

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi global yang semakin kompetitif mendorong peningkatan kebutuhan akan tenaga kerja profesional yang memiliki keterampilan teknis, *soft skills*, dan sertifikasi kompetensi yang diakui secara internasional. Di bidang akuntansi, tuntutan ini tidak hanya mencakup kemampuan menyusun laporan keuangan, tetapi juga menguasai teknologi, memahami regulasi terkini, dan mampu beradaptasi dengan dinamika industri keuangan modern (Muyassaroh, 2025). Persaingan ketat di pasar kerja memaksa lulusan akuntansi untuk memiliki nilai tambah dibandingkan kompetitor, salah satunya melalui penguasaan literasi akuntansi, *Personal Branding* yang kuat, dan pemanfaatan *Platform digital* pencari kerja.

Salah satu faktor penting yang memengaruhi daya saing lulusan di pasar kerja adalah literasi akuntansi. Literasi akuntansi menjadi salah satu kompetensi dasar yang menentukan kesiapan dan minat kerja di bidang keuangan. Penelitian Wardani et al. (2024) menunjukkan bahwa pengetahuan akuntansi dapat memengaruhi pilihan karir, meskipun dalam konteks tertentu pengaruhnya bisa negatif jika lulusan merasa keterampilannya belum memadai untuk tantangan profesi tertentu.

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa literasi akuntansi mungkin berperan tidak langsung, misalnya sebagai modal dasar yang memerlukan dukungan faktor lain seperti motivasi, persepsi pasar kerja, atau sertifikasi profesional agar mendorong minat kerja yang lebih tinggi (Muyassaroh, 2025). Dalam konteks alumni akuntansi, kemampuan literasi akuntansi yang tinggi saja belum tentu cukup tanpa citra profesional yang kuat.

Selain literasi akuntansi, citra profesional yang terkelola dengan baik melalui *Personal Branding* juga memiliki peran penting dalam memengaruhi minat kerja. *Personal Branding* adalah upaya strategis individu untuk membangun

citra positif, kredibilitas, dan reputasi di mata publik dan perekrut (Athalla & Afriyenti, 2024). Penelitian Hernanda et al. (2025) membuktikan bahwa *Personal Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja alumni, khususnya ketika dikombinasikan dengan modal sosial melalui *Platform* seperti *LinkedIn*.

Penelitian Salma et al. (2024) menunjukkan bahwa pemanfaatan *LinkedIn* sebagai media *Personal Branding* mampu membuka peluang karir lebih luas, meningkatkan jejaring profesional, dan memperkuat kepercayaan diri lulusan. Dengan menampilkan pengalaman, prestasi, dan keahlian secara strategis, *Personal Branding* membantu alumni menonjol di antara pelamar kerja lainnya. Penelitian lain juga menegaskan relevansi *Personal Branding* dalam pilihan karir. Athalla & Afriyenti (2024) menemukan bahwa *Personal Branding* memengaruhi mahasiswa akuntansi dalam menentukan bidang profesi yang akan digeluti, baik akuntan publik maupun privat. Hal ini menunjukkan bahwa citra profesional yang terkelola dengan baik mampu mengarahkan preferensi dan minat kerja alumni di bidang keuangan.

Untuk mendukung *Personal Branding* dan memperluas peluang kerja, penggunaan *Platform* pencari kerja *digital* menjadi semakin penting. *Platform* ini menjadi kanal utama bagi lulusan untuk mengakses informasi lowongan, membangun jejaring, dan menyesuaikan profil profesional mereka dengan kebutuhan industri. Secara umum, *Platform* ini berfungsi sebagai penghubung antara pencari kerja dan pemberi kerja dengan menyediakan informasi terkini mengenai peluang karir, persyaratan kompetensi, serta tren rekrutmen di berbagai sektor, termasuk bidang keuangan. Di Indonesia, sejumlah *Platform* telah menjadi pilihan utama bagi pencari kerja, antara lain *JobStreet*, *LinkedIn*, *Glints*, dan *Karir.com*.

