

Public Accounting vs Private Accounting: Pengaruh Personal Branding terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi di Kota Padang

Rania Isra Athalla^{1*}, Mayar Afriyenti²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Padang, Padang

*Korespondensi: raniaisra8@gmail.com

Tanggal Masuk:
02 Agustus 2023
Tanggal Revisi:
12 Februari 2024
Tanggal Diterima:
15 Februari 2024

Keywords: *Accounting Students; Career Choices; Personal Branding.*

How to cite (APA 6th style)
Athalla, R. I., & Afriyenti, M. (2024). *Public Accounting vs Private Accounting: Pengaruh Personal Branding terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi di Kota Padang. Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 6 (1), 296-313.

DOI:
<https://doi.org/10.24036/jea.v6i1.1071>

Abstract

This study means to decide the amount of impact personal branding has on career choices of accounting students in picking a profession as a public accountant or private accountant. This study utilizes Holland's career choice theory. The population of this study were S1 accounting students in Padang City and information assortment was done utilizing a survey that was conveyed straightforwardly and through g form to accounting students at 6 colleges in Padang City. Hypothesis testing utilizing logistic regression analysis. The outcomes showed that 33.5% of the personal branding variable could impact the career choice variable of accounting students while the rest was affected by different factors.



This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Lulusan akuntansi ketika memasuki dunia kerja, mereka akan dihadapkan pada berbagai pilihan karir akuntansi. Di Indonesia, setidaknya ada lima profesi akuntan yang bisa diambil alih oleh para lulusan akuntansi seperti, akuntan privat, akuntan publik, akuntan pemerintah, petugas pajak, dan akuntan pendidik. Setelah mendapatkan gelar mereka di bidang akuntansi, lulusan dapat memilih salah satu dari karir ini (Cheisviyanny et al., 2022).

Profesi akuntan dinilai memiliki daya saing yang kuat, pengetahuan dan keterampilan (Hatane et al., 2019). Sebagai seorang akuntan yang bergerak dalam kegiatan bisnis dan komersial, profesi ini terbagi menjadi dua bidang yaitu, akuntan publik dan akuntan privat. Seorang akuntan publik mengembangkan karir di kantor akuntan publik dengan memberikan jasa audit, pajak, konsultasi dan akuntansi untuk bisnis, organisasi atau individu lain. Sebaliknya, seorang akuntan privat bekerja di perusahaan atau lembaga publik lain (Wen et al., 2018).

Jika dibandingkan dengan bidang karir akuntansi lainnya, akuntan publik tampaknya memiliki peminat yang lebih sedikit. Seperti yang dikatakan KAP Pieters saat ini lulusan akuntansi lebih tertarik bekerja di perusahaan daripada menjadi akuntan publik.

Menurut Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI), ekspansi sektor bisnis terhambat oleh kurangnya akuntan publik Indonesia yang berkualitas dan permintaan yang tinggi untuk layanan mereka (www.cnnindonesia.com). Menurut informasi yang diberikan oleh Pusat Pembinaan Profesi Keuangan (PPPK) Kementerian Keuangan pada Februari 2023, terdapat kurang lebih 472 Kantor Akuntan Publik (KAP) di Indonesia dengan keanggotaan yang terdaftar aktif sebagai akuntan publik sebanyak 1.464 orang, sebagaimana dilansir dari Institute of Chartered Accountants di Inggris dan Wales (ICAEW) (kabar24.bisnis.com).

Proses sertifikasi profesi yang panjang dan mahal, menjadi penyebab kurangnya minat lulusan akuntansi berkarir menjadi akuntan publik. Ujian sertifikasi akuntan publik di Indonesia, yang sebelumnya dibagi menjadi dua level, level dasar dan level profesional menjadi tiga yaitu level dasar, profesional, dan profesional lanjutan per tahun 2021, menurut Dewan Pengurus Nasional (DPN) IAI. Format ujian CA baru ini telah berlaku selama satu tahun yaitu mulai 1 Januari 2022 lalu (web.iaiglobal.or.id).

Berbeda dengan akuntan publik, akuntan privat cenderung lebih diminati karena tidak perlu mempunyai sertifikasi profesi untuk bekerja di bidang ini dan alasan lainnya karena bekerja sebagai akuntan privat memiliki keunggulan yaitu memiliki gaji dan kompensasi yang lebih tinggi, biasanya memiliki jam kerja yang lebih fleksibel dan memungkinkan profesional untuk mengatasi keseimbangan antara pekerjaan dan hidup pribadi. Hatane *et al.* (2019) dalam penelitiannya mengatakan bahwa generasi sekarang lebih mementingkan fleksibilitas waktu dalam bekerja dan berkarir yang dapat meningkatkan kesejahteraan mereka. Preferensi generasi sekarang pada profesi akuntan membuat mereka lebih memilih berkarir sebagai akuntan privat.

Setiap mahasiswa akuntansi pasti mempunyai pilihan karir yang berbeda tergantung tujuan dan rencana masa depan mereka. Menurut Holland, pemilihan dan penyesuaian karir menggambarkan perluasan kepribadian seseorang, jika preferensi pribadi diketahui, jenis pekerjaan yang dianggap cocok dapat diprediksi sejak usia dini. Perluasan kepribadian yang tepat dalam hal ini adalah personal branding. *Personal branding* dapat digunakan sebagai istilah untuk menggali minat pribadi guna menentukan pilihan karir bagi individu tersebut. Dikatakan pula bahwa teori Holland dapat membantu individu memahami dirinya sendiri.

Proses pembentukan persepsi publik tentang kepribadian, kemampuan, atau nilai seseorang, serta cara yang menciptakan persepsi publik positif yang dapat digunakan sebagai alat promosi, disebut sebagai *personal branding* (Haroen, 2014). Namun, alih-alih hanya digunakan sebagai alat promosi, *personal branding* dapat menjadi cara untuk memperluas visibilitas dan kredibilitas seseorang di pasar pertunjukan melalui aspek-aspek *personal branding* sehingga penting untuk menghubungkan bagaimana hal ini mempengaruhi mahasiswa akuntansi dalam membuat keputusan karir.

Personal branding memegang peran yang penting dalam membantu mahasiswa memahami identitas mereka sendiri, membangun reputasi dan meningkatkan kepercayaan diri. Ini bisa membantu mahasiswa memahami minat dan kemampuan mereka sehingga mereka dapat membuat pilihan karir yang lebih terfokus dan terarah.

Penelitian sebelumnya lebih menitikberatkan pada faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa akuntansi menentukan karir, khususnya terkait pilihan karir sebagai akuntan publik. Namun, penelitian ini mengadopsi pendekatan yang berbeda dengan memfokuskan pada *personal branding* sebagai variabel independen. *Personal branding* pada penelitian ini diuraikan ke dalam beberapa bagian, seperti spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, visibilitas, kesatuan, keteguhan, dan *goodwill*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *personal branding* terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi pada dua bidang profesi akuntan, yaitu akuntan publik, dan akuntan privat. Penelitian ini dipicu oleh perbedaan jumlah akuntan publik dengan jumlah akuntan terdaftar di Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), serta beberapa faktor lain yang mempengaruhi lulusan

akuntansi untuk lebih memilih berkarir sebagai akuntan privat daripada sebagai akuntan publik.

