetensi yang cukup baik dalam hal kerja sama tim, hal ini berdasarkan pada pernyataan 1 dan 2 yang memiliki nilai mean tinggi yaitu sebesar 4,16.

Dimensi	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
Komunikasi	1. Saya mempunyai kemampuan komunikasi yang efektif baik dalam hal pengetahuan, keterampilan dan sikap	0	0	7	57	39	4,31	Tinggi
	2. Saya mempunyai keterampilan menyampaikan pesan menggunakan kata-kata maupun melalui bahasa tubuh	0	0	10	60	33	4,22	Sedang
Total mean indikator komunikasi							4,27	Tinggi

Alumni *freshgraduate* Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra mempunyai kompetensi yang cukup baik dalam hal berkomunikasi, hal ini berdasarkan pada pernyataan 1 dan 2 yang memiliki nilai mean tinggi yaitu sebesar 4,27.

Dimensi	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
Adaptasi	1. Saya mampu terbuka terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan saya	0	0	9	60	34	4,24	Tinggi
	2. Saya mampu menghadapi suatu masalah dengan cara yang baru	0	1	11	50	41	4,27	Tinggi
Total mean indikator adaptasi							4,26	Tinggi

Alumni *freshgraduate* Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra mempunyai kompetensi yang cukup baik dalam hal beradaptasi, hal ini berdasarkan pada pernyataan 1 dan 2 yang memiliki nilai mean tinggi yaitu sebesar 4,26.

Dimensi	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
Pemecahan Masalah	1. Saya memahami motif dari setiap masalah yang terjadi	0	1	17	51	34	4,15	Tinggi
	2. Saya mencoba menggunakan solusi yang sama dalam masalah lain yang serupa	2	4	10	53	34	4,10	Tinggi
Total mean indikator pemecahan masalah							4,13	Tinggi

Alumni *freshgraduate* Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra mempunyai kompetensi yang cukup baik dalam hal kemampuan pemecahan masalah,

hal ini berdasarkan pada pernyataan 1 dan 2 yang memiliki nilai mean tinggi yaitu sebesar 4,13.

Dimensi	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
Pemecahan Masalah	1. Saya memahami motif dari setiap masalah yang terjadi	0	1	17	51	34	4,15	Tinggi
	2. Saya mencoba menggunakan solusi yang sama dalam masalah lain yang serupa	2	4	10	53	34	4,10	Tinggi
Total mean indikator pemecahan masalah							4,13	Tinggi

Alumni *freshgraduate* Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra mempunyai kompetensi yang cukup baik dalam hal kemampuan untuk memimpin, hal ini berdasarkan pada pernyataan 1 dan 2 yang memiliki nilai mean tinggi yaitu sebesar 4,27.

Dimensi	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
Pencapaian Tujuan	1. Saya mempunyai keinginan yang kuat untuk mencapai tujuan yang ingin saya capai	0	0	4	45	54	4,49	Tinggi
	2. Saya akan mencari cara untuk mencapai tujuan yang ingin saya capai	0	0	5	42	56	4,50	Tinggi
Total mean indikator pencapaian tujuan							4,50	Tinggi

Alumni *freshgraduate* Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra mempunyai kompetensi yang cukup baik dalam hal pencapaian tujuan, hal ini berdasarkan pada pernyataan 1 dan 2 yang memiliki nilai mean tinggi yaitu sebesar 4,50

Dimensi	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
Teknis Operasional	1. Saya menguasai pengetahuan teknologi informasi	0	0	11	50	42	4,30	Tinggi
	2. Saya menguasai kemampuan teknologi informasi	0	1	14	55	33	4,17	Tinggi
Total mean indikator teknis operasional							4,24	Tinggi

Alumni *freshgraduate* Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra mempunyai kompetensi yang cukup baik dalam kemampuan teknis operasional, hal ini berdasarkan pada pernyataan 1 dan 2 yang memiliki nilai mean tinggi yaitu sebesar 4,24.

Dimensi	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
Pemecahan Masalah	1. Saya dapat mengandalkan kemampuan individu untuk mencapai suatu tujuan	0	1	9	49	44	4,32	Tinggi
	2. Saya dapat memperoleh hasil kerja yang memuaskan ketika mengandalkan kemampuan individu saya	0	3	8	59	33	4,18	Tinggi
Total mean indikator efektivitas pribadi							4,25	Tinggi

Alumni *freshgraduate* Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra mempunyai kompetensi yang cukup baik dalam hal efektivitas pribadi, hal ini berdasarkan pada pernyataan 1 dan 2 yang memiliki nilai mean tinggi yaitu sebesar 4,25.

Analisis Mean Variabel Perencanaan Karir (Y)

Dimensi	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
Penilaian bakat-bakat (<i>Apptitudes</i>)	1. Saya mengetahui kelebihan potensi saya sebagai penunjang bakat yang saya miliki	1	1	6	47	48	4,36	Tinggi
	2. Saya mengetahui kekurangan potensi saya sebagai penunjang bakat yang saya miliki	0	1	8	59	35	4,24	Tinggi
Total mean indikator penilaian bakat-bakat (<i>Apptitudes</i>)							4,30	Tinggi

Berdasarkan hasil *mean* tanggapan responden diatas dimana hasil mean dari pertanyaan 1 lebih tinggi dibandingkan pertanyaan 2, menunjukkan bahwa Alumni *freshgraduate* Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra lebih mengetahui kelebihan potensi yang mereka miliki sebagai penunjang bakat mereka dibandingkan kekurangan potensi mereka.

Dimensi	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
Minat (<i>Interests</i>)	1. Dalam perencanaan karir saya juga mempertimbangkan minat yang saya miliki	0	0	7	48	48	4,40	Tinggi
	2. Dalam perencanaan karir, saya lebih mengutamakan karir yang sesuai minat saya	2	2	15	55	29	4,04	Tinggi
Total mean indikator Minat (<i>Interests</i>)							4,22	Tinggi

Berdasarkan hasil *mean* tanggapan responden diatas dimana hasil mean dari pertanyaan 1 lebih tinggi dibandingkan pertanyaan 2, menunjukkan bahwa alumni *freshgraduate* Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra dapat mentoleransi karir dengan minat mereka dalam perencanaan karir mereka.

Dimensi	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
nilai-nilai personal dan lingkungan (<i>value & personality</i>)	1. Dalam perencanaan karir saya mempertimbangkan nilai-nilai yang dianut oleh perusahaan.	0	1	7	60	35	4,25	Tinggi
	2. Dalam perencanaan karir, saya lebih mengutamakan nilai-nilai yang sesuai dengan saya	0	1	11	48	43	4,29	Tinggi
Total mean indikator nilai-nilai personal dan lingkungan (<i>value & personality</i>)							4,27	Tinggi

Berdasarkan hasil *mean* tanggapan responden diatas dimana hasil mean dari pertanyaan 2 lebih tinggi dibandingkan pertanyaan 1, menunjukkan bahwa alumni *freshgraduate* Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra mempunyai nilai-nilai yang kuat yang diterapkan dalam karir mereka sehingga nilai-nilai positif yang mereka pertahankan dapat berpengaruh positif terhadap lingkungan kerja mereka.

Dimensi	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
kepribadian (<i>personality</i>)	1. Dalam perencanaan karir saya mempertimbangkan kepribadian yang saya miliki	0	0	4	58	41	4,36	Tinggi
	2. Dalam perencanaan karir, saya lebih mengutamakan lingkungan karir yang sesuai dengan kepribadian saya	1	2	10	49	41	4,23	Tinggi
Total mean indikator kepribadian (<i>personality</i>)							4,30	Tinggi

Berdasarkan hasil *mean* tanggapan responden diatas dimana hasil mean dari pertanyaan 1 lebih tinggi dibandingkan pertanyaan 2, menunjukkan bahwa alumni *freshgraduate* Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra mempertimbangan kepribadian yang mereka miliki dan lebih bisa mentoleransi ketika lingkungan karir mereka tidak sesuai dengan kepribadian mereka.

Dimensi	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
Kesempatan Karir	1. Dalam perencanaan karir saya mempertimbangkan kesempatan karir yang ada	0	1	11	53	38	4,24	Tinggi
	2. Dalam perencanaan karir saya hanya melihat kesempatan karir yang ada	1	7	10	50	35	4,08	Tinggi
	Total mean indikator kesempatan karir							4,16

Berdasarkan hasil *mean* tanggapan responden diatas dimana hasil mean dari pertanyaan 1 lebih tinggi dibandingkan pertanyaan 2, menunjukkan bahwa alumni *freshgraduate* Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra menjadikan kesempatan karir sebagai bahan pertimbangan dan tidak bergantung pada kesempatan karir saja.

Dimensi	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
Penampilan Karir (<i>Career Performance</i>)	1. Dalam perencanaan karir saya mempertimbangkan penampilan saya ketika bekerja di perusahaan	0	2	9	52	40	4,26	Tinggi
	2. Saya mengutamakan perencanaan karir yang memberikan kebebasan berpenampilan	0	5	10	50	38	4,17	Tinggi
Total mean indikator penampilan karir (<i>career performance</i>)							4,22	Tinggi

Berdasarkan hasil *mean* tanggapan responden diatas dimana hasil mean dari pertanyaan 1 lebih tinggi dibandingkan pertanyaan 2, menunjukkan bahwa alumni *freshgraduate* Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra menjadikan penampilan mereka sebagai pertimbangan dalam perencanaan karir mereka dan tidak menuntut lingkungan karir untuk memberi kebebasan kepada mereka.