JobStreet merupakan salah satu *Platform* pencari kerja terbesar di Asia Tenggara yang menyediakan ribuan lowongan dari berbagai industri, termasuk akuntansi dan keuangan. *LinkedIn* berfungsi ganda sebagai jejaring profesional dan portal lowongan kerja, memungkinkan pengguna membangun *Personal Branding* melalui profil profesional, koneksi, dan rekomendasi. *Glints* populer di

kalangan generasi muda karena menampilkan lowongan magang, *entry-level*, hingga posisi profesional dengan penjelasan kultur kerja perusahaan. Sementara itu, *Karir.com* menjadi alternatif bagi pencari kerja domestik dengan jangkauan luas di berbagai daerah di Indonesia. Pemilihan *Platform* yang tepat dan pemanfaatan fitur-fiturnya secara optimal dapat meningkatkan peluang alumni akuntansi untuk memperoleh pekerjaan di bidang keuangan yang sesuai dengan kompetensi mereka (Salma et al., 2024; Hernanda et al., 2025).

Penelitian Salma et al. (2024) dan Hernanda et al. (2025) menggarisbawahi bahwa keberhasilan pemanfaatan *Platform* digital pencari kerja tidak hanya bergantung pada frekuensi penggunaan, tetapi juga pada kemampuan pengguna dalam memaksimalkan fitur-fitur yang tersedia untuk membangun *Personal Branding* yang konsisten.

Faktor lain yang tidak kalah penting dalam meningkatkan minat kerja alumni di bidang keuangan adalah sertifikasi kompetensi akuntansi. Sertifikasi ini menjadi indikator objektif dari keahlian dan kredibilitas profesional. Sertifikasi seperti *Chartered Accountant (CA)*, *Certified Public Accountant (CPA)*, dan sertifikasi kompetensi akuntansi lainnya memberikan pengakuan formal dan keunggulan kompetitif bagi lulusan (Istanti et al., 2020; Mongilala, 2021). Penelitian Muyassaroh (2025) menemukan bahwa motivasi menjadi faktor signifikan yang mendorong minat mahasiswa mengikuti sertifikasi akuntansi, sementara persepsi dan pemahaman belum memberikan pengaruh signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa walaupun alumni memahami manfaat sertifikasi, dorongan internal dan orientasi karir menjadi pemicu utama untuk mengambilnya. Sertifikasi kompetensi juga dapat berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat pengaruh literasi akuntansi, *Personal Branding*, dan pemanfaatan *Platform* pencari kerja terhadap minat kerja di bidang keuangan. Dengan sertifikasi, alumni tidak hanya memiliki kompetensi teknis yang diakui, tetapi juga memperoleh kepercayaan lebih dari perekrut (Amalia & Humaira, 2024).

Meskipun demikian, beberapa penelitian menunjukkan bahwa tidak semua faktor berpengaruh signifikan terhadap minat kerja. Seperti yang ditunjukkan

Maharani (2025), literasi akuntansi saja tidak cukup untuk meningkatkan minat berkarir tanpa didukung faktor eksternal seperti kondisi pasar kerja. Demikian pula, pengalaman magang tidak selalu berpengaruh terhadap minat menjadi akuntan publik (Muliasari & Andayani, 2023), yang memperkuat pentingnya kombinasi faktor dalam membentuk minat kerja.

Dengan demikian, penelitian mengenai Pengaruh Literasi Akuntansi, *Personal Branding*, dan *Platform* Pencari Kerja terhadap Minat Kerja Alumni Akuntansi Bidang Keuangan yang Dimoderasi oleh Sertifikasi Kompetensi Akuntansi menjadi penting untuk mengidentifikasi faktor dominan yang memengaruhi minat kerja serta bagaimana sertifikasi memperkuat pengaruh tersebut. Penelitian ini berbeda dari penelitian terdahulu karena mengkaji ketiga variabel tersebut secara simultan dengan sertifikasi kompetensi akuntansi sebagai variabel moderasi pada alumni akuntansi yang bekerja atau berminat bekerja di bidang keuangan.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi alumni akuntansi dalam merencanakan karir, bagi perguruan tinggi dalam menyusun strategi pembelajaran dan pembinaan karir, serta bagi industri dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi daya tarik tenaga kerja di bidang keuangan. Secara akademis, penelitian ini juga memperkaya literatur mengenai keterkaitan antara kompetensi, citra profesional, teknologi, dan sertifikasi terhadap minat kerja di era digital.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya yang mengkaji pengaruh Literasi Akuntansi, *Personal Branding*, dan Pemanfaatan *Platform* Pencari Kerja terhadap Minat Kerja Alumni Akuntansi Bidang Keuangan dengan mempertimbangkan peran Sertifikasi Kompetensi Akuntansi sebagai variabel moderasi. Penelitian terdahulu umumnya menguji hubungan antarvariabel tersebut secara terpisah tanpa memasukkan sertifikasi sebagai faktor yang memperkuat atau memperlemah pengaruhnya. Selain itu, penelitian ini diarahkan pada alumni akuntansi vokasi, yang relatif jarang menjadi objek kajian, meskipun memiliki perbedaan karakteristik dan kebutuhan kompetensi dibandingkan lulusan sarjana. Penggunaan data kontekstual terkini, seperti tren penggunaan *Platform* kerja

digital populer di Indonesia (misalnya *Jobstreet*), juga memberikan dimensi kekinian yang memperkaya literatur kesiapan kerja di era digital.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dilakukan untuk menjawab kebutuhan akan kajian yang lebih mendalam mengenai kesiapan kerja mahasiswa di era *Digital*. Belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji keterkaitan antara penggunaan *Platform Digital* pencari kerja dan *Personal Branding* terhadap kesiapan kerja mahasiswa vokasi. Oleh karena itu, penulis mengambil judul “Pengaruh Literasi Akuntansi, *Personal Branding* dan *Platform* Pencari Kerja terhadap Minat Kerja Alumni Akuntansi Bidang Keuangan yang dimoderasi oleh Sertifikasi Kompetensi Akuntansi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh literasi akuntansi terhadap minat kerja alumni akuntansi di bidang keuangan?
2. Bagaimana pengaruh *Personal Branding* terhadap minat kerja alumni akuntansi di bidang keuangan?
3. Bagaimana pengaruh *Platform* pencari kerja terhadap minat kerja alumni akuntansi di bidang keuangan?
4. Bagaimana pengaruh sertifikasi kompetensi akuntansi dalam memoderasi hubungan antara literasi akuntansi dan minat kerja alumni akuntansi di bidang keuangan?
5. Bagaimana pengaruh sertifikasi kompetensi akuntansi dalam memoderasi hubungan antara *Personal Branding* dan minat kerja alumni akuntansi di bidang keuangan?
6. Bagaimana pengaruh sertifikasi kompetensi akuntansi dalam memoderasi hubungan antara *Platform* pencari kerja dan minat kerja alumni akuntansi di bidang keuangan?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini difokuskan untuk mengkaji Pengaruh Literasi Akuntansi, *Personal Branding*, Dan *Platform* Pencari Kerja Terhadap Minat Kerja Alumni Program Studi Akuntansi Pada Bidang Keuangan, Dengan Sertifikasi Kompetensi Akuntansi Sebagai Variabel Moderasi.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi akuntansi terhadap minat kerja alumni akuntansi di bidang keuangan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Personal Branding* terhadap minat kerja alumni akuntansi di bidang keuangan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Platform* pencari kerja terhadap minat kerja alumni akuntansi di bidang keuangan.
4. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi kompetensi akuntansi dalam memoderasi hubungan antara literasi akuntansