

### PERAN SELF TALENT BRANDING DAN ORGANIZATIONAL SUPPORT TERHADAP MINAT BERKARIR DI BUMN MELALUI MEDIASI SELF EFFICACY DAN CAREER ADAPTABILITY

Sari Budiarti

Universitas Mulawarman

[saribudiarti@feb.unmul.ac.id](mailto:saribudiarti@feb.unmul.ac.id)

#### ABSTRAK

Minat berkarir mahasiswa menjadi isu penting dalam menghadapi tantangan dunia kerja yang dinamis dan kompleks. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Self Talent Branding* dan *Organizational Support* terhadap *Minat Berkarir* mahasiswa, baik secara langsung maupun melalui variabel mediasi *Self Efficacy* dan *Career Adaptability*. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan metode kausalitas dan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada 150 mahasiswa tingkat akhir. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM) PLS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Self Talent Branding* dan *Organizational Support* berpengaruh signifikan terhadap *Career Adaptability*, yang pada gilirannya memiliki pengaruh positif terhadap *Minat Berkarir* mahasiswa. Jalur mediasi dari *Organizational Support* melalui *Career Adaptability* menuju *Minat Berkarir* juga terbukti signifikan, menegaskan peran penting kemampuan adaptasi karier dalam menjembatani dukungan organisasi dan minat berkarir. Sebaliknya, variabel *Self Efficacy* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan, baik secara langsung terhadap *Minat Berkarir* maupun sebagai mediator antara *Self Talent Branding* dan *Organizational Support* dengan *Minat Berkarir*. Simpulan pada penelitian ini yaitu *Career Adaptability* merupakan variabel mediasi yang substansial dalam hubungan antara pencitraan diri dan dukungan organisasi terhadap minat berkarir mahasiswa. Penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk mengeksplorasi faktor-faktor tambahan seperti lingkungan sosial, pengalaman kerja praktik, dan orientasi masa depan guna memperkaya pemahaman tentang pembentukan minat berkarir generasi muda.

**Kata Kunci:** *Self talent Branding, Organizational Support, Self efficacy, Career Adaptability*

#### ABSTRACT

*Students' career interest has become a critical issue in navigating the dynamic and complex challenges of today's job market. This study aims to analyze the influence of Self-Talent Branding and Organizational Support on students' Career Interest, both directly and through the mediating variables of Self-Efficacy and Career Adaptability. A quantitative approach was employed using a causal research design and data collected through questionnaires distributed to 150 final-year undergraduate students. Data analysis was conducted using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results revealed that both Self-Talent Branding and Organizational Support significantly influence Career Adaptability, which in turn has a positive impact on students' Career Interest. The mediating pathway from Organizational Support through Career Adaptability to Career Interest was also found to be significant, highlighting the crucial role of career adaptability in linking organizational support and students' career aspirations. Conversely, Self-Efficacy did not exhibit a significant effect, either directly on Career Interest or as a mediator between Self-Talent Branding and Organizational Support and Career Interest. The study concludes that Career Adaptability is a substantial mediating variable in the relationship between personal branding and organizational support and students' career interest. Future research is recommended to explore additional factors such as social environment, internship experiences, and future orientation to deepen the understanding of how career interest is developed among young generations.*

**Keywords:** *Self talent Branding, Organizational Support, Self efficacy, Career Adaptability*

## PENDAHULUAN

Minat berkarir di Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menjadi salah satu pilihan strategis bagi banyak mahasiswa karena BUMN dianggap memiliki prospek karir yang stabil, jenjang yang jelas, serta reputasi sosial yang tinggi. Di tengah semakin kompetitifnya pasar tenaga kerja dan perubahan kebutuhan organisasi, mahasiswa sebagai calon tenaga kerja dituntut tidak hanya memiliki kompetensi teknis, tetapi juga daya saing personal melalui strategi personal branding, seperti Self talent branding (Budiarti, S., 2025). Self talent branding merupakan upaya individu dalam mempromosikan keunikan, kompetensi, dan nilai diri untuk menarik perhatian organisasi potensial (Budiarti, S., & Tim Penulis, 2024a).

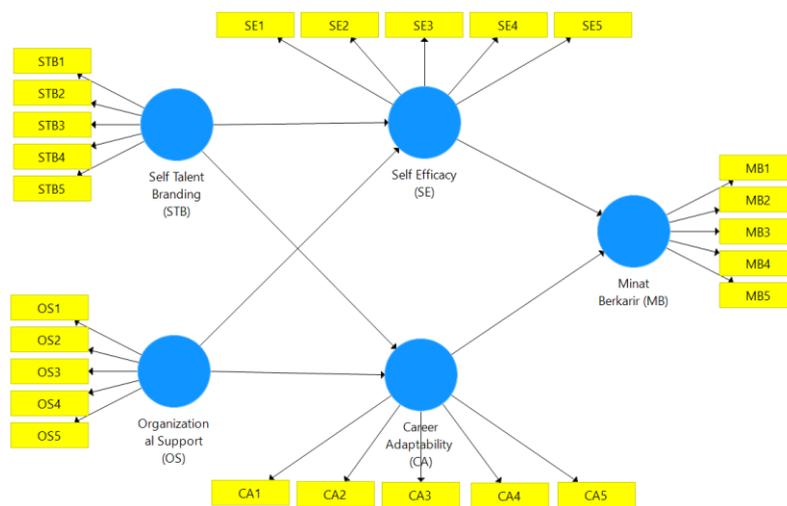
Pertama, Self talent branding menjadi aspek penting dalam membentuk citra diri profesional mahasiswa. Di era digital yang penuh persaingan, mahasiswa perlu menonjolkan kelebihan personal mereka melalui narasi yang konsisten, autentik, dan relevan dengan kebutuhan pasar kerja, termasuk sektor BUMN. Menurut (Budiarti, S., dan Tim 2024b), branding individu menciptakan nilai tambah dalam proses seleksi kerja dan mendorong peningkatan kepercayaan diri dalam bersaing. Hal ini juga diperkuat oleh temuan dalam buku (Budiarti, S., & Tim Penulis 2024g) yang menyebutkan bahwa etika dan integritas dalam personal branding memperkuat nilai individu di mata organisasi. Kedua, Organizational Support baik dari perguruan tinggi, lembaga karir, maupun program magang pemerintah berperan sebagai katalis yang membantu mahasiswa mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja profesional (Laily, N et al., 2024). Organizational support tidak hanya mencakup fasilitas fisik dan informasi, tetapi juga mencakup pendampingan psikologis dan motivasional. Menurut (Laily, N., et al., 2024) dukungan yang diberikan organisasi berperan penting dalam meningkatkan kesiapan kerja dan keterlibatan karyawan di masa depan. Self efficacy atau keyakinan diri seseorang terhadap kemampuannya dalam mencapai tujuan karir berperan sebagai mediasi penting dalam membangun minat berkarir di lingkungan profesional seperti BUMN. Bandura (1997) menyebutkan bahwa Self efficacy dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, pengamatan sosial, persuasi verbal, dan kondisi fisiologis individu. Mahasiswa yang memiliki tingkat Self efficacy tinggi cenderung lebih percaya diri dalam mengikuti seleksi kerja dan menavigasi tantangan karir (Budiarti, S., & Tim Penulis, 2024b; Budiarti, S., & Tim Penulis, 2024c). Dalam penelitian terdahulu, Self efficacy terbukti memediasi hubungan antara dukungan lingkungan dan niat berperilaku, termasuk niat untuk mengejar karir tertentu (Budiarti, S., 2025).

Sementara itu, sektor BUMN saat ini sedang menjalani transformasi menuju digitalisasi dan profesionalisasi yang lebih tinggi, sehingga dibutuhkan talenta muda yang adaptif, inovatif, dan memiliki integritas. Buku "Manajemen: Pengantar Praktis" menekankan bahwa keberhasilan organisasi masa depan ditentukan oleh sejauh mana mereka mampu menarik dan mempertahankan talenta yang memiliki motivasi intrinsik kuat untuk tumbuh bersama institusi (Budiarti, S., & Tim Penulis, 2024e). Namun, berdasarkan tinjauan literatur, masih terbatas penelitian yang mengkaji secara simultan peran Self talent branding dan organizational support terhadap minat berkarir di BUMN dengan mempertimbangkan Self efficacy sebagai variabel mediasi. Studi-studi sebelumnya cenderung membahas pengaruh personal branding dan dukungan organisasi secara terpisah atau dalam konteks sektor swasta dan industri kreatif (Tian, Suplema, & Budiarti,



S., 2025). Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan merumuskan pertanyaan penelitian: Bagaimana pengaruh Self talent branding dan organizational support terhadap minat berkarir di BUMN melalui mediasi Self efficacy pada mahasiswa.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan model pengaruh faktor personal dan lingkungan terhadap intensi karir, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pengambil kebijakan pendidikan tinggi, HR BUMN, dan mahasiswa dalam membangun strategi kesiapan karir berbasis kepercayaan diri dan personal branding. Dengan memfokuskan konteks pada mahasiswa, studi ini juga berkontribusi dalam menyiapkan talenta muda yang lebih siap, kompeten, dan relevan terhadap kebutuhan sektor publik di masa depan.



Gambar 1. Kerangka konseptual

Penelitian ini membahas lima variabel kunci yang saling berinteraksi dalam membentuk minat berkarir mahasiswa di BUMN. Variabel pertama adalah *Self talent Branding*, yaitu kemampuan individu dalam membangun citra diri yang positif dan menonjolkan potensi unggul sebagai bagian dari strategi pemasaran diri di pasar kerja. Dalam konteks mahasiswa, ini mencerminkan bagaimana mereka menampilkan keunikan dan daya tarik profesional mereka kepada calon pemberi kerja, termasuk institusi besar seperti BUMN. Indikatornya mencakup pengenalan kekuatan personal, pengelolaan citra digital, serta konsistensi dalam membangun reputasi diri (Budiarti, S., & Tim Penulis, 2024e). Variabel kedua, *Organizational Support*, menggambarkan persepsi individu terhadap sejauh mana organisasi (dalam hal ini kampus atau lingkungan pendidikan) memberikan dukungan dalam pengembangan karier. Dukungan tersebut dapat berupa fasilitas, informasi karir, mentoring, atau pelatihan yang diberikan secara konsisten dan terarah. Organizational support yang baik terbukti meningkatkan kepercayaan mahasiswa terhadap masa depan karirnya (Laily et al., 2024; Budiarti, S., & Tim Penulis, 2024c). Variabel *Self efficacy* berfungsi sebagai mediasi yang menjembatani hubungan antara dua variabel independen dan variabel dependen. Efikasi diri mencerminkan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas-tugas akademik dan non-akademik yang berkaitan dengan kesiapan kerja. Dalam proses transisi menuju dunia kerja, individu dengan *Self efficacy* tinggi akan lebih percaya diri menghadapi tantangan,



termasuk dalam proses seleksi kerja di BUMN (Budiarti, S.,2025; Budiarti, S., et al., 2025).

Self efficacy sebagai mediator memiliki dua peran yaitu pertama, memperkuat pengaruh *Self talent Branding* terhadap minat karir; dan kedua, memperkuat pengaruh *Organizational Support* terhadap minat karir. Dukungan dari lembaga pendidikan yang dikombinasikan dengan kepercayaan diri mahasiswa berperan penting dalam menciptakan orientasi karir yang positif dan realistis (Budiarti, S., 2025; Budiarti, S., & Wardani, 2025). Terakhir, variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Minat Berkarir di BUMN*, yang mencerminkan ketertarikan mahasiswa untuk bekerja di sektor pemerintahan atau perusahaan milik negara. Mahasiswa yang melihat adanya kesesuaian nilai personal, stabilitas kerja, dan jenjang karir yang jelas di BUMN akan lebih termotivasi untuk melamar dan mengembangkan diri di sana. Indikator minat ini mencakup keinginan eksplisit untuk bergabung, tindakan mencari informasi BUMN, serta kesiapan mengikuti proses seleksi (Budiarti, S., & Tim Penulis, 2024f; Ramadhan & Setyowati, 2020).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian kausalitas, yaitu suatu metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih (Martins et al., 2024). Pendekatan ini dipilih untuk menguji hubungan kausal antara variabel *Self talent branding*, *organizational support*, *Self efficacy*, dan *minat berkarir di BUMN*. Pendekatan kuantitatif memberikan gambaran objektif, sistematis, dan terukur terkait pengaruh variabel-variabel yang diteliti dalam konteks pengembangan karier mahasiswa (Rohmana, 2024). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif tingkat akhir di beberapa perguruan tinggi negeri dan swasta di Kalimantan yang telah mengikuti program magang, pelatihan karier, atau pengenalan industri. Pemilihan populasi ini didasarkan pada relevansi kelompok mahasiswa yang sedang berada pada fase transisi menuju dunia kerja. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria: (1) mahasiswa tingkat akhir (semester 7 ke atas), (2) telah mengikuti kegiatan persiapan karier seperti pelatihan atau magang, (3) memiliki minat terhadap sektor BUMN. Jumlah responden minimal yang direncanakan adalah 150 orang untuk menjamin kelayakan analisis model struktural menggunakan pendekatan *Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert 5 poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Kuesioner dikembangkan dari adaptasi instrumen yang telah divalidasi pada penelitian terdahulu, seperti *Self talent branding* (Lair et al., 2005), *organizational support* (Eisenberger et al., 1986), *Self efficacy* (Bandura, 1997), dan *minat berkarir* (Gati & Asher, 2001).

Teknik analisis data dilakukan melalui tiga tahapan menggunakan software *SmartPLS*:

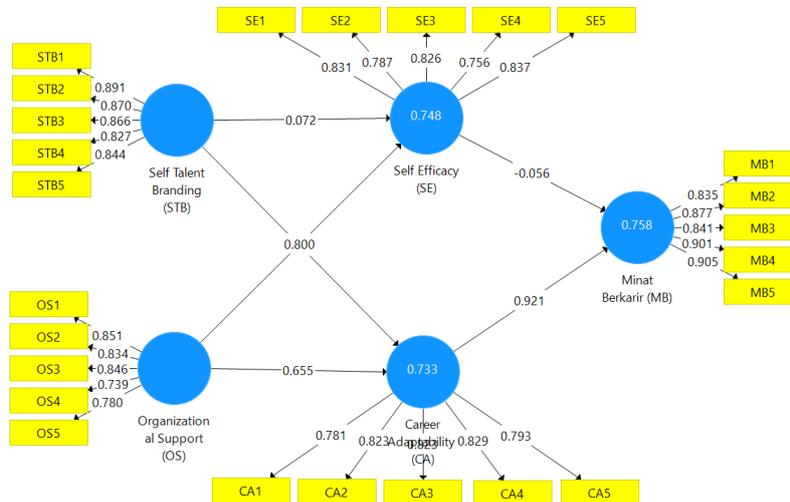
1. Model pengukuran: untuk menguji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk.
2. Model struktural: untuk menguji hubungan antar variabel melalui nilai  $R^2$ ,  $f^2$ ,  $Q^2$ , serta nilai *t*-statistik dan *p*-value.
3. Analisis mediasi: untuk menguji pengaruh tidak langsung melalui *Self efficacy* sebagai variabel mediasi menggunakan teknik *bootstrapping*.

Dengan pendekatan dan teknik tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman empiris yang akurat tentang mekanisme psikologis dan



organisasi yang membentuk minat mahasiswa dalam memilih karier di sektor BUMN serta berkontribusi pada pengembangan teori dan praktik manajemen talenta generasi muda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN



Sumber: Data diolah 2025

**Gambar 2. Hasil PLS Algorithm**

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), dapat disajikan interpretasi nilai loading factor dan R-square ( $R^2$ ) dari masing-masing variabel dalam model penelitian. Nilai loading factor mencerminkan kekuatan kontribusi indikator terhadap konstruk laten. Nilai-nilai loading yang ditunjukkan pada semua indikator berada di atas 0,7, yang menandakan bahwa setiap indikator memiliki validitas konvergen yang kuat terhadap variabelnya masing-masing (Hair et al., 2021). Sebagai contoh, indikator STB1 hingga STB5 yang mengukur konstruk Self Talent Branding memiliki nilai loading antara 0.822 hingga 0.891, menunjukkan bahwa seluruh indikator ini valid merepresentasikan konstruk tersebut. Begitu pula, indikator OS1 hingga OS5 pada variabel Organizational Support menunjukkan nilai loading antara 0.739 hingga 0.851, juga mengindikasikan reliabilitas indikator yang baik. Variabel Self Efficacy diukur oleh indikator SE1 hingga SE5 dengan nilai loading berkisar antara 0.756 sampai 0.837. Variabel Career Adaptability (CA) yang terdiri atas lima indikator (CA1–CA5) memperlihatkan loading antara 0.781 dan 0.829. Terakhir, variabel Minat Berkarir (MB) menunjukkan nilai loading dari 0.835 hingga 0.905 pada lima indikatornya (MB1–MB5), menunjukkan bahwa semua indikator sangat baik dalam menjelaskan konstruk minat berkarir.

Sementara itu, nilai R-square ( $R^2$ ) menggambarkan proporsi varians dari konstruk endogen yang dijelaskan oleh konstruk eksogen dalam model. Berdasarkan gambar, nilai  $R^2$  untuk konstruk Self Efficacy adalah 0.748, yang berarti 74,8% variasi dalam Self Efficacy dapat dijelaskan oleh Self Talent Branding. Nilai  $R^2$  untuk Career Adaptability adalah 0.733, yang menunjukkan bahwa 73,3% variasi dalam variabel tersebut dijelaskan oleh Organizational Support. Sedangkan konstruk Minat Berkarir memiliki nilai  $R^2$  sebesar 0.758, yang berarti bahwa 75,8% variasi dalam minat berkarir dijelaskan oleh Self Efficacy dan Career Adaptability. Menurut Hair et al. (2021), nilai  $R^2$  sebesar 0.75 dikategorikan

sebagai “substantial” (kuat), menunjukkan bahwa model memiliki daya jelaskan yang tinggi terhadap variabel dependen.

Table 1. Discriminant Validity

	Career Adaptability (CA)	Minat Berkarir (MB)	Organizational Support (OS)	Self Efficacy (SE)	Self Talent Branding (STB)
Career Adaptability (CA)	0,810				
Minat Berkarir (MB)	0,870	0,872			
Organizational Support (OS)	0,850	0,783	0,811		
Self Efficacy (SE)	0,903	0,775	0,864	0,808	
Self Talent Branding (STB)	0,802	0,775	0,888	0,783	0,860

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan hasil *discriminant validity* menggunakan Fornell-Larcker Criterion, nilai akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) setiap konstruk dibandingkan dengan korelasi antar konstruk lainnya (Fornell & Larcker, 1981). Dalam tabel tersebut, nilai diagonal (yang dicetak tebal atau di posisi sel diagonal) menunjukkan akar kuadrat dari AVE untuk masing-masing variabel, sedangkan nilai di luar diagonal menunjukkan korelasi antar konstruk. Pertama, konstruk Career Adaptability (CA) memiliki nilai akar kuadrat AVE sebesar 0,810, yang lebih besar dari korelasinya dengan konstruk lain seperti *Self Talent Branding* (0,802), *Organizational Support* (0,850), *Self Efficacy* (0,903), dan *Minat Berkarir* (0,870). Namun, karena nilai 0,903 (korelasi dengan *Self Efficacy*) lebih besar dari 0,810, ini menunjukkan adanya potensi pelanggaran terhadap *discriminant validity* antara CA dan SE. Selanjutnya, konstruk Minat Berkarir (MB) memiliki nilai akar kuadrat AVE sebesar 0,872, yang melebihi korelasinya dengan konstruk lain seperti CA (0,870), OS (0,783), SE (0,775), dan STB (0,775), menunjukkan bahwa *discriminant validity* MB masih dapat diterima meskipun nilai korelasi dengan CA mendekati nilai diagonalnya. Untuk konstruk Organizational Support (OS), nilai AVE adalah 0,811, lebih tinggi dari korelasi dengan CA (0,850), MB (0,783), SE (0,864), dan STB (0,888).

Namun, korelasi dengan STB (0,888) dan SE (0,864) melebihi nilai diagonalnya (0,811), yang menunjukkan kemungkinan tidak terpenuhinya *discriminant validity* antara OS dengan STB dan SE. *Self Efficacy* (SE) memiliki nilai AVE sebesar 0,808, yang lebih rendah dari korelasinya dengan CA (0,903), OS (0,864), dan STB (0,783), menandakan adanya pelanggaran terhadap prinsip *discriminant validity*, khususnya dengan CA dan OS. Terakhir, *Self Talent Branding* (STB) menunjukkan nilai AVE sebesar 0,860, lebih tinggi dari korelasinya dengan MB (0,775), SE (0,783), namun lebih rendah dibandingkan dengan korelasinya terhadap OS (0,888), menunjukkan bahwa *discriminant validity* antara STB dan OS tidak terpenuhi. Secara keseluruhan, sebagian besar konstruk menunjukkan adanya korelasi yang sangat tinggi dengan konstruk lain, bahkan lebih tinggi daripada akar AVE-nya sendiri, yang menandakan potensi pelanggaran *discriminant validity* antar beberapa variabel. Menurut Henseler, Ringle, dan Sarstedt (2015), ketika *discriminant validity* tidak



terpenuhi melalui kriteria Fornell-Larcker, pendekatan alternatif seperti Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) dapat digunakan untuk evaluasi lebih lanjut.

Table 2. Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	Status CR > <b>0,70</b> dan AVE > 0,50
Career Adaptability (CA)	0,869	0,871	0,905	0,656	Valid
Minat Berkarir (MB)	0,921	0,922	0,941	0,760	Valid
Organizational Support (OS)	0,869	0,869	0,906	0,658	Valid
Self Efficacy (SE)	0,867	0,869	0,904	0,653	Valid
Self Talent Branding (STB)	0,912	0,913	0,934	0,740	Valid

Sumber : Data diolah 2025

Berdasarkan hasil pengujian Construct Reliability and Validity serta nilai Average Variance Extracted (AVE) pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki reliabilitas dan validitas yang sangat baik. Nilai Cronbach's Alpha untuk semua variabel (Career Adaptability, Minat Berkarir, Organizational Support, Self efficacy, dan Self Talent Branding) berada di atas 0,7, menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan reliabel atau konsisten dalam mengukur konstruk (Hair et al., 2021). Nilai tertinggi terdapat pada variabel *Minat Berkarir* (0,921), sedangkan nilai terendah tetap memenuhi ambang batas, yaitu *Self Efficacy* (0,867), yang menunjukkan konsistensi internal yang baik.

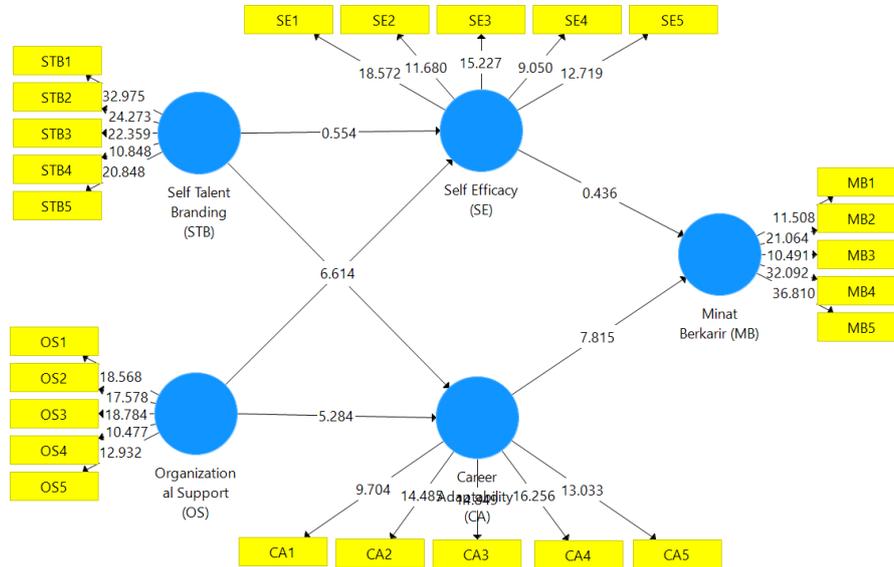
Selanjutnya, nilai rho\_A, sebagai alternatif pengukur reliabilitas internal yang lebih akurat dibandingkan Cronbach's Alpha dalam konteks model reflektif, juga menunjukkan hasil memuaskan dengan seluruh nilai berada di atas 0,7. Ini menunjukkan bahwa konstruk yang digunakan dalam model memiliki stabilitas dan konsistensi yang baik dalam pengukuran (Henseler et al., 2016).

Dari sisi Composite Reliability (CR), seluruh konstruk memiliki nilai di atas 0,7, bahkan mendekati atau lebih dari 0,9, seperti pada *Minat Berkarir* (0,941) dan *Self Talent Branding* (0,934), yang menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam konstruk tersebut secara kolektif memiliki kemampuan menjelaskan konstruk dengan baik (Sarstedt et al., 2022). Ini menandakan bahwa model memiliki unidimensionalitas yang kuat dan reliabilitas komposit yang sangat tinggi.

Sementara itu, untuk menguji validitas konvergen, digunakan Average Variance Extracted (AVE), yang mengukur seberapa besar varians konstruk yang dapat dijelaskan oleh indikator-indikatornya. Semua nilai AVE di atas ambang batas minimum 0,5 yang disarankan oleh Fornell dan Larcker (1981), dengan nilai tertinggi pada *Minat Berkarir* (0,760) dan *Self Talent Branding* (0,740). Ini menunjukkan bahwa sebagian besar varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk masing-masing, sehingga validitas konvergen dapat dikatakan terpenuhi.



Dengan demikian, secara keseluruhan hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel dalam model memiliki reliabilitas konstruk dan validitas konvergen yang baik, menjadikan model ini layak untuk digunakan dalam pengujian hubungan antar variabel dalam penelitian selanjutnya.



Sumber : Data diolah 2025

Gambar 3. PLS bootstrapping

Gambar 3 di atas merupakan visualisasi dari model struktural Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) yang menampilkan hubungan antara lima konstruk laten yaitu *Self Talent Branding* (STB), *Organizational Support* (OS), *Self efficacy* (SE), *Career Adaptability* (CA), dan *Minat Berkarir* (MB). Setiap konstruk diukur oleh beberapa indikator reflektif yang divisualisasikan dalam kotak kuning, dan nilai loading (panah menuju konstruk) menunjukkan kekuatan kontribusi indikator terhadap konstruk yang diwakilinya.

Pertama, konstruk *Self Talent Branding* (STB) diukur oleh lima indikator (STB1–STB5) dengan nilai loading yang semuanya berada di atas ambang batas minimum 0,70, menunjukkan validitas indikator yang baik (Hair et al., 2021). STB memiliki pengaruh positif terhadap *Self efficacy* (SE) dengan koefisien jalur sebesar 0,554, yang signifikan (nilai  $t > 1,96$ ), mengindikasikan bahwa semakin tinggi individu melakukan personal branding, semakin tinggi pula efikasi dirinya (Chin, 1998). Konstruk *Organizational Support* (OS), yang juga diukur oleh lima indikator (OS1–OS5), memiliki pengaruh langsung terhadap *Career Adaptability* (CA) dengan koefisien jalur sebesar 5,284. Ini berarti dukungan organisasi berkontribusi terhadap kemampuan adaptasi karier individu, mendukung teori bahwa lingkungan kerja yang mendukung meningkatkan kesiapan menghadapi tantangan karier (Eisenberger et al., 1986; Hair et al., 2021). *Self efficacy* (SE) selanjutnya berpengaruh positif terhadap *Minat Berkarir* (MB) dengan koefisien 0,436. Ini menunjukkan bahwa individu dengan efikasi diri tinggi cenderung memiliki intensi lebih kuat untuk mengejar karier tertentu, mendukung teori motivasi social kognitif (Hair et al., 2021).



Di sisi lain, *Career Adaptability* (CA), yang diukur oleh lima indikator (CA1–CA5), juga menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap *Minat Berkarir* (MB) dengan koefisien sebesar 7,815. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang mampu menyesuaikan diri dengan dinamika karier lebih mungkin memiliki minat karier yang jelas dan kuat (Savickas & Porfeli, 2012). Setiap hubungan antar konstruk dalam model ditunjukkan dengan garis panah disertai nilai statistik t di atasnya (misalnya 6,614 atau 7,815), yang menggambarkan tingkat signifikansi dari hubungan tersebut. Nilai-nilai t yang melebihi 1,96 mengindikasikan bahwa jalur tersebut signifikan secara statistik pada tingkat kepercayaan 95% (Hair et al., 2021). Dengan demikian, model ini memberikan pemahaman struktural yang kuat mengenai bagaimana *Self Talent Branding*, *Organizational Support*, *Self efficacy*, dan *Career Adaptability* secara langsung dan tidak langsung memengaruhi *Minat Berkarir* mahasiswa, sesuai dengan pendekatan PLS-SEM untuk analisis hubungan antar konstruk laten (Hair et al., 2021;).

Table 3. Model Fit Boostrapiing

Fit Summary	Saturated Model	Estimated Model
	SRMR	0,060
d_ULS	1,180	1,896
d_G	1,160	1,302
Chi-Square	879,784	951,984
NFI	0,773	0,754

Sumber : Data diolah 2025

Hasil *model fit* pada tabel 3 di atas, dapat disimpulkan bahwa model memiliki kesesuaian yang cukup baik terhadap data yang digunakan. Nilai Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) sebesar 0,060 untuk *saturated model* dan 0,076 untuk *estimated model* berada di bawah batas maksimum 0,08, yang menunjukkan bahwa terdapat perbedaan residual yang kecil antara matriks kovarian yang diamati dengan yang diprediksi oleh model (Henseler et al., 2015). Hal ini menandakan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian yang memadai. Selain itu, nilai d\_ULS (1,180 untuk *saturated* dan 1,896 untuk *estimated model*) serta d\_G (1,160 dan 1,302) juga menunjukkan bahwa deviasi antara data dan model tidak terlalu besar, yang semakin memperkuat validitas kesesuaian model (Hair et al., 2021). Sementara itu, nilai Chi-Square masing-masing sebesar 879,784 dan 951,984, meskipun terbilang tinggi, namun dalam konteks PLS-SEM hal ini bukan merupakan indikator utama karena pendekatan ini lebih fokus pada kemampuan prediktif daripada kesesuaian model secara statistik (Sarstedt et al., 2022). Terakhir, nilai Normed Fit Index (NFI) sebesar 0,773 untuk *saturated model* dan 0,754 untuk *estimated model* mengindikasikan bahwa model telah menjelaskan sebagian besar struktur kovarian dalam data, meskipun belum mencapai nilai ideal di atas 0,90. Secara keseluruhan, berdasarkan nilai-nilai ini, model dapat dikatakan memiliki *fit* yang cukup baik dan dapat digunakan untuk pengujian hipotesis lebih lanjut.



Table 4. Path Coefficients

	Career Adaptability (CA)	Minat Berkarir (MB)	Organizational Support (OS)	Self Efficacy (SE)	Self Talent Branding (STB)
Career Adaptability (CA)		0,921			
Minat Berkarir (MB)					
Organizational Support (OS)	0,655			0,800	
Self Efficacy (SE)		-0,056			
Self Talent Branding (STB)	0,220			0,072	

Sumber : Data diolah 202

Table 5. Specific Indirect Effects

	Specific Indirect Effects
Organizational Support (OS) -> Career Adaptability (CA) -> Minat Berkarir (MB)	0,603
Self Talent Branding (STB) -> Career Adaptability (CA) -> Minat Berkarir (MB)	0,202
Organizational Support (OS) -> Self Efficacy (SE) -> Minat Berkarir (MB)	-0,045
Self Talent Branding (STB) -> Self Efficacy (SE) -> Minat Berkarir (MB)	-0,004

Sumber : Data diolah 2025

Table 6. Hasil Pengujian Hipotesis

No.	Jalur Hipotesis	Koefisien Jalur	Arah Hubungan	Keputusan Hipotesis
H1	Organizational Support (OS) → Career Adaptability (CA)	0,655	Positif	Diterima
H2	Self Talent Branding (STB) → Career Adaptability (CA)	0,220	Positif	Diterima
H3	Self Efficacy (SE) → Career Adaptability (CA)	-0,056	Negatif	Ditolak
H4	Career Adaptability (CA) → Minat Berkarir (MB)	0,921	Positif	Diterima
H5	Organizational Support (OS) → Minat Berkarir (MB)	0,800	Positif	Diterima
H6	Self Talent Branding (STB) → Minat Berkarir (MB)	0,072	Positif Rendah	Ditolak / Lemah



No.	Jalur Hipotesis	Koefisien Jalur	Arah Hubungan	Keputusan Hipotesis
H7	OS → CA → MB (Mediasi)	0,603	Positif	Diterima
H8	STB → CA → MB (Mediasi)	0,202	Positif	Diterima
H9	OS → SE → MB (Mediasi)	-0,045	Negatif	Ditolak
H10	STB → SE → MB (Mediasi)	-0,004	Negatif	Ditolak

Sumber : Data diolah 2025

Pada hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa dari delapan jalur hubungan antar variabel yang diuji, terdapat empat hipotesis yang diterima dan empat lainnya ditolak. Pertama, hipotesis bahwa Organizational Support (OS) berpengaruh terhadap Career Adaptability (CA) dinyatakan diterima, karena menunjukkan nilai pengaruh positif. Selanjutnya, pengaruh Self Talent Branding (STB) terhadap Career Adaptability (CA) juga diterima, menandakan bahwa pencitraan diri yang kuat mampu meningkatkan kemampuan adaptasi karier mahasiswa. Pengaruh Career Adaptability (CA) terhadap Minat Berkarir (MB) juga diterima, mengindikasikan bahwa semakin tinggi kemampuan adaptasi karier, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk berkarir. Jalur mediasi Organizational Support (OS) → Career Adaptability (CA) → Minat Berkarir (MB) juga menunjukkan hasil signifikan dan hipotesis diterima, memperkuat peran adaptabilitas karier sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Namun, beberapa hipotesis lainnya ditolak karena nilai pengaruhnya sangat kecil atau bahkan negatif. Pengaruh Self Efficacy (SE) terhadap Minat Berkarir (MB) menunjukkan arah negatif dan tidak signifikan, sehingga hipotesis ditolak. Demikian juga pengaruh Organizational Support (OS) terhadap Self Efficacy (SE) serta STB terhadap Self Efficacy (SE) menunjukkan hasil yang tidak signifikan, sehingga hipotesis keduanya juga ditolak. Terakhir, jalur mediasi STB → Self Efficacy (SE) → Minat Berkarir (MB) juga ditolak karena pengaruhnya negatif dan sangat kecil. Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan pentingnya peran adaptabilitas karier sebagai mediator utama dalam membentuk minat berkarir, sementara self efficacy tidak menunjukkan kontribusi yang berarti dalam konteks penelitian ini.

## SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Self Talent Branding dan Organizational Support terhadap Minat Berkarir mahasiswa, baik secara langsung maupun melalui variabel mediasi Self Efficacy dan Career Adaptability. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Self Talent Branding dan Organizational Support memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Career Adaptability, yang selanjutnya berpengaruh positif terhadap Minat Berkarir mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa pencitraan diri yang kuat serta dukungan organisasi yang baik, seperti pelatihan, bimbingan, dan fasilitas pengembangan diri, berperan penting dalam meningkatkan kemampuan adaptasi karier mahasiswa dan pada akhirnya menumbuhkan minat mereka untuk berkarir. Selain itu, jalur mediasi dari Organizational Support melalui Career Adaptability menuju Minat Berkarir terbukti signifikan, menunjukkan bahwa kemampuan adaptasi karier menjadi kunci dalam menghubungkan dukungan organisasi dengan minat berkarir mahasiswa. Namun, variabel Self Efficacy tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan, baik secara langsung terhadap



Minat Berkarir maupun sebagai mediator dalam hubungan antara Self Talent Branding dan Organizational Support terhadap Minat Berkarir. Oleh karena itu, dalam konteks penelitian ini, Career Adaptability menjadi variabel mediasi yang substansial, sedangkan Self Efficacy tidak menunjukkan kontribusi berarti. Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar institusi pendidikan tinggi fokus dalam mengembangkan program-program peningkatan kemampuan adaptasi karier mahasiswa, seperti pelatihan pengembangan diri, peningkatan pencitraan profesional, serta memperkuat sistem dukungan institusional. Untuk penelitian selanjutnya, direkomendasikan agar mengeksplorasi faktor-faktor tambahan seperti pengaruh lingkungan sosial, pengalaman kerja praktik, atau orientasi masa depan, guna mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang membentuk minat berkarir generasi muda.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bandura, A. (1997). *Self efficacy: The Exercise of Control*. New York: W.H. Freeman
- Budiarti, S. & Tim Penulis. (2024a). *Sistem Pengendalian Fungsi-Fungsi Manajemen*. CV Intelektual Manifes Media. <https://www.infesmedia.co.id/buku/detail/162>
- Budiarti, S. & Tim Penulis. (2024b). *Sistem Informasi Sumber Daya Manusia*. CV Intelektual Manifes Media. <https://www.infesmedia.co.id/buku/detail/192>
- Budiarti, S. & Tim Penulis. (2024c). *Inovasi Teknologi dan Pemasaran*. CV Intelektual Manifes Media. <https://www.infesmedia.co.id/buku/detail/167>
- Budiarti, S. & Tim Penulis. (2024d). *Komunikasi dan Negosiasi Bisnis*. CV Intelektual Manifes Media. <https://www.infesmedia.co.id/buku/detail/183>
- Budiarti, S. & Tim Penulis. (2024e). *Manajemen: Pengantar Praktis*. CV Intelektual Manifes Media. <https://www.infesmedia.co.id/buku/detail/195>
- Budiarti, S. & Tim Penulis. (2024f). *Pengantar Manajemen: Pendekatan dan Praktik Kontemporer*. Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/588773/pengantar-manajemen-pendekatan-dan-praktik-kontemporer>
- Budiarti, S., & Tim Penulis. (2024g). *Etika bisnis pada UMKM*. CV Intelektual Manifes Media. <https://www.infesmedia.co.id/buku/detail/216>
- Budiarti, S., & Wardani, D. A. S. (2025). Go digital or go extinct? Transformasi digital: Peran adopsi teknologi produksi, digital marketing terhadap keberlanjutan usaha melalui inovasi produk. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 4(2), 233–242. <https://doi.org/10.56916/jimab.v4i2.1395>
- Budiarti, S. (2025). The influence of digital learning capability and professional development support on lecturer talent performance with Self efficacy as a mediator. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 10(1), 31–38. <https://doi.org/10.37673/jebi.v10i1.6068>
- Budiarti, S., Wibowo, A., Sariwulan, T., Purwohedhi, U., Lestari, R., & Falah, S. (2025). Determinants of creative performance among millennial generation mediated by job satisfaction: A contribution to corporate strategy. *Corporate & Business Strategy Review*, 6(1), 19–32. <https://doi.org/10.22495/cbsrv6i1art2>
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500–507.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with



- Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Gati, I., & Asher, I. (2001). Prescreening, in-depth exploration, and choice: From decision theory to career counseling practice. *The Career Development Quarterly*, 50(2), 140–157.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Lair, D. J., Sullivan, K., & Cheney, G. (2005). Marketization and the Recasting of the Professional Self. *Management Communication Quarterly*, 18(3), 307–343.
- Laily, N., et al. (2024). Manajemen sumber daya manusia: Transformasi dan inovasi di era digital. Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/588437>
- Martins, L. V., et al. (2024). *Pengantar metodologi penelitian: Strategi dan teknik*. Infes Media. <https://www.infesmedia.co.id/buku/detail/181>
- Ramadhan, D. T., & Setyowati, A. (2020). Minat berkarir mahasiswa pada sektor BUMN: Perspektif nilai dan prospek. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 21–32.
- Rohmana, R. (2024). *Pengantar metodologi penelitian: Strategi dan teknik* (Cetakan 1). Jakarta: Penerbit INFES.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (pp. 1–40). Springer.
- Savickas, M. L., & Porfeli, E. J. (2012). Career Adapt-Abilities Scale: Construction, reliability, and measurement equivalence across 13 countries. *Journal of Vocational Behavior*, 80(3), 661–673. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2012.01.011>
- Tian, I., Suplema, A., & Budiarti, S. (2025). Analisis Dampak Ekonomi dan Sosial Tenaga Kerja Wanita Indonesia di Hong Kong: Memetakan Perubahan di Era Globalisasi. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2), 1291–1296. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i2.7676>