Dimensi	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
Penilaian bakat-bakat (<i>Apptitudes</i>)	1. Dalam perencanaan karir saya memperhatikan rutinitas saya	0	0	10	50	43	4,32	Tinggi
	2. Saya mengutamakan karir yang memberikan kebebasan menjalankan rutinitas saya	0	1	11	49	42	4,28	Tinggi
Total mean indikator gaya hidup (<i>life style</i>)							4,30	Tinggi

Berdasarkan hasil *mean* tanggapan responden diatas dimana hasil mean dari pertanyaan 1 lebih tinggi dibandingkan pertanyaan 2, menunjukkan bahwa alumni *freshgraduate* Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra lebih mentoleransi lingkungan kerja yang tidak memberikan kebebasan untuk menjalankan rutinitas mereka.

Pembahasan

Hipotesis pertama menyatakan bahwa variabel bebas yaitu kompetensi (X) yang terdiri dari indikator kerjasama tim, komunikasi, adaptasi, pemecahan masalah, kepemimpinan, pencapaian tujuan, teknis operasional, dan efektivitas pribadi mempunyai hubungan dengan variabel terikat yaitu perencanaan karir (Y) yang terdiri dari indikator penilaian bakat-bakat (*Apptitudes*), Minat (*Interests*), nilai-nilai personal dan lingkungan (*value & personality*), kepribadian (*personality*), kesempatan karir, penampilan karir (*career performance*), dan gaya hidup (*life style*).

Berdasarkan hasil regresi data yang ada diketahui bahwa sebagian besar responden sebanyak 54,4% atau 56 orang merupakan mahasiswa angkatan 2015 yang telah menyelesaikan perkuliahan dalam kurun waktu 3,5 tahun dan sisanya merupakan mahasiswa yang menyelesaikan

perkuliahan melewati batas waktu normal perkuliahan yaitu 4 tahun sebanyak 45,6% atau 47 orang.

Dari hasil Uji Korelasi ditemukan bahwa terdapat hubungan antara kompetensi dengan perencanaan karir alumni *freshgraduate* program Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra, dilihat dari hasil korelasi menunjukkan angka *correlation coefficient* sebesar $0,631 > 0,05$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ dengan kekuatan hubungan yang dikatakan kuat, dilihat dari tabel angka korelasi yang berada diantara 0,51 - 0,75.

Hasil *mean* tanggapan responden menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel kompetensi masuk pada kategori tinggi dengan nilai *mean* sebesar 4,26 yang artinya alumni *freshgraduate* program Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra memiliki rata-rata kompetensi yang cukup tinggi, disamping itu hasil *mean* tanggapan responden juga menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel perencanaan karir masuk pada kategori tinggi dengan nilai *mean* sebesar 4,25 yang artinya alumni *freshgraduate* program Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra menyusun perencanaan karir mereka dengan memperhatikan indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis dan pengujian hipotesis, dapat ditarik kesimpulan bahwa kompetensi mempunyai hubungan yang kuat dengan perencanaan karir alumni *freshgraduate* program Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra. Dengan demikian H_1 terbukti dapat diterima di mana variabel kompetensi mempunyai hubungan yang signifikan dengan perencanaan karir.

Saran

1. Berdasarkan hasil uji rata-rata pada penelitian ini diketahui nilai terendah dari variabel kompetensi terdapat pada kompetensi pemecahan masalah dikarenakan pentingnya kompetensi untuk menjalankan profesi mereka maka dari itu, peneliti menyarankan kepada alumni *freshgraduate* program manajemen bisnis di Universitas Kristen Petra agar menyadari pentingnya kompetensi pemecahan masalah yang dimiliki serta memperhatikan kesempatan karir yang ada untuk menyusun perencanaan karir.
2. Untuk peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan untuk meneliti lebih dalam

mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kesempatan karir dan mengetahui penyebab kurangnya perhatian mahasiswa-mahasiswa *freshgraduate* pada kesempatan karir yang ada.

DAFTAR REFERENSI

- Azwar, S. (2005). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ban-pt. (2016). Direktori hasil akreditasi institusi. Retrieved from https://banpt.or.id/direktori-institusi/pencarian_institusi .
- Gray, A. (2016). *The 10 skills you need to thrive in the fourth industrial revolution*. Weforum. Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-10-skills-you-need-to-thrive-in-the-fourth-industrial-revolution/>
- Indonesia. Badan Pusat Statistik. (2017). *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2017*. Jakarta: Midayanti, N.
- Indonesia. Badan Pusat Statistik. (2018). *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2018*. Jakarta: Midayanti, N.
- Indonesia. Kemristekdikti. (2016). *Statistik Pendidikan Tinggi 2014/2015*. Jakarta: Kemristekdikti
- Indonesia. Kemristekdikti. (2017). *Statistik Pendidikan Tinggi 2017*. Jakarta: Kemristekdikti
- Keputusan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Act. 2016.
- Nurwati, N. (2017). Kondisi ketenagakerjaan di Jawa Barat dan me. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 110-111.
- Sugiyono. (2007). *Metode penelitian administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.