Horton (2011) menyatakan bahwa adanya *personal branding* membantu orang membangun keunggulan yang memberi mereka kesempatan untuk mendapatkan pekerjaan yang mereka inginkan dan mencegah mereka tertinggal dalam proses perekrutan. Hal ini menunjukkan bahwa *personal branding* penting untuk diteliti pengaruhnya terhadap pilihan karir yang dalam penelitian ini mahasiswa akuntansi sebagai responden. Penelitian ini diperkuat dengan adanya penelitian sebelumnya dari Crossman (2017), Wen *et al.* (2018), Hatane *et al.* (2021), Shyle (2015), Gorbato *et al.* (2019), dan Moradi (2022).

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis bermaksud untuk membandingkan profesi akuntan publik dan akuntan privat, guna menentukan pilihan karir yang lebih menarik bagi mahasiswa akuntansi, dengan mempertimbangkan pengaruh *personal branding*. Disini penulis melakukan penelitian pada mahasiswa akuntansi di Kota Padang karena mahasiswa adalah subjek yang paling dekat waktunya akan dihadapkan dengan pilihan karir. Maka dari itu, penulis tertarik meneliti topik ini dengan judul “*Public Accounting vs Private Accounting: Pengaruh Personal Branding terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi di Kota Padang*”.

REVIU LITERATUR DAN HIPOTESIS

Teori Pilihan Karir Holland

Teori karir yang paling banyak dipelajari dan digunakan dalam praktik salah satunya adalah teori pilihan karir yang diajukan oleh John Holland. John Holland (1973), menegaskan bahwa kepribadian seseorang dan berbagai faktor latar belakang menarik mereka ke karir tertentu. Pilihan karir seseorang pada dasarnya merupakan perpanjangan dari kepribadian mereka di tempat kerja, diikuti oleh stereotip karir tertentu. Faktor utama dalam menentukan karir adalah persaingan antara persepsi seseorang tentang diri sendiri dan profesinya, apakah mereka menerimanya atau tidak. Modal gaya pribadi atau *personal style* tercipta ketika penampilan seseorang dan pekerjaan yang mereka sukai diselaraskan.

Menurut Holland *Theory* (1997), kemampuan individu untuk beradaptasi dengan tempat kerja dan pilihan pekerjaan dapat dipengaruhi oleh bagaimana mereka berinteraksi dengan lingkungannya. Inti teori ini yaitu menitikberatkan pada proyeksi kepribadian individu dengan pekerjaan tertentu. Adanya teori Holland ini untuk memahami perbedaan individu dalam kepribadian, minat, dan perilaku atau model yang banyak digunakan individu sesuai dengan kenyataan begitupun dengan *personal branding* yang dilakukan individu akan berpengaruh terhadap pilihan karir yang mereka inginkan. Sehingga teori ini digunakan untuk melihat determinan pilihan karir mahasiswa, baik sebagai akuntan publik maupun akuntan privat melalui pengaruh dari *personal branding*.

Pengertian Pilihan Karir

Menurut Winkel (1991), pilihan karir adalah cara yang paling umum untuk memilih suatu situasi dengan mempertimbangkan mental, humanistik, sosial, topografis, instruktif, fisik, dan peluang terbuka yang membentuk posisi itu. Sedangkan menurut Sukardi (2004:5) pilihan karir merupakan kegiatan nyata yang mencerminkan motivasi, pengetahuan, kepribadian dan keterampilan. Menurut Gati & Asher (2011:140-157) tujuan pemilihan karir adalah mencari peluang yang paling sesuai dengan keinginan dan kemampuan individu.

Profesi Akuntan Akuntan Publik

Akuntan publik bekerja pada kantor akuntan publik (Wen *et al.*, 2018). Berdasarkan undang-undang RI No. 5 Tahun 2011 tentang akuntan publik (www.jdih.kemenkeu.go.id),

akuntan publik adalah seorang akuntan yang menyediakan jasa akuntansi secara profesional agar hasilnya dapat digunakan secara profesional oleh publik dalam pengambilan keputusan yang penting.

Akuntan Privat

Akuntan privat merupakan sebutan bagi akuntan yang bekerja di sektor privat atau perusahaan (Wen *et al.*, 2018). Mereka bekerja untuk membantu perusahaan dalam mengelola keuangan dan menyediakan solusi untuk masalah finansial. Seorang akuntan privat memiliki tugas utama yaitu menjaga agar keuangan perusahaan sehat dan bekerja sesuai dengan standar yang ditetapkan.

Personal Branding

Personal branding adalah seseorang mencerminkan keterampilan, kemampuan, dan gaya hidup seseorang (Gehl, 2011; Hearn, 2008; Peters, 1997). Menurut Horton (2011), *Personal branding* kini menjadi aspek krusial bagi para pencari pekerjaan. Membangun *personal branding* memastikan bahwa individu tidak tertinggal dalam persaingan mencari pekerjaan dan membantu mereka menciptakan keunggulan yang menjadikan mereka layak untuk peluang profesional yang diinginkan. Menurut Peter Montoya (2002), terdapat delapan konsep utama dalam *personal branding*, yaitu:

Spesialisasi

Menurut Montoya, *personal branding* harus tepat sasaran seperti sinar laser. Dalam bidang karir, personal brand harus kuat dan berkesan berdasarkan skill dan *passion*.

Kepemimpinan

Montoya menyatakan maksud pemimpin yaitu sebagai sosok yang dapat menghilangkan rasa ketidakpastian tapi memberikan arah yang jelas untuk memenuhi kebutuhan. Dimana pemimpin ini berprestasi, dianggap sebagai otoritas di bidangnya, dan kemudian mendapat pengakuan berupa penghargaan.

Kepribadian

Memiliki *personal branding* yang baik harus didasarkan pada karakter untuk semua maksud dan tujuan, yaitu kualitas dan kelemahan individu mengingat fakta bahwa orang lain menyukai orang apa adanya, untuk menjadi individu tertentu yang memiliki kekurangan tidak mengherankan. Gagasan bahwa seseorang tidak harus sempurna untuk menjadi seorang pemimpin dibebaskan dari tekanan oleh konsep ini.

Perbedaan

Dalam industri yang sama, *personal branding* akan menjadi lebih efektif jika mampu menciptakan kesan yang berbeda dari yang lainnya. Menurut Montoya ada tiga bentuk keunikan yaitu setiap orang memiliki perilaku yang berbeda dalam mengekspresikan dirinya (*behaviour*), membangun keunikan dalam segi fisik untuk membentuk karakteristik yang kuat dengan pakaian yang dikenakan, bentuk tubuh ataupun gaya rambut, dalam hal ini keunikan fisik harus bersifat natural tidak boleh direkayasa (*physicality*), dan dilihat dari kegiatan seperti kegemaran yang dilakukan oleh individu (*lifestyle*).

Visibilitas

Personal branding dibangun dengan konsistensi sehingga tampilan sangat penting untuk membuat *personal brand* tersebut menjadi dikenal oleh banyak orang. Karena banyaknya orang yang memiliki keahlian serupa, maka individu perlu menciptakan keunikan

agar lebih menonjol. Untuk mendapatkan visibilitas ini, seseorang perlu melakukan promosi atas dirinya pada setiap kesempatan yang ada.

Kesatuan

Kehidupan pribadi seseorang yang melibatkan *personal branding* harus selaras dengan etika, moral, dan sikap yang telah ditetapkan, karena kehidupan pribadi seharusnya mencerminkan citra yang ingin dibangun dalam *personal branding*. Hal ini bertujuan untuk mencegah ketidakautentikan dalam sikap yang dapat merusak *personal branding*.

Keteguhan

Dalam membangun *personal branding*, individu harus menetapkan dan berfokus pada *personal branding* yang telah mereka bentuk selama ini, tanpa mempertanyakan atau perlu mengubahnya. Cara paling umum untuk membangun *personal branding* membutuhkan investasi yang sangat panjang dan konsistensi untuk mengikutinya.

Goodwill

Personal branding akan mencapai hasil yang lebih baik dan bertahan lebih lama dengan asumsi individu dengan merek individu terkait dengan hal-hal positif, misalnya nilai atau pemikiran yang dianggap pasti dan penting.

Hipotesis

Pengaruh Spesialisasi terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi

Personal branding harus terkonsentrasi pada suatu kekuatan, keahlian dan pencapaian tertentu (Montoya, 2002). Mahasiswa akuntansi pasti mempunyai suatu spesialisasi yang menggambarkan kekuatan dan keahlian yang ada dalam diri mereka bahkan punya pencapaian atas spesialisasi yang dimiliki. Memilih karir sebagai akuntan tentunya mahasiswa akuntansi harus mempunyai keahlian minimal satu dari bidang spesialisasi akuntansi sebagai bekal untuk mereka kedepannya. Dengan mengetahui keahliannya maka mahasiswa akan menetapkan kemana arah pilihan karirnya. Hal tersebut didukung dengan pernyataan bahwa mahasiswa harus mengidentifikasi target pasar contohnya calon pemberi kerja untuk pesan mereka dan menyoroti keterampilan dan pengetahuan masing-masing (Peters, 1997; Clark, 2011; Harris & Rae, 2011; Hughes, 2013). Maka dari itu diajukan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Spesialisasi berpengaruh positif terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi.

Pengaruh Kepemimpinan terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi

Kepemimpinan dibentuk melalui keunggulan yang dimiliki, yakni dipandang sebagai ahli dalam bidang tertentu. Hatane *et al.* (2021) mengatakan bahwa karir tertinggi akuntan publik adalah menjadi partner, sedangkan karir tertinggi akuntan swasta adalah *Chief Financial Officer* (CFO). Hal ini dimaksudkan bahwa posisi tersebut adalah bentuk pengakuan atas keunggulan yang dimiliki seseorang. Mahasiswa akuntansi yang mempunyai keunggulan dan mendapatkan pengakuan dari orang-orang atas pencapaian yang diraih akan membentuk mereka menjadi individu yang sempurna. Hal inilah yang membuat mahasiswa akuntansi akan lebih berambisi untuk mengejar karir yang akan mereka pilih. Maka dari itu diajukan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Kepemimpinan berpengaruh positif terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi,

Pengaruh Kepribadian terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi

Seorang individu disini harus menampilkan kepribadian apa adanya. Dalam hal ini mahasiswa akuntansi pasti mempunyai kepribadian yang berbeda tergantung kondisi yang dihadapinya (Chan, 2012). Mahasiswa perlu mempertimbangkan kepribadiannya terhadap

pemilihan karirnya menjadi seorang akuntan. Terlebih mahasiswa akuntansi sudah menghadapi kondisi dilingkup akuntansi dan pasti sudah mempunyai gambaran bagaimana jika nantinya berprofesi menjadi akuntan. Meskipun memiliki kepribadian yang berbeda serta reaksi yang berbeda terhadap situasi yang dihadapi, mereka harus siap untuk apa pun yang akan terjadi dan memilih dengan kepribadian yang mereka miliki. Maka dari itu diajukan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Kepribadian berpengaruh positif terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi.

Pengaruh Perbedaan terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi

Sebuah *personal branding* yang layak perlu membuat area kekuatan utama untuk menjadi unik dalam hubungannya dengan orang lain di bidang atau bisnis serupa. Untuk berkarir menjadi seorang akuntan mahasiswa akan dihadapkan oleh persaingan yang ketat, sehingga mereka harus mampu menonjolkan sesuatu yang membuat mereka berbeda yang menjadikan mereka layak mendapatkan karir sebagai akuntan. Mahasiswa akuntansi yang dapat mempresentasikan dirinya untuk memperkuat reputasi dan membedakan diri dari kompetitor lain sehingga akan mudah baginya bersaing mendapatkan karir yang diinginkan. Maka dari itu diajukan hipotesis sebagai berikut :

H4 : Perbedaan berpengaruh positif terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi.

Pengaruh Visibilitas terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi

Untuk terlihat, *personal branding* harus dipresentasikan secara konsisten atau terus-menerus hingga *personal branding* tersebut dikenal. Menurut Montoya (2004) visibilitas dari tiga hal yaitu *planning* (perencanaan) dengan membuat aktivitas promosi yang terencana dan dapat dikendalikan, *leveraging opportunity* (meningkatkan peluang) dengan melihat fenomena yang akan terjadi dan mempersiapkan diri untuk menghadapinya, dan *accident* (ketidaksengajaan) timbul secara tidak terduga. Mahasiswa akuntansi bisa melakukan promosi agar dapat dikenal misalnya saat magang mahasiswa mempromosikan dirinya agar dapat dilirik oleh perusahaan dan memprediksi kejadian masa depan sehingga dapat mempersiapkan diri untuk karir kedepannya. Dengan melakukan hal tersebut, mahasiswa akuntansi akan mendapat kesempatan meraih karir yang mereka inginkan. Maka dari itu diajukan hipotesis sebagai berikut :

H5 : Visibilitas berpengaruh positif terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi.

Pengaruh Kesatuan terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi

Realita kehidupan seseorang harus selaras dengan nilai dan perilaku yang telah ditetapkan melalui *personal branding* yang dibangun. Hal ini untuk mencegah kepalsuan dalam bersikap dan dapat merusak *personal branding*. Mahasiswa akuntansi mempunyai realita pendidikan yang sejalan dengan pilihan karir sebagai akuntan sehingga nilai dan perilaku yang terbentuk tidak dibuat-buat melainkan sudah disesuaikan dengan apa yang menjadi tujuan mereka. Dapat dikatakan bahwa mahasiswa yang mempunyai kesatuan dapat memilih karir yang diinginkan. Maka dari itu diajukan hipotesis sebagai berikut :

H6 : Kesatuan berpengaruh positif terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi.

Pengaruh Keteguhan terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi

Individu harus yakin pada *personal branding* awal yang telah dibentuk, tanpa ragu atau keinginan untuk mengubahnya. Artinya individu harus teguh atas pendiriannya. Mahasiswa akuntansi yang mempunyai keteguhan dalam dirinya untuk meraih suatu yang diinginkannya seperti karir sebagai akuntan maka mereka tidak akan goyah saat menghadapi tantangan sehingga bisa mendapatkan karir yang mereka inginkan. Maka dari itu diajukan hipotesis sebagai berikut :

H7 : Keteguhan berpengaruh positif terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi.

