

STRATEGI PEMBEKALAN MEMASUKI DUNIA KERJA (Integrasi Self-Marketing, Proses Seleksi, dan Kesiapan Profesional)

Mislan Sihite✉, Elperida J. Sinurat, Junika Napitupulu, Robinhot Gultom, Rintan Saragih,
Jeudi ATP Sianturi, Jamaluddin, Jon H. Purba, Siti Normi, Kristanty M. N. Nadapdap,
Mangasa Panjaitan, Tiur Rajagukguk, Selamat Siregar, Henri Saragih
Fakultas Ekonomi, Universitas Methodist Indonesia, Medan, Indonesia
Email: mislansihite1@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.46880/methabdi.Vol6No1.pp30-35>

ABSTRACT

The transition from higher education to employment requires multidimensional readiness including technical competence, interpersonal skills, psychological maturity, and professional self-presentation. This community service activity aims to provide systematic career preparation training for final-year students through self-marketing strategies, recruitment selection understanding, job application preparation, and interview readiness. The implementation method consisted of lectures, simulations, and interactive discussions. The results showed that participants gained increased understanding of recruitment processes, improved confidence, and awareness of professional ethics. The activity concluded that structured career preparation significantly improves graduate employability and professional readiness in entering the labor market.

Keyword: *Employability, Self-Marketing, Recruitment Process, Interview Skills, Professional Readiness.*

ABSTRAK

Memasuki dunia kerja merupakan fase transisional yang menuntut kesiapan multidimensional meliputi kompetensi akademik, keterampilan interpersonal, kematangan psikologis, dan kemampuan memasarkan diri secara profesional. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan pembekalan sistematis kepada mahasiswa tingkat akhir melalui strategi self-marketing, pemahaman seleksi rekrutmen, penyusunan lamaran kerja, dan kesiapan wawancara. Metode pelaksanaan dilakukan melalui ceramah, simulasi, dan diskusi interaktif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai proses rekrutmen, peningkatan kepercayaan diri, serta kesadaran etika profesional. Kegiatan ini menyimpulkan bahwa pembekalan terstruktur mampu meningkatkan kesiapan kerja dan daya saing lulusan.

Kata Kunci: *Kesiapan Kerja, Self-Marketing, Seleksi Karyawan, Wawancara Kerja, Profesionalisme.*

PENDAHULUAN

Perubahan struktur ekonomi global, transformasi digital, dan percepatan perkembangan teknologi telah menciptakan dinamika baru dalam dunia kerja yang semakin kompetitif. Organisasi modern tidak lagi hanya menitikberatkan pada capaian akademik sebagai indikator utama dalam merekrut tenaga kerja, melainkan juga mempertimbangkan kemampuan komunikasi, adaptabilitas, kreativitas, integritas,

serta kecakapan interpersonal calon pekerja. Fenomena ini menunjukkan bahwa lulusan perguruan tinggi dituntut memiliki employability skills yang lebih komprehensif agar mampu bersaing di pasar kerja yang terus berubah. Di era Society 5.0 dan revolusi industri berbasis digital, kesiapan profesional menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan individu dalam memasuki dan mempertahankan karier di dunia kerja (Pasaribu et al., 2025; Wynda, 2025).

Di sisi lain, masih terdapat kesenjangan antara kompetensi lulusan perguruan tinggi dengan kebutuhan industri. Banyak lulusan memiliki kemampuan teoritis yang baik, namun belum sepenuhnya siap menghadapi proses rekrutmen, budaya kerja profesional, maupun tantangan komunikasi di lingkungan organisasi. Kondisi tersebut menyebabkan tingginya tingkat kecemasan dan rendahnya kepercayaan diri mahasiswa tingkat akhir ketika menghadapi seleksi kerja. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa keberhasilan memperoleh pekerjaan tidak hanya dipengaruhi oleh hard skills, tetapi juga oleh soft skills, personal branding, kemampuan membangun jejaring profesional, dan kesiapan mental menghadapi persaingan kerja (World Economic Forum, 2023). Oleh karena itu, perguruan tinggi perlu mengambil peran strategis dalam mempersiapkan mahasiswa agar memiliki kesiapan kerja yang relevan dengan kebutuhan dunia industri kontemporer.

Salah satu aspek penting dalam kesiapan kerja adalah kemampuan self-marketing atau kemampuan memasarkan diri secara profesional. Self-marketing merupakan strategi individu dalam membangun citra profesional, mengkomunikasikan kompetensi, serta menunjukkan nilai tambah yang dimiliki kepada organisasi atau perusahaan (Umarella & Endri, 2022). Pada era digital saat ini, perusahaan tidak hanya menilai kandidat melalui dokumen formal, tetapi juga melalui rekam jejak digital, aktivitas media sosial, dan kemampuan membangun personal branding secara positif. LinkedIn Workforce Report (2024) menegaskan bahwa perusahaan semakin memperhatikan kemampuan kandidat dalam membangun identitas profesional dan menunjukkan kompetensi secara autentik di ruang digital. Dengan demikian, mahasiswa perlu dibekali pemahaman mengenai pentingnya citra profesional, komunikasi kredibel, dan etika digital sebagai bagian dari kesiapan memasuki dunia kerja.

Selain self-marketing, pemahaman mengenai proses seleksi karyawan juga menjadi kebutuhan penting bagi calon lulusan. Proses rekrutmen modern telah berkembang menjadi lebih kompleks melalui tahapan administratif, tes

kemampuan, tes psikologi, wawancara berbasis kompetensi, hingga evaluasi kesesuaian budaya organisasi. Banyak mahasiswa belum memahami karakteristik dan tujuan dari setiap tahapan seleksi tersebut sehingga sering mengalami kesalahan administratif, kurang percaya diri, maupun kegagalan dalam menyampaikan potensi diri secara optimal. Menurut laporan International Labour Organization (ILO, 2023), kesiapan menghadapi proses seleksi kerja menjadi salah satu faktor yang signifikan dalam meningkatkan peluang kerja lulusan muda. Oleh sebab itu, pembekalan yang sistematis mengenai penyusunan surat lamaran, teknik wawancara, etika profesional, dan pemahaman budaya organisasi menjadi sangat relevan untuk meningkatkan daya saing lulusan.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pembekalan memasuki dunia kerja menjadi suatu kebutuhan strategis bagi mahasiswa tingkat akhir sebagai bentuk penguatan kesiapan profesional secara menyeluruh. Program pembekalan tidak hanya berfungsi sebagai media transfer pengetahuan mengenai rekrutmen kerja, tetapi juga sebagai sarana pengembangan kepercayaan diri, kemampuan komunikasi, integritas, dan profesionalisme calon lulusan. Melalui pendekatan pelatihan, simulasi, dan diskusi interaktif, mahasiswa diharapkan mampu memahami tuntutan dunia kerja secara lebih realistis dan mempersiapkan diri secara lebih matang sebelum memasuki lingkungan profesional. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat membantu mengurangi kesenjangan antara dunia pendidikan dan kebutuhan industri serta meningkatkan kualitas dan daya saing lulusan perguruan tinggi di era globalisasi.

TUJUAN DAN MANFAAT

Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini antara lain: Memberikan pemahaman tentang strategi self-marketing profesional. Menjelaskan tahapan proses seleksi karyawan, Melatih penyusunan dokumen lamaran kerja, Mempersiapkan mahasiswa menghadapi wawancara kerja.

Manfaat

Manfaat dari kegiatan Pembekalan Memasuki Dunia Kerja ini antara lain: Meningkatkan kesiapan lulusan memasuki dunia kerja, meningkatkan kepercayaan diri peserta, mengurangi kesenjangan antara pendidikan dan kebutuhan industry, Membentuk sikap profesional dan etika kerja

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk pelatihan pembekalan karier kepada mahasiswa tingkat akhir pada tanggal 24 Juni 2025 di Aula Universitas Methodist Indonesia.

Bentuk Kegiatan

Bentuk kegiatan pembekalan memasuki dunia kerja ini antara lain: eramah materi kesiapan kerja, Simulasi wawancara kerja, Diskusi interaktif dan studi kasus, dan Evaluasi pemahaman peserta



Gambar 1. Ceramah Materi oleh Narasumber

Materi

Materi pembekalan memasuki dunia kerja yang diberikan meliputi *self-marketing* dan *personal branding*, proses seleksi rekrutmen, penyusunan surat lamaran, teknik menghadapi wawancara, etika dan penampilan profesional

Sasaran

Mahasiswa semester akhir sebagai calon lulusan yang akan memasuki dunia kerja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Self-Marketing sebagai Fondasi Daya Saing

Peserta memahami pentingnya membangun citra profesional melalui konsistensi perilaku

positif, komunikasi kredibel, dan bukti kompetensi nyata *Self-marketing* meningkatkan persepsi nilai kandidat di mata perusahaan. Dalam konteks manajemen karier, *self-marketing* dapat dipahami sebagai strategi individu dalam mengkomunikasikan nilai tambah yang dimiliki kepada organisasi. Kemampuan ini menjadi penting dikelola dengan baik, karena perusahaan akan melakukan penelusuran latar belakang kandidat, termasuk rekam jejak digital di internet. Materi pembekalan memasuki dunia kerja menegaskan bahwa Jejak digital yang positif—seperti tulisan yang inspiratif, partisipasi aktif dalam diskusi profesional, serta kontribusi pemikiran yang konstruktif—akan membentuk citra profesional yang kredibel. Sebaliknya, jejak digital yang negatif dapat menjadi faktor eliminasi awal bagi kandidat yang memiliki rekam jejak digital yang kurang positif.

Self-marketing adalah bentuk sosialisasi berupa promosi diri, proses strategis membangun reputasi profesional melalui: Konsistensi nilai positif yang dimiliki dan karakter, Kredibilitas komunikasi, Bukti kompetensi nyata, Kemampuan menjelaskan kontribusi yang relevan dengan kebutuhan organisasi. Dengan demikian, *self-marketing* menjadi instrumen untuk membangun *perceived value* di mata perusahaan. Seorang kandidat pelamar harus mengetahui sosok yang dibutuhkan oleh Perusahaan saat ini. Sosok Calon tenaga kerja yang memiliki kualifikasi yang unggul dapat dideskripsikan dengan sosok sebagai berikut: seseorang yang memiliki kompetensi teknis yang relevan dengan kebutuhan Perusahaan dan memiliki perilaku yang positif dan kreatif, mampu mengkomunikasikan nilai tambah secara professional, menunjukkan motivasi, loyalitas, dan visi jangka Panjang, berorientasi pada pencapaian tujuan organisasi

Pemahaman Proses Seleksi

Peserta mempelajari tahapan seleksi meliputi screening administrasi, tes kemampuan, tes psikologi, dan wawancara. Pemahaman ini mengurangi kecemasan peserta saat menghadapi rekrutmen dan dapat menjadi panduan dalam menghadapi rekrutmen, serta mengurangi kesalahan saat menghadapi seleksi. Seleksi

karyawan merupakan proses sistematis untuk mengidentifikasi kandidat terbaik berdasarkan kriteria tertentu .. Tujuan utama seleksi adalah memperoleh individu yang kompeten secara teknis, dan memiliki kesesuaian nilai dengan organisasi untuk mewujudkan keunggulan bersaing jangka panjang. Proses seleksi biasanya diawali dengan *administrative screening*, yaitu pemeriksaan berkas lamaran untuk memastikan kesesuaian dengan persyaratan jabatan. Tahap ini mencerminkan pentingnya ketelitian dan kepatuhan kandidat terhadap instruksi.

Selanjutnya, kandidat akan melalui serangkaian tes yang mencakup: Tes kemampuan verbal dan kuantitatif, untuk mengukur kecerdasan dasar dan kemampuan analitis, Tes logika dan penalaran, untuk menilai kemampuan problem solving, Tes teknis sesuai bidang pekerjaan, Tes psikologi, untuk mengevaluasi aspek kepribadian, motivasi, integritas, dan stabilitas emosional, Tes kesehatan dan pemeriksaan referensi. Melalui rangkaian tahapan tersebut, organisasi berupaya memperoleh sumber daya manusia yang produktif, inovatif, loyal, berorientasi pada tujuan, serta memiliki motivasi kerja tinggi. Artinya, seleksi tidak hanya menilai kemampuan bekerja, tetapi juga kesiapan mental dan etika profesional.

Penyusunan Surat Lamaran

Peserta mampu menyusun lamaran secara sistematis, singkat, dan relevan terhadap posisi yang dilamar. Ketelitian administrasi dipahami sebagai indikator profesionalitas. Surat lamaran kerja merupakan representasi tertulis dari profesionalitas kandidat. Kesalahan kecil dalam tata bahasa, format, atau kelengkapan dokumen dapat mencerminkan rendahnya perhatian terhadap detail . Surat lamaran yang efektif harus: Ditulis secara singkat, jelas, dan sistematis, Menyebutkan sumber informasi lowongan secara spesifik, Menjelaskan posisi yang dilamar dengan tegas, Menguraikan kompetensi dan pengalaman secara relevan, Ditutup dengan pernyataan motivasi yang kuat. Dokumen pendukung seperti riwayat hidup, fotocopy ijazah, sertifikat, dan identitas diri harus dilampirkan secara lengkap dan rapi. Ketelitian dalam menyusun lamaran

menunjukkan kesiapan kandidat dalam menjalankan tugas administratif di institusi dan perusahaan

Kesiapan Wawancara

Simulasi wawancara meningkatkan kemampuan komunikasi, kepercayaan diri, dan struktur jawaban peserta. Dipelajari aspek-aspek yang umum ditanyakan pada saat wawancara kerja, supaya dapat melatih diri saat wawancara kerja yang akan dihadapi para lulusan nantinya. Aspek yang umumnya dinilai dalam wawancara kerja meliputi: Prestasi akademik dan aktivitas non-akademik, Pengalaman kerja dan tanggung jawab sebelumnya, Kemampuan komunikasi dan kerja sama tim, Ketegasan dan kemampuan mengambil keputusan, dan Kesesuaian dengan budaya organisasi. Persiapan menghadapi wawancara antara lain : mencakup pemahaman tentang profil perusahaan, sejarah, visi, serta budaya kerjanya. Hal ini menandakan bahwa calon pelamar sudah mempersiapkan pengetahuan yang relevan dengan keberadaan Perusahaan yang dilamarnya. Pada saat wawancara kerja, para kandidat pelamar harus mengupayakan untuk datang tepat waktu pada Lokasi wawancara dilaksanakan, menjaga kontak mata secara proporsional, serta menjawab pertanyaan dengan terstruktur akan memberikan kesan profesional

Penampilan dan Integritas

Peserta memahami bahwa kesan pertama sangat menentukan. Integritas menjadi faktor utama penerimaan kandidat. Untuk itu kandidat pelamar harus memperhatikan penampilan yang profesional dan Kesan positif. Wawancara kerja merupakan sarana komunikasi dua arah yang bertujuan menggali informasi mendalam mengenai kandidat. Dalam perspektif organisasi, wawancara digunakan untuk menguji kepercayaan diri, konsistensi jawaban, motivasi, dan integritas. Berbagai bentuk wawancara—mulai dari wawancara individu, panel, kelompok, hingga wawancara stres—dirancang untuk menguji reaksi kandidat dalam situasi berbeda.

Penampilan merupakan elemen awal pembentukan persepsi terhadap sosok kandidat pelamar. Dalam konteks rekrutmen, *first*

impression memiliki pengaruh signifikan terhadap penilaian awal terhadap sosok kandidat pelamar. Penampilan profesional ditandai : Kebersihan fisik dan kerapian, Keserasian busana, Bahasa tubuh yang percaya diri, Sikap sopan dan santun. Namun, lebih dari sekadar penampilan fisik, integritas menjadi faktor kunci. Pewawancara cenderung menolak kandidat yang menunjukkan ketidaktertarikan, ketidakjujuran, atau perilaku tidak etis. Oleh karena itu, kejujuran dan konsistensi perilaku harus menjadi fondasi dalam setiap tahapan seleksi



Gambar 2. Pemberian Cenderamata kepada Narasumber dan Foto Bersama Peserta

Evaluasi Hasil Kegiatan

Hasil evaluasi pretest dan posttest yang disajikan pada Tabel 1 menunjukkan bahwa kegiatan pembekalan memasuki dunia kerja memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kesiapan profesional peserta. Sebelum pelatihan dilaksanakan, rata-rata pemahaman peserta terhadap aspek kesiapan kerja masih berada pada kategori sedang dengan nilai rata-rata 54,8%. Setelah mengikuti rangkaian pelatihan, simulasi, dan diskusi interaktif, nilai rata-rata peserta meningkat menjadi 88,6%, dengan rata-rata peningkatan sebesar 33,8%. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai strategi self-marketing, proses seleksi kerja, penyusunan surat lamaran, kesiapan menghadapi wawancara, serta pentingnya penampilan dan integritas profesional.

Aspek yang mengalami peningkatan tertinggi terdapat pada kesiapan wawancara kerja dengan peningkatan sebesar 36,5%, yang menunjukkan bahwa simulasi wawancara efektif dalam meningkatkan kemampuan komunikasi dan

rasa percaya diri peserta. Sementara itu, pemahaman mengenai proses seleksi kerja juga mengalami peningkatan signifikan sebesar 35,5%, karena peserta menjadi lebih memahami tahapan rekrutmen dan bentuk evaluasi yang dilakukan perusahaan. Pada aspek self-marketing dan personal branding, peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam membangun citra profesional dan mengkomunikasikan kompetensi diri secara lebih baik.

