

Pengaruh Personal Branding Terhadap Pengembangan Karir Dosen

Augiva Laraswati, Sri Suwarsi
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Bandung,
Bandung, Indonesia
augivalaraswati@gmail.com, srisuwarsi@yahoo.com

Abstract—This study aims 1) To determine the level of Personal Branding of Lecturers at the Faculty of Economics and Business, Bandung Islamic University. 2) To find out the Career Development of Lecturers at the Faculty of Economics and Business of Bandung Islamic University 3) Analyze how the influence of Personal Branding on Career Development at the Faculty of Economics and Business of Bandung Islamic University. The research method used in this research is descriptive and verification analysis. Respondents in this study were 37 lecturers at the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Bandung. The variables studied in this study are Personal Branding (X1), Career Development (Y). Data collection is carried out by library research and field research. The results of this study concluded that: 1) Personal Branding partially positive and significant effect on Career Development 2) The effect of Personal Branding simultaneously positive and significant effect on Career Development. It can be concluded that there is an influence between Personal Branding on the Career Development of Lecturers at the Faculty of Economics and Business, Bandung Islamic University.

Keywords: *Personal Branding, Career Development, Career Management*

Abstrak—Penelitian ini bertujuan 1) Untuk mengetahui tingkat Personal Branding Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung. 2) Untuk mengetahui Pengembangan Karir Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung 3) Menganalisis bagaimana Pengaruh Personal Branding terhadap Pengembangan Karir pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif. Responden pada penelitian ini yaitu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung, yang berjumlah 37 orang. Variabel yang dikaji pada penelitian ini yaitu Personal Branding (X1), Pengembangan Karir (Y). Pengumpulan data dilakukan dengan penelitian kepustakaan (library research) dan penelitian lapangan (field research). Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: 1) Personal Branding secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan Karir 2) Pengaruh Personal Branding secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan Karir. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Personal Branding terhadap Pengembangan Karir Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung.

Kata Kunci: *Personal Branding, Pengembangan Karir, Manajemen Karir*

I. PENDAHULUAN

Manajemen sumber daya manusia (SDM) perguruan tinggi memberikan pemahaman bahwa sumber daya manusia dosen (SDMD), memiliki posisi yang vital dalam membentuk image mutu lulusan maupun mutu perguruan tinggi secara umum posisi ini diperkuat dengan fakta bahwa, dosen memiliki otoritas tinggi dalam bentuk akademik dan malah lebih tinggi dari profesi serupa di lembaga pendidikan di bawahnya. (E.Sasono 2014:67)

Peran dosen merupakan faktor utama dalam proses belajar mengajar di perguruan tinggi, dalam hal pengembangan karir seorang dosen sebagai tenaga pendidik yang profesional dan ilmunya pada perguruan tinggi, maka dosen harus menjalankan unsur Tridarma perguruan tinggi yaitu pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, hal ini telah di atur sesuai dengan undang-undang guru dan dosen (UU no.14 th 2005) yang berlaku secara nasional atau menyeluruh.

Dosen adalah pendidik *professional* yang bekerja disatuan pendidikan/perguruan tinggi. Dosen juga kerap disebut sebagai ilmunya karena kapasitas ilmu yang dimiliki. Tugas utama seorang dosen adalah mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan dan Tridharma perguruan tinggi. Selain itu juga dosen diharapkan bisa membimbing mahasiswa.

Permasalahan yang dihadapi dosen terhadap *personal branding*, kurangnya minat dosen untuk meningkatkan nilai jual diri sendiri dan kurangnya dukungan dari berbagai hal, bahkan ada dosen yang menanggapi dengan adanya pengembangan karir dengan biasa saja, fenomena dalam *personal branding* dalam dosen, kekurangan pengetahuannya tentang *personal branding* apa yang akan di gunakan oleh dosen untuk meningkatkan karir yang lebih maju dari apa yang dia dapat sekarang.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat disusun rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana *personal branding* dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung?
2. Bagaimana pengembangan karir dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung?
3. Bagaimana pengaruh *personal branding* terhadap pengembangan karir dosen di Universitas Islam Bandung?

II. LANDASAN TEORI

personal branding adalah suatu proses pembentukan persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki seseorang, diantaranya kepribadian, kemampuan atau nilai-nilai, dan bagaimana ciri kita menimbulkan persepsi positif dari masyarakat yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat pemasaran. (dalam Afrilia 2018:24)

Pada dasarnya dosen harus memiliki *personal branding* yang penting, bagaimana membangun citra diri dan karir yang terarah. Membangun *personal branding* yang kuat agar bisa menjadi individu yang sangat unggul. Memiliki *personal branding* semakin penting dan merupakan kunci sukses individu. Menanamkan *personal branding* dapat membuat dosen menjadi lebih dekat dengan mahasiswa.

Personal branding bukan hanya membuat iklan tentang diri sendiri tetapi untuk menumbuhkan makna dan gambaran tentang diri kita dalam menyampaikan dalam audience yang bertujuan membangun sebuah kepercayaan. sejalan dengan penjelasan tersebut, *personal branding* adalah proses pembentukan persepsi masyarakat terhadap nilai-nilai yang dapat menimbulkan persepsi positif dari masyarakat serta memiliki nilai jual.

Personal Branding menjadi merek atau *brand* pribadi seseorang, yang menempel di benak orang lain pada saat berpikir tentang seseorang tersebut dan membuat seseorang yang unik dan berbeda dari orang lain. Ada tiga dimensi utama pembentuk *personal branding* McNally & Speak (dalam Franzia 2018:16)

1. Kompetensi dan Kemampuan Individu
 - a) Keotentikan
 - b) Integritas
 - c) Konsisten
 - d) Wibawa
2. Style/Gaya
 - a) Spesialisasi
 - b) Keberadaan
 - c) Kebaikan
3. Standard
 - a) Visibility
 - b) Relevan
 - c) Kegigihan
 - d) Kinerja

Pengembangan karir adalah proses peningkatan kemampuan kerja individu yang dicapai dalam rangka mencapai karir yang diinginkan (Sudiro, 2011:91),

Menurut Notoatmojo (dalam Fitri 2017:12) pengembangan karir diartikan sebagai rangkaian atau urutan posisi jabatan yang ditempati seseorang selama kehidupan. Sedangkan ardan berpendapat pengembangan karir adalah peningkatan pribadi yang dilakukan seseorang untuk mencapai suatu rencana karir dan peningkatan oleh departemen personalia untuk mencapai suatu rencana kerja sesuai dengan jalur atau jenjang karir.

Pengembangan karir yang lebih baik selalu diharapkan

oleh setiap pegawai karena dengan adanya pengembangan karir para pegawai mendapatkan hak yang lebih baik dari yang diperoleh sebelumnya dari segi non material maupun material.

Menurut F.C Gomes (dalam Irmayanti 2018:38), dimensi dan indikator Pengembangan Karir meliputi:

1. Manajemen Karir (*Carrer Management*)
 - a) Kebijakan organisasi
 - b) Prestasi kerja
 - c) Tingkat Pendidikan
2. Perencanaan Karir (*Carrier Planning*)
 - a) Pelatihan
 - b) Pengalaman kerja
 - c) Pengembangan diri

KONSEP DAN HIPOTESIS



Adapun hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 Terdapat pengaruh positif *Personal Branding* terhadap Pengembangan Karir Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Koefisien Kolerasi Variabel *Personal Branding* terhadap

Pengembangan Karir.

TABEL 1. CORRELATIONS

Correlations

		Personal_Branding	Pengembangan_Karir
Personal_Branding	Pearson Correlation	1	.772**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	37	37
Pengembangan_Karir	Pearson Correlation	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	37	37

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan perhitungan SPSS di atas, di dapat koefisien korelasi *Personal Branding* (X) dengan Pengembangan Karir (Y) sebesar $r = 0,772$, hal ini berarti terdapat hubungan antara kedua variabel tersebut dimana menurut kriteria Sugiyono (2010) $r = 0,772$ termasuk kedalam korelasi yang kuat yaitu $0,60 - 0,799$. Jadi terdapat korelasi yang kuat antara variabel *Personal Branding* dan Pengembangan Karir. Adapun nilai r yang positif menandakan bahwa semakin meningkatnya *Personal Branding* akan meningkat pula Pengembangan Karirnya.

B. Koefisien determinasi variabel *Personal Branding* terhadap Pengembangan Karir.

TABEL 2. SUMMARY

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.772 ^a	.596	.584		2.68659

a. Predictors: (Constant), Personal_Branding

Output SPSS dipergunakan untuk melihat koefisien determinasi yaitu mengetahui besarnya kontribusi variabel *personal branding* terhadap pengembangan karir dengan melihat koefisien determinasi (R Square). Adapun koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,596, artinya pengembangan karir (Y) dipengaruhi sebesar 59,6% oleh *personal branding* (X), sedangkan sisanya sebesar 40,4% dijelaskan oleh factor lain yaitu seperti kenyamanan tempat bekerja, kompensasi, dukungan dari teman dan atasan.

C. Uji T Pengaruh Variabel *Personal Branding* terhadap Variabel Pengembangan Karir

TABEL 3. COEFFICIENTS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.350	2.184		1.534	.134		
	Personal_Branding	.534	.074	.772	7.186	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Pengembangan_Karir

- Kriteria Uji
Alpha yang digunakan adalah sebesar $5\% = 0,05$, Ketentuan dasar pengambilan keputusan adalah tolak H_0 jika $p\text{-value} < \alpha$. Pada penelitian ini H_0 ditolak karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh.
- Kesimpulan
Dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara *Personal Branding* terhadap Pengembangan Karir dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung.

D. Uji F Pengaruh Variabel *Personal Branding* terhadap Variabel Pengembangan Karir

TABEL 4. ANOVA

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	372.745	1	372.745	51.643	.000 ^b
	Residual	252.622	35	7.218		
	Total	625.367	36			

a. Dependent Variable: Pengembangan_Karir

b. Predictors: (Constant), Personal_Branding

- Kriteria Uji

Dengan menggunakan alpha sebesar 5% = 0,05, Tolak H_0 jika $p\text{-value} < \alpha$. Pada penelitian ini H_0 ditolak karena nilai signifikansi (Sig) $0,000 < 0,05$, maka koefisien regresi berarti. $0,000 < 0,05$ H_0 ditolak

- Kesimpulan

Karena H_0 ditolak, maka koefisien berarti. Dengan demikian dapat dikatakan terdapat pengaruh *personal branding* terhadap pengembangan karir dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung.

E. Persamaan Regresi

TABEL 5. COEFFICIENTS^A

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.350	2.184		1.534	.134
Personal_Branding	.534	.074	.772	7.186	.000

a. Dependent Variable: Pengembangan_Karir

Persamaan regresi linier yang diperoleh dilihat dari tabel *Coefficients* adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3,350 + 0,534X$$

Adapun koefisien yang terdapat pada persamaan regresi di atas dapat di jelaskan sebagai berikut: besarnya nilai a (konstanta) = 3,350 yang berarti jika *personal branding* bernilai nol, maka karir akan bernilai 3,350.

Besarnya nilai $b = 0,534$ berarti setiap peningkatan variabel *personal branding* maka akan meningkatnya pengembangan karir sebesar 0,534.

IV. KESIMPULAN

Hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Personal Branding Terhadap Pengembangan Karir Dosen Studi Kasus Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung dapat di Tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat *Personal Branding* pada Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung merupakan Variabel yang termasuk ke dalam kategori sangat tinggi. Hal ini dapat dilihat dari keseluruhan jawaban responden pada rekapitulasi akhir penilaian variabel *Personal Branding*. Artinya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung memiliki kualitas pribadi yang sangat baik.
2. Tingkat Pengembangan Karir pada Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung merupakan Variabel yang termasuk ke dalam kategori sangat tinggi. Hal ini dapat dilihat dari keseluruhan jawaban responden pada rekapitulasi akhir penilaian variabel Pengembangan Karir. Dimensi Manajemen Karir memiliki nilai paling tinggi di dibandingkan dengan Dimensi Perencanaan Karir artinya Manajemen Karir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung sangat memberikan dukungan kepada dosen untuk mengembangkan karirnya.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis, karena nilai t-hitung lebih besar dari T-tabel maka H_0 dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara personal branding terhadap pengembangan karir.
4. Berdasarkan pengujian hipotesis, terdapat pengaruh signifikan 59,6% (Tinggi) antara *Personal Branding* Terhadap Pengembangan Karir. Artinya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung memiliki kualitas pribadi yang berkaitan dengan profesi dan keahlian yang sangat baik yang dapat menunjang pengembangan karirnya, sehingga dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung memiliki pengembangan karir yang baik yang ditunjang dengan kualitas pribadi dosen yang sangat tinggi.

V. SARAN

Berdasarkan dari hasil kesimpulan penelitian, maka peneliti akan memberikan saran kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung sebagai bahan pertimbangan:

1. Menurut hasil penelitian yang peneliti dapatkan

dalam variabel Personal Branding terdapat pernyataan yang memiliki nilai rendah yaitu dimensi kompetensi atau kemampuan. Hal ini dapat dijadikan sebagai perbaikan diri untuk Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis lebih memperluas kompetensi dan kemampuan dengan di adakan banyak pelatihan agar dosen lebih mampu memperkuat kemampuan yang dimiliki.

2. Fakultas juga diharapkan untuk memberikan penghargaan kepada dosen yang memiliki prestasi kerja yang tinggi. Dengan cara, karyawan yang memiliki kinerja yang tinggi diberikan penghargaan berupa piagam, bonus ataupun memberikan libur. Atau membuat acara liburan bersama dosen.
3. Disarankan kepada fakultas untuk selalu memfasilitasi dosen untuk mempererat hubungan sesama rekan kerja, menciptakan lingkungan kerja yang relatif lebih nyaman bagi para dosen. Membuat ruang kerja yang nyaman dan membuat dosen betah untuk bekerja sehingga termotivasi untuk mengembangkan karirnya juga.
4. Mengembangkan keterampilan dan kemampuan pada dosen agar dosen lebih termotivasi untuk meningkatkan karirnya yang dapat menguntungkan bagi Fakultas.
5. Pimpinan memiliki jadwal berkonsultasi dengan dosen sehingga dosen lebih terarah dalam mengembangkan karirnya. Karena dengan diadakannya jadwal berkonsultasi akan berpengaruh pada hasil pengembangan karir dosen
6. Bagi para peneliti dapat mengembangkan penelitian tentang *personal branding* terhadap pengembangan karir. Jauh lebih baik lagi melihat kekurangan dalam penelitian ini karena mengingat *personal branding* terhadap pengembangan karir karena sangatlah penting bagi para Dosen. Maka disarankan tetap membuat penelitian tentang *personal branding* terhadap pengembangan karir, untuk memperbarui penelitian yang sudah ada dengan memilih objek lain yang jauh lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

1. Sasono, E. (2014). Manajemen Sumber Daya Manusia Perguruan Tinggi; Tantangan Dan Kebutuhan. *JURNAL STIE SEMARANG (EDISI ELEKTRONIK)*, 6(2), 77-100.
2. Afrilia, A. M. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20-30.
3. Fitri, D., & Fitri, W. (2017). *STUDY PENGEMBANGAN KARIR UNTUK MENDORONG KINERJA KARYAWAN* (Doctoral dissertation, IAIN Surakarta)
4. Franzia, E. (2018, March). Personal Branding Melalui Media Sosial. In *Prosiding Seminar Nasional Pakar* (pp. 15-20).

5. Irmayani, N. A. (2018). *PENGARUH PENDIDIKAN DAN PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS PEMUDA DAN OLAHRAGA PROVINSI JAWA BARAT* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).
6. Sudiro, A. (2011). *Perencanaan Sumberdaya Manusia*. Malang.