Pengaruh *Goodwill* terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi

Goodwill terbentuk karena individu tersebut dipersepsikan secara positif oleh orang yang melihat dan mengenalnya. Mahasiswa akuntansi yang mempunyai reputasi baik dilingkungannya pasti karena adanya *goodwill* yang diciptakannya sehingga reputasi tersebut muncul dengan sendirinya dan tertanam baik dalam benak orang-orang sekitarnya. Seperti yang dikatakan O'Brien (2007) dalam penelitiannya bahwa *personal branding* merupakan kepribadian tunggal yang dapat menimbulkan respon emosional dari orang lain terhadap karakteristik dan nilai yang dimiliki individu tersebut. Misalnya, saat berkuliah mahasiswa aktif dalam menjawab pertanyaan dan memberikan ide dikelas sehingga memberikan kebermanfaatan bagi mahasiswa lainnya dan mampu memahami materi perkuliahan dengan baik dan dapat membantu menjelaskan kepada teman-teman yang lain. Hal tersebut membuat mereka terkesan dan diingat oleh orang lain yang menimbulkan *goodwill* bagi mereka. Ini bisa berpengaruh pada pilihan karir mahasiswa jika mereka mempunyai *goodwill* dimata kuliah tertentu yang mengarah pada karir yang mereka inginkan. Maka dari itu diajukan hipotesis sebagai berikut :

H8 : *Goodwill* berpengaruh positif terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dan jenis penelitiannya tergolong kausal atau bersifat hubungan sebab-akibat. Penelitian ini dilakukan untuk mengamati apakah *personal branding* berpengaruh terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi sebagai akuntan publik dan akuntan privat.

Jenis data yang digunakan adalah data subjek, dan sumber datanya adalah data primer yang diperoleh langsung dari mahasiswa akuntansi di kota Padang melalui kuesioner berisi daftar pernyataan untuk mengumpulkan informasi dari objek penelitian. Data penelitian dikumpulkan melalui survei, yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa akuntansi di Kota Padang.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa S1 Akuntansi Kota Padang. Penelitian ini dilakukan kepada 365 mahasiswa S1 Akuntansi dari Universitas Negeri Padang (UNP), Universitas Andalas (UNAND), Universitas Putra Indonesia (UPI YPTK), Universitas Bung Hatta (UBH), Universitas Dharma Andalas (UNIDHA), dan Universitas Ekasakti (UNES) dengan tahun masuk maksimum siswa adalah 2021 sebagai sampel.

Pengukuran Variabel

Variabel independen pada penelitian ini diukur dengan skala *Likert* yang dimodifikasi menjadi 4 pilihan jawaban, yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Sementara itu, variabel dependen diukur menggunakan variabel *dummy*, yang diberi angka 1 apabila mahasiswa akuntansi memilih akuntan publik sebagai pilihan karir, dan angka 0 apabila mahasiswa akuntansi memilih akuntan privat sebagai pilihan karir. Untuk melihat validitas masing-masing item kuesioner digunakan *Corrected Item-Total Correlation*. Uji Reliabilitas diajukan untuk mengukur variabel akan dianggap "*reliable*" jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60, maka pernyataan-pernyataan tersebut dianggap tidak "*reliable*".

Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah teknik analisis data yang digunakan untuk memberikan gambaran umum atau spekulasi mengenai data, dengan menghitung nilai minimum, nilai maksimum, *mean*, dan standar deviasi dari data (Sugiyono, 2019).

Analisis Regresi Logistik

Analisis regresi logistik digunakan karena variabel dependen pada penelitian ini bersifat *dummy*. Analisis regresi logistik tidak lagi memerlukan uji asumsi klasik terhadap variabel independen (Ghozali, 2011). Model regresi yang di kembangkan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$\pi(x) = \frac{e(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \dots + \beta_8 X_8)}{1 + e(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \dots + \beta_8 X_8)}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek penelitian pada penelitian ini adalah mahasiswa S1 akuntansi yang ada di Kota Padang. Data yang dibutuhkan dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada para mahasiswa baik secara langsung dan tidak langsung dengan cara menyebarkan melalui *google form* sehingga terkumpul sebanyak 365 data untuk diolah.

Analisis Deskriptif

Tabel 1
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
Spesialisasi	365	8	20	16,46	1,713
Kepemimpinan	365	5	20	14,55	2,762
Kepribadian	365	8	20	15,86	1,911
Perbedaan	365	6	20	15,01	2,357
Visibilitas	365	6	20	15,95	2,201
Kesatuan	365	6	12	10,10	1,176
Keteguhan	365	5	12	10,12	1,241
<i>Goodwill</i>	365	9	16	13,19	1,435
Valid N (listwise)	365				

Sumber: *Data olahan SPSS, 2023*

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa variabel spesialisasi memiliki nilai minimal 8 dan maksimal 20. Sedangkan, nilai rata-ratanya 16,46 dengan standar deviasi 1,713. Variabel kepemimpinan memiliki nilai minimal 5 dan maksimal 20. Sedangkan nilai rata-ratanya 14,55 dengan standar deviasi 2,762. Variabel kepribadian memiliki nilai minimal 8 dan maksimal 20. Sedangkan nilai rata-ratanya 15,86 dengan standar deviasi 1,911. Variabel perbedaan memiliki nilai minimal 6 dan maksimal 20. Sedangkan nilai rata-ratanya 15,01 dengan standar deviasi 2,357. Variabel visibilitas memiliki nilai minimal 6 dan maksimal 20. Sedangkan nilai rata-ratanya 15,95 dengan standar deviasi 2,201. Variabel kesatuan memiliki nilai minimal 6 dan maksimal 12. Sedangkan nilai rata-ratanya 10,10 dengan standar deviasi 1,176. Variabel keteguhan memiliki nilai minimal 5 dan maksimal 12. Sedangkan nilai rata-ratanya 10,12 dengan standar deviasi 1,241. Dan variabel *goodwill* memiliki nilai minimal 9 dan maksimal 16. Sedangkan nilai rata-ratanya 13,19 dengan standar deviasi 1,435.

Dari Tabel 1, disimpulkan bahwa *mean* tertinggi ada pada variabel spesialisasi dengan nilai 16,46 sedangkan *mean* terendah berada pada variabel kesatuan yaitu 10,10. Untuk standar deviasi tertinggi berada pada variabel kepemimpinan dengan nilai 2,762 sedangkan standar deviasi terendah berada pada variabel kesatuan yaitu 1,176. Standar deviasi menunjukkan tingkat heterogenitas informasi yang sedang diperiksa atau dapat dianggap sebagai ukuran normal dari fluktuasi sekelompok persepsi. Semakin tinggi nilai standar deviasinya, maka semakin perlu diperhatikan jarak tipikal setiap satuan informasi terhadap rata-rata (*mean*).

Instrumen pertanyaan untuk menentukan apakah mahasiswa akuntansi memilih karir sebagai akuntan publik atau akuntan privat dimasukkan ke dalam deskripsi variabel pilihan karir (Y). Tanggapan responden terhadap pertanyaan mengenai variabel pilihan karir terdapat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2
Distribusi Frekuensi Variabel Y

Jawaban	Jumlah	Persentase
Akuntan publik	125	34%
Akuntan privat	240	66%
Total	365	100%

Sumber: *Data yang diolah, 2023*

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa mahasiswa yang ingin berkarir sebagai akuntan publik berjumlah 125 orang atau 34% sedangkan yang memilih berkarir sebagai akuntan privat sebanyak 240 orang (66%). Maka disimpulkan bahwa mahasiswa akuntansi di Kota Padang yang memilih berkarir sebagai akuntan privat cukup dominan.

Analisis Regresi Logistik

Analisis regresi logistik digunakan karena variabel dependen (Y) bersifat biner, dengan hanya terdapat dua kategori yaitu pilihan karir sebagai "akuntan publik" dan "akuntan privat".

Tabel 3
Variables in The Equation

		B	S.E	Wald	D f	Sig.	Exp (B)	95% C.I for Exp (B)	
								Lower	Upper
Step 1 ^a	Spesialisasi	,125	,378	2,573	1	,029	1,133	1,973	5,321
	Kepemimpinan	,220	,650	5,770	1	,016	1,127	6,022	28,243
	Kepribadian	,075	,681	2,846	1	,011	,928	4,792	7,088
	Perbedaan	,016	,356	1,077	1	,026	1,016	1,909	11,135
	Visibilitas	,036	,462	,338	1	,542	,965	,854	3,089
	Kesatuan	,021	,325	3,029	1	,035	,979	2,767	6,250
	Keteguhan	,334	,520	3,081	1	,031	,966	1,763	8,224
	Goodwill	,082	,498	,697	1	,066	,921	,760	2,117
	<i>constant</i>	-2,307	5,394	8,878	1	,000	,000		

Sumber: *Data olahan SPSS, 2023*

Model prediksi pilihan karir sebagai akuntan publik dan akuntan privat yang dihasilkan dari tabel 3 adalah:

$$\pi(x) = \frac{e(-2,307 + 0,125 X_1 + 0,220 X_2 + 0,075 X_3 + 0,016 X_4 + 0,036 X_5 + 0,021 X_6 + 0,334 X_7 + 0,082 X_8)}{1 + e(-2,307 + 0,125 X_1 + 0,220 X_2 + 0,075 X_3 + 0,016 X_4 + 0,036 X_5 + 0,021 X_6 + 0,334 X_7 + 0,082 X_8)}$$

Makna dari persamaan regresi logistik di atas adalah untuk menentukan pilihan karir yang dipilih oleh mahasiswa akuntansi, apakah sebagai akuntan publik atau akuntan privat. Angka probabilitas pilihan karir memiliki rentang nilai antara 0 hingga 1. Jika nilai probabilitas mendekati angka 1, maka kemungkinan memilih karir sebagai akuntan publik besar. Sebaliknya, jika nilai probabilitas mendekati angka 0, maka kemungkinan memilih karir sebagai akuntan publik kecil atau kemungkinan memilih karir sebagai akuntan privat besar. Hal ini dipengaruhi oleh variabel-variabel yang telah ditentukan dalam penelitian ini.

Berdasarkan Tabel 3, seluruh nilai koefisien regresi logistik menunjukkan hasil mendekati angka 0. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa akuntansi memiliki kemungkinan lebih besar untuk memilih karir sebagai akuntan privat daripada memilih karir sebagai akuntan publik.

Menilai Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Tujuan pengujian ini adalah untuk melihat apakah model yang dihipotesiskan menggambarkan data secara akurat. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai probabilitas *-2 log likelihood* pada tahap awal (step 0) dengan nilai *-2 log likelihood* pada tahap akhir (step 1), yang terdapat pada Tabel 4. Penurunan nilai *-2 log likelihood* sebesar 39,359 menunjukkan bahwa model yang dihipotesiskan cocok dengan data.

Tabel 4
Iteration History

<i>Iteration</i>	<i>-2 log likelihood</i>	<i>Iteration</i>	<i>-2 log likelihood</i>
Step 0	1	Step 1	1
	2		2
	3		3
			4

Sumber: *Data olahan SPSS, 2023*

Koefisien Determinan (*Nagelkerke R Square*)

Uji ini dilaksanakan untuk menentukan sejauh mana variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Hasil menunjukkan bahwa nilai *Nagelkerke R Square* adalah 0,335, itu berarti variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 33,5%. Sementara sisanya, yaitu sebesar 66,5%, dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 5
Uji Koefisien Determinan

<i>Step</i>	<i>-2 Log likelihood</i>	<i>Cox & Snell R Square</i>	<i>Nagelkerke R Square</i>
1	359,781 ^a	,525	,335

Sumber: *Data olahan SPSS, 2023*

Menilai Kelayakan Model

Uji ini dilakukan untuk menguji H_0 yang menyatakan bahwa data empiris sesuai dengan model atau tidak terdapat kontras antara model dan data. Jika model sesuai dengan data, maka model dianggap *fit* dan dapat diuji dengan model regresi logistik.

Tabel 6
Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-Square	Df	Sig.
1	4,103	8	,879

Sumber: *Data olahan SPSS, 2023*

Berdasarkan hasil uji, ditemukan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,879, di mana nilai tersebut $> 0,05$. Maka disimpulkan bahwa model *fit* dan diterima. Dengan demikian, penelitian ini dapat menggunakan metode analisis regresi logistik.

Matriks Klasifikasi (*Percentage Correct*)

Uji ini dilakukan dengan tujuan untuk mengevaluasi sejauh mana analisis regresi logistik dapat mengklasifikasikan pilihan karir mahasiswa akuntansi dengan kategori akuntan publik dan akuntan privat secara tepat.

Tabel 7
Classification Table^a

		<i>Observed</i>	<i>Predicted</i>		<i>Percentage Coorrect</i>
			<i>Pilihan Karir</i>		
			<i>Akuntan Privat</i>	<i>Akuntan Publik</i>	
Step 1	<i>Pilihan Karir</i>	<i>Akuntan Privat</i>	236	4	98,3
		<i>Akuntan Publik</i>	118	7	5,6
		<i>Overall Percentage</i>			66,6

Sumber: *Data olahan SPSS, 2023*

Berdasarkan Tabel 7, pada kolom "*predicted*", terdapat 236 mahasiswa yang diprediksi akan memilih menjadi akuntan privat, sedangkan hasil observasi menunjukkan ada 240 mahasiswa yang memilih menjadi akuntan privat. Oleh karena itu, tingkat keakuratan analisis regresi logistik dalam memprediksi adalah sebesar 98,3% untuk kategori memilih akuntan privat. Prediksi memilih akuntan publik sebanyak 7 mahasiswa, sedangkan hasil observasi menunjukkan ada 125 mahasiswa yang memilih menjadi akuntan publik. Dengan demikian, ketepatan klasifikasi untuk kategori memilih akuntan publik adalah sebesar 5,6%. Secara keseluruhan, model ini dapat memprediksi dengan tingkat keakuratan sebesar 66,6%.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Simultan

Uji ini dilakukan menggunakan uji *Chi-Square* untuk mengevaluasi pengaruh secara simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa model memiliki nilai signifikansi 0,000 atau kurang dari 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama, variabel independen yang digunakan berpengaruh positif terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi.

Tabel 8
Omnibus Tests of Model Coefficient

		Chi-Square	Df	Sig.
Step 1	Step	39,359	8	,000
	Block	39,359	8	,000
	Model	39,359	8	,000

Sumber: *Data olahan SPSS, 2023*

Pengujian Hipotesis Parsial

Untuk mengetahui terdapat atau tidaknya pengaruh, dapat dilihat dari nilai signifikansi dengan patokan nilai signifikansi yaitu 5%. Berdasarkan hasil uji ada 2 variabel X yang berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel Y yaitu variabel visibilitas (X_5) dan *goodwill* (X_8) sedangkan variabel X lainnya menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Y.

Tabel 9
Uji Wald

Variabel	B	Sig.	Exp(B)
Spesialisasi	,125	,029	1,133
Kepemimpinan	,220	,016	1,127
Kepribadian	,075	,011	,928
Perbedaan	,016	,026	1,016
Visibilitas	,036	,542	,965
Kesatuan	,021	,035	,979
Keteguhan	,334	,031	,966
Goodwill	,082	,066	,921
Constant	-2,307	,000	,000

Sumber: *Data olahan SPSS, 2023*

PEMBAHASAN

Pengaruh Spesialisasi terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 9, dapat dilihat bahwa hipotesis 1 untuk spesialisasi berpengaruh terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi, diterima. Hipotesis ini diterima karena nilai signifikansi pada tabel menunjukkan nilai $< 5\%$. Untuk menciptakan kekhasan, individu harus mempunyai spesialisasi dalam satu bidang. Karena menjadi seorang generalis akan berdampak negatif pada keunikan *personal branding* mereka (Arruda, 2016; Martinuzzi, 2014; Rampersad, 2009; 2015).

Mahasiswa akuntansi harus mempunyai keahlian minimal satu dari bidang spesialisasi akuntansi sebagai bekal untuk mereka kedepannya saat memilih berkarir sebagai akuntan. Dengan mengetahui keahliannya maka mahasiswa akan menetapkan kemana arah pilihan karirnya. Hal tersebut didukung dengan pernyataan bahwa mahasiswa harus mengidentifikasi target pasar contohnya calon pemberi kerja untuk pesan mereka dan menyoroti keterampilan dan pengetahuan masing-masing (Peters, 1997; Clark, 2011; Harris & Rae, 2011; Hughes, 2013).

Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Lee (2022) yang hasilnya menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kompetensi inti maka semakin tinggi pula kemampuan beradaptasi dengan karir. Ini artinya semakin tinggi tingkat spesialisasi seorang mahasiswa maka semakin tinggi pula kemampuan mereka dalam memprediksi pilihan karirnya.

Pengaruh Kepemimpinan terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 9, dapat dilihat bahwa hipotesis 2 untuk kepemimpinan berpengaruh terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi, diterima. Hipotesis ini diterima karena nilai signifikansi pada tabel menunjukkan nilai $< 5\%$. Kepemimpinan dapat terbentuk melalui keunggulan, yaitu ketika seseorang diakui sebagai ahli dalam bidang tertentu. Hatane *et al.* (2021) mengatakan bahwa karir tertinggi akuntan publik adalah menjadi partner, sedangkan karir tertinggi akuntan swasta adalah *Chief Financial Officer* (CFO). Hal ini dimaksudkan bahwa posisi tersebut adalah bentuk pengakuan atas keunggulan yang dimiliki seseorang.

Sama halnya dalam penelitian Cheisviyanny *et al.* (2022) mereka mengungkapkan bahwa pengakuan profesional mencakup hal-hal yang berkaitan dengan pengakuan prestasi. Seseorang yang memiliki sifat kepemimpinan adalah bentuk dari pengakuan profesional atas prestasi atau keunggulan yang dimilikinya, sehingga dengan adanya pengakuan tersebut seorang individu akan menunjukkan keunggulannya dalam melakukan pekerjaan. Faktor ini selalu menjadi pertimbangan dalam memilih karir (Uyar *et al.*, 2011; Harnovinsah, 2017; Laksmi & Al Hafis, 2019).

Pengaruh Kepribadian terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 9, dapat dilihat bahwa hipotesis 3 yang menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi, diterima. Hal ini dapat dikonfirmasi karena nilai signifikansi pada tabel menunjukkan nilai kurang dari 5%. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologis dari dalam individu yang mempengaruhi dan mencerminkan cara mereka merespons lingkungan sekitarnya. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Aprilyan & Laksito pada tahun 2011, yang juga menyatakan bahwa variabel personalitas atau kepribadian berpengaruh terhadap pemilihan karir sebagai akuntan. Temuan ini juga mendapat dukungan dari penelitian Felton, *et al.*, 1994 dan Wheeler, 1983. Semua penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kepribadian memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan terkait pemilihan karir.

Kepribadian memiliki konsekuensi penting yang mempengaruhi pendidik akuntansi untuk mengarahkan dan menantang mahasiswa melakukan penilaian diri secara kritis untuk mencocokkan kepribadian mahasiswa tersebut dengan pilihan karir yang ada (Crossman, 2017).

Hatane *et al.* (2021) dalam penelitiannya mengatakan bahwa seorang akuntan publik akan bekerja dalam waktu yang lama dengan klien yang beragam dan sering bepergian, oleh karena itu akuntan publik harus menjadi orang yang mudah beradaptasi dan memiliki kemampuan komunikasi dengan baik. Disisi lain, akuntan privat harus menjadi orang yang andal dan terorganisir karena akuntan privat akan bekerja untuk perusahaan dengan jadwal yang konsisten dan memiliki tugas perjalanan yang lebih sedikit.

Pengaruh Perbedaan terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 9, dapat dilihat bahwa hipotesis 4 untuk perbedaan berpengaruh terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi, diterima. Hipotesis ini diterima karena nilai signifikansi pada tabel menunjukkan nilai < 5%. Untuk berkarir menjadi seorang akuntan mahasiswa akan dihadapkan oleh persaingan yang ketat, sehingga mereka harus mampu menonjolkan sesuatu yang membuat mereka berbeda yang menjadikan mereka layak mendapatkan karir sebagai akuntan.

Montoya (2008) menjelaskan bahwa ada tiga bentuk keunikan dilihat dari *behaviour* (perilaku) seseorang mengekspresikan dirinya, *physicality* (segi fisik) yang menuntut untuk membentuk karakteristik yang kuat seperti pakaian yang dikenakan, bentuk tubuh dan gaya rambut namun tetap bersifat natural dan tidak direkayasa, dan *lifestyle* (gaya hidup) yaitu kegemaran yang dilakukan oleh individu.

Alhussain *et al.* (2021) menemukan bahwa gaya hidup (*lifestyle*) berpengaruh terhadap keputusan karir mahasiswa. Penelitian tersebut, didukung penelitian oleh Spurr *et al.* (2015) yang menyelidiki pengaruh gabungan faktor-faktor perilaku, penampilan dan gaya hidup pada pilihan karir mahasiswa. Mereka menemukan bahwa ketiga faktor tersebut saling berinteraksi dan mempengaruhi preferensi karir mahasiswa secara kompleks. Jadi, dapat disimpulkan bahwa perbedaan berpengaruh terhadap pilihan karir mahasiswa.

Pengaruh Visibilitas terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 9, dapat dilihat bahwa hipotesis 5 untuk visibilitas berpengaruh terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi, ditolak. Hipotesis ini ditolak karena nilai signifikansi pada tabel menunjukkan nilai $> 5\%$, menunjukkan bahwa visibilitas tidak berpengaruh terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi. Hal ini sejalan dengan penelitian Shepherd (2005) dan Sturdy & Wright (2008) yang menyatakan bahwa visibilitas yang dilakukan tidak selalu dapat diterima sehingga menyebabkan individu gagal menyesuaikan diri dengan organisasi secara memadai untuk menjadi tampak bagi mereka. Berbeda dengan penelitian Higgins & Thomas (2017) yang menemukan bahwa visibilitas atau sesuatu yang ditampilkan oleh seseorang maka dapat berpengaruh terhadap pilihan karir mereka.

Pengaruh Kesatuan terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 9, dapat dilihat bahwa hipotesis 6 untuk kesatuan berpengaruh terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi, diterima. Hipotesis ini diterima karena nilai signifikansi pada tabel menunjukkan nilai $< 5\%$. Realita kehidupan seorang individu harus konsisten dengan nilai dan cara berperilaku yang dibangun melalui *personal branding*. Hal ini untuk mencegah kepalsuan dalam bersikap dan dapat merusak *personal branding*.

Seorang akuntan yang berhasil mencapai kesatuan dalam *personal branding* akan cenderung memilih karir yang sejalan dengan nilai-nilai dan kepentingan pribadi mereka. Mereka akan lebih cenderung memilih bidang karir yang mendukung identitas dan tujuan hidup mereka yang sudah mereka bangun melalui *personal branding* (Moradi, 2022).

Sama halnya dengan mahasiswa akuntansi, mereka mempunyai realita pendidikan yang sejalan dengan pilihan karir sebagai akuntan sehingga nilai dan perilaku yang terbentuk tidak dibuat-buat melainkan sudah disesuaikan dengan apa yang menjadi tujuan mereka. Dapat dikatakan bahwa mahasiswa yang mempunyai kesatuan dapat memilih karir yang diinginkan.

Pengaruh Keteguhan terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 9, dapat dilihat bahwa hipotesis 7 untuk keteguhan berpengaruh terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi, diterima. Hipotesis ini diterima karena nilai signifikansi pada tabel menunjukkan nilai $< 5\%$. Tanpa keraguan atau keinginan untuk mengubah *personal branding* awal mereka, individu harus memiliki keyakinan terhadapnya.

Dalam konteks psikologi karir, keteguhan dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi agensi individu dalam mengambil keputusan karir dan mencapai kepuasan serta kesejahteraan dalam karir (Brown & Lent, 2016). Penelitian tersebut juga didukung oleh (Stumpf & Hartman, 2016; Porfeli & Savickas, 2012; Creed & Patton, 2003) yang menyatakan bahwa individu yang memiliki keteguhan cenderung memiliki pilihan karir yang bagus dan merasa lebih yakin dalam pengambilan keputusan karir.

Mahasiswa akuntansi yang mempunyai keteguhan dalam dirinya untuk meraih suatu yang diinginkannya seperti karir sebagai akuntan maka mereka tidak akan goyah saat menghadapi tantangan sehingga bisa mendapatkan karir yang mereka inginkan.

Pengaruh Goodwill terhadap Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 9, dapat dilihat bahwa hipotesis 8 untuk *goodwill* berpengaruh terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi, ditolak. Hipotesis ini ditolak karena nilai signifikansi pada tabel menunjukkan nilai $> 5\%$, menunjukkan bahwa *goodwill* tidak berpengaruh terhadap pilihan karir mahasiswa. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Holton & Molyneux (2017) bahwa pembentukan niat baik untuk mendapat

kesan positif dari orang lain bisa menyebabkan individu kehilangan identitas pribadinya. Artinya, jika citra yang dibangun tidak mencerminkan identitas asli maka akan kesulitan untuk mempertahankan citra palsu tersebut sehingga merugikan prospek karirnya kedepan.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Shyle (2015), bahwa *personal branding* yang dibangun dengan *goodwill* dapat membuat kesan kepada orang lain bahwa ia mampu diandalkan dan memiliki peluang untuk berkembang dibidang karir yang diinginkan.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Simpulan

Semua variabel independen yang diuji, seperti spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, visibilitas, kesatuan, keteguhan, dan *goodwill*, secara simultan berpengaruh terhadap pilihan karir sebagai akuntan publik dan akuntan privat pada mahasiswa akuntansi di kota Padang. Berdasarkan pengujian parsial, variabel independen spesialisasi (X1), kepemimpinan (X2), kepribadian (X3), perbedaan (X4), kesatuan (X6), dan keteguhan (X7) berpengaruh signifikan terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi di kota Padang sebagai akuntan publik dan akuntan privat. Namun, variabel visibilitas (X5) dan *goodwill* (X8) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi di kota Padang sebagai akuntan publik dan akuntan privat.

Berdasarkan uraian diatas, maka disimpulkan bahwa secara keseluruhan *personal branding* berpengaruh secara simultan dan hampir seluruh dimensi *personal branding* yaitu 6 dari 8 variabel yang berpengaruh terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi di Kota Padang dari hasil uji parsial.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut: Penelitian ini menggunakan strategi ikhtisar dengan mengumpulkan informasi melalui survei, tanpa menyertakan wawancara. Dengan demikian, hasil yang didapat bergantung pada informasi yang dikumpulkan melalui kuesioner yang diedarkan kepada responden. Penelitian ini hanya fokus terhadap dua bidang profesi akuntansi yaitu akuntan publik dan akuntan privat. Koefisien determinan pada penelitian ini hanya mampu menerangkan 33,5% pengaruh variabel *personal branding* (spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, visibilitas, kesatuan, keteguhan, dan *goodwill*). Sehingga masih banyak variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi di kota Padang.

Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan keterbatasan diatas maka, peneliti selanjutnya perlu mempertimbangkan:

1. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggali data melalui wawancara dengan mahasiswa sebagai responden. Dengan demikian, data yang diperoleh akan lebih mendalam dan lebih mencerminkan keadaan sesungguhnya, sehingga dapat melampaui batasan pertanyaan dalam kuesioner yang mungkin terlalu sempit atau kurang mendalam.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan bidang profesi akuntansi lainnya sebagai pilihan karir sehingga bisa mendapatkan preferensi karir yang lebih luas atas pilihan karir yang dipilih mahasiswa akuntansi.
3. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel baru dalam meneliti pilihan karir mahasiswa akuntansi selain *personal branding* (spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, visibilitas, kesatuan, keteguhan, dan *goodwill*) seperti *quality of life*, gaya belajar dan variabel lainnya yang dapat menunjukkan pengaruh terhadap pilihan karir mahasiswa akuntansi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhussain, A., Horner, R., Khoja, A. T., Probst, J., & Moran, R. R. (2021). Effect of Anticipated Lifestyle and Income on Medical Students' Decision to Pursue a Primary Care Career in Saudi Arabia. Online: <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-246830/v1/>
- Apriliyan, L. A., & Laksito, H. (2011). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Akuntansi dalam Pemilihan Karir Menjadi Akuntan Publik (Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi UNDIP dan Mahasiswa UNIKA). Diponegoro University Institutional Repository. Retrieved From <http://eprints.undip.ac.id/26837/>
- Arruda, W. (2016). "The personal branding guru". [Online] Video available at: <http://www.williamarruda.com>, Accessed on date February 28, 2023.
- Brown, S. D., & Lent, R. W. (2016). *Vocational Psychology: Agency, Equity, and Well-being. Annual Review of Psychology*, 67, 159-183.
- Chesviyanny, C., Dwita, S., Septiari, D., and Helmayunita, N. (2022). Career Choice Factors Of Indonesian Accounting Students. *Revista Contabilidade & Financas*, 33(90).
- Clark, D. (2011). *Reinventing Your Personal Brand. Harvard Busibess review*, 89(3), 78-80.
- Creed, P. A., & Patton, W. (2013). Predicting two Forms of Career Indecision: A Test of Theoretical Model. *Journal of Vocational Behaviour*, 63(4), 286-297.
- Crossman, H. A. (2017). Awareness Of The Public Versus Private Accounting Divide, And Its Impact On The Career Path Preference Of Accounting Students. *Accounting Education*. <https://doi.org/10.1080/09639284.2017.1326155>
- Felton, S., Buhr, N., and Northey, M. (1994). Audit and Tax Career Paths in Public Accounting: An Analysis of Student and Professional Perceptions. *Accounting Horizons*, 28(2), 213-231.
- Gehl, J. (2011). *Life between Buildings: Using Public Space*. Washington DC: Island Press.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E.I. (2019). Get Noticed to get ahead: the impact of personal branding on career success. *Frontiers in Psychology*, 10:2662.
- Harnovinsah. (2017). Career Decision of Accounting Students and its Influencing Factors: A Study of University Accounting Students in DKI Jakarta, Indonesia. *International Journal of Finance and Accounting*, 6(2), 59-65
- Haroen, Dewi. (2014). Personal Branding Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=iKBLDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Harris, L. & Rae, A. (2011). Building a Personal Brand though Social Networking. *Journal of Business Strategy*, 32(5), 14-21.
- Hatane, S. E., Willianto, K. A., Junaidi, C.P., & Jessica, C. (2019). The Dimensions Of Accounting Profession In The View Of High School Students As The Generation Z. *Journal of Education and Learning (Edulearn)*, 13(4), 550-558.
- Hearn, A. (2008). *Meat, Masks, Burden: Probing The Countours of The Branded Self. Journal of Consumer Culture*, 8(2), 197-217.
- Higgins, M. C., & Thomas, D. A. (2017). Aligning the Stars: Using Role Constellations to Explain the Role of Human and Social Capital in Woman's and Men's Career Advancement. *Academy of Management Journal*, 60(2), 429-457.
- Holton, A. E., & Molyneux, L. (2017). Identity Lost? The Personal Impact of Brand Journalism. *Journalism*, 18, 195-210. <https://doi.org/10.1177/1464884915608816>
- Horton, T. (2011). *Branded for Success. TD Magazine*, 65(8), 72-73.

- <https://akurat.co/id-28518-read-indonesia-krisis-profesi-akuntan-publik>. “Indonesia Krisis Profesi Akuntan Publik”. Accessed on date February 4, 2023.
- <https://kabar24.bisnis.com/read/20230224/243/1631499/jumlah-akuntan-publik-di-indonesia-masih-sangat-sedikit-ini-datanya>. “Jumlah Akuntan Publik di Indonesia Masih Sangat Sedikit, Ini Datanya”. Accessed on date March 7, 2023.
- <https://web.iaiglobal.or.id/SertifikasiIAI/Ujian%20Sertifikasi%20Akuntan%20Profesional%20OCA>. “Ujian Sertifikasi Akuntan Profesional”. Accessed on date February 4, 2023.
- <https://www.americanexpress.com/us//articles/how-to-build-an-unforgettable-personal-brand/>. “How to build an unforgettable personal brand”. Accessed on date February 28, 2023.
- <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190125132742-92363792/indonesiadisebut-krisis-akuntan-publik>. “Indonesia Disebut Krisis Akuntan Publik”. Accessed on date March 7, 2023.
- Hughes, K. (2013, February 28). *How to Write a Personal Brand Statement*. JobBrander. <http://www.jobbrander.com/blog/personal-branding/how-to-write-a-personal-brand-statement>
- Laksmi, A. C., & Al Hafis, S.I. (2019). The Influence of Accounting Student’s Perception of Public Accounting Profession: A Study from Indonesia. *Journal of Contemporary Accounting*, 1(1), 47-63.
- Lee, N. (2022). The Structural Relationship between Core Competencies, Career Adaptability, and Career Barriers of College Students. *The Korean Association of General Education*, 16(2), 437-452.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The Personal Branding Phenomenon*. Santa Ana, CA: Peter Montoya, Inc.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2008). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded marketplace (paperback)*. United States of America: McGraw-Hill.
- Moradi, M. (2022). Factors affecting personal branding in Accounting. *Webology*, 19(1), 4990-5006.
- Peters, T. (1997). *The Brand Called You*. *Fast Company*, 10: 83-89.
- Porfeli, E. J., & Savickas, M. L. (2012). Career Adapt-Abilities Scale: Construction, Reliability, and Measurement Equivalence Across 13 Countries. *Journal of Vocational Behaviour*, 80(3), 661-673.
- Rampersad, H. K. (2009). *Authentic Personal Branding*. Bryanston: Knowres Publishers.
- Rampersad, H. K. (2015). *Hoe to Build an Authentic Personal Brand*. <http://www.xonitek.com/press-room/industry-news/how-to-build-an-authentic-personal-brand-bt-prof-hubert-rampersad-phd/>
- Saptutyningsing, E., & Setyaningrum, E. (2019). *Penelitian Kuantitatif Motode dan Analisis*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Shepherd, I. D. H. (2005). From Cattle and Coke to Charlie: Meeting the Challenge of Self Marketing and Personal Branding. *J. Mark. Manag.* 21, 589-606. <https://doi.org/10.1362/0267257054307381>
- Shyle, I. (2015). The Importance and the Process of Personal Branding in Nowadays. *UNIVERSI-International Journal of Education, Science, Technology, Innovation, Health and Environment*, 1(3), 64-70.
- Spurk, D., Kauffeld, S., Barthauer, L., & Heinemann, N. S. (2015). Fostering Networking Behaviour, Career Planning, and Optimism: Career Competence as a Mediator. *Journal of Vocational Behaviour*, 87, 134-144.
- Stumpf, S. A., & Hartman, K. (2016). The Proactive Personality and Entrepreneurial Career Intentions: The Role of Personal Values. *Journal of Career Development*, 43(4), 305-319.

- Sturdy, A., & Wright, C. (2008). A Consulting diaspora? Enterprising selves as agents of Enterprise. *Organization*, 15, 427-444. <https://doi.org/10.1177/1350508408088538>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sukardi, D. K. (2004). Psikologi Pemilihan Karir. Jakarta: Rineka Cipta.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 2011 tentang Akuntan Publik
- Uyar, A., Gungormus, A. H., & Kuzey, C. (2011). Factors Affecting Students Career Choice in Accounting: The Case of a Turkish University. *American Journal of Business Education (AJBE)*, 4(10), 29-38.
- Wen, L., Yang, H. (Chris), Bu, D., Diers, L., & Wang, H. (2018). Public Accounting Vs Private Accounting, Career Choice Of Accounting Students In China. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 8(1), 124-140.
- Wheeler, K. G. (1983). Perceptions of Labor Market Variables by College Student in Business, Education, and Psychology. *Journal of Vocational Behaviour*, 22(1), 1-11.
- Winkel, W. S. (1991). Psikologi Pengajaran. Jakarta: Grasindo.