Tabel 1. Hasil Pretest dan Posttest Peserta

No	Aspek Penilaian	Pretest (%)	Posttest (%)	Peningkatan
1	Self-Marketing dan Personal Branding	53,5	86,8	33,3
2	Pemahaman Proses Seleksi	50,8	86,3	35,5
3	Penyusunan Surat Lamaran	58,8	90,3	31,5
4	Kesiapan Wawancara	51,5	88,0	36,5
5	Penampilan dan Integritas Profesional	59,3	91,5	32,2
Rata-rata Keseluruhan		54,8	88,6	33,8

Selain itu, kemampuan peserta dalam menyusun surat lamaran dan curriculum vitae secara sistematis juga mengalami peningkatan yang baik. Peserta menjadi lebih memahami pentingnya ketelitian administrasi dan profesionalisme dalam dokumen lamaran kerja. Pada aspek penampilan dan integritas profesional, peserta menyadari bahwa kesan pertama, etika komunikasi, serta kejujuran merupakan faktor penting dalam membangun kredibilitas di dunia kerja. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa program pembekalan kerja mampu meningkatkan kesiapan mental, keterampilan komunikasi, serta profesionalisme mahasiswa tingkat akhir dalam menghadapi dunia kerja secara lebih kompetitif dan terarah.

KESIMPULAN

Pembekalan memasuki dunia kerja merupakan proses strategis yang memerlukan integrasi antara kompetensi akademik, keterampilan interpersonal, citra profesional, dan integritas pribadi. Keberhasilan dalam memperoleh pekerjaan bukanlah hasil kebetulan, melainkan buah dari persiapan yang terencana, terstruktur, dan sistematis. Self-marketing

membangun reputasi profesional; proses seleksi, menguji kompetensi dan karakter; surat lamaran merepresentasikan ketelitian; wawancara mengonfirmasi integritas dan motivasi; sedangkan penampilan memperkuat kesan awal. Sosok Calon tenaga kerja yang memiliki kualifikasi yang unggul memiliki ciri-ciri : seseorang yang memiliki kompetensi teknis yang relevan dengan kebutuhan Perusahaan dan memiliki perilaku yang positif dan kreatif, mampu mengkomunikasikan nilai tambah secara professional, menunjukkan motivasi, loyalitas, dan visi jangka Panjang, berorientasi pada pencapaian tujuan organisasi. Dengan pembekalan yang komprehensif, individu akan siap mendapatkan pekerjaan, dan juga siap berkembang secara berkelanjutan dalam karier profesionalnya. Pembekalan memasuki dunia kerja bagi mahasiswa akan dapat mempersiapkan lulusan untuk lebih memahami kebutuhan dunia kerja, sehingga dapat berbenah sejak awal.

Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR), 5, 1-10.

World Economic Forum. (2023). *The future of jobs report 2023*. Geneva, Switzerland: World Economic Forum.

Wynda, H. (2025). The Transformasi Pendidikan Tinggi: Mengasah Soft skills untuk Menjawab Tantangan Kerja di Era Society 5.0. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 9(1), 91-102.

DAFTAR PUSTAKA

Dessler, Gary. (2020). *Human resource management* (16th ed.). Pearson Education.

International Labour Organization. (2023). *Global employment trends for youth 2023: Investing in transforming futures for young people*. Geneva, Switzerland: International Labour Organization.

LinkedIn. (2024). *LinkedIn workforce report 2024: Skills and hiring trends*. Sunnyvale, CA: LinkedIn Corporation.

Pasaribu, I. H., Dimisyqiyani, E., Aji, G. G., & Sinulingga, R. A. (2025). Strategi Manajemen Talenta Untuk Meningkatkan Employability Lulusan Perguruan Tinggi. *Jurnal Inovasi Ekonomi dan Teknologi Finansial*, 9(4).

Robbins, Stephen P., & Judge, Timothy A. (2022). *Organizational behavior* (19th ed.). Pearson Education.

Sihite, M. (2018). Peran kompetensi dalam mewujudkan SDM berdaya saing di era industri 4.0. *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 4(2), 145–159.

Sihite, M., et al. (2023). MSDM menyongsong era disrupsi. Bandung: Media Sains Indonesia.

Umarella, F. H., & Endri, E. P. (2022). Self-Marketing: Seni Memasarkan Diri Bagi Kalangan Remaja Melalui Media Sosial. In *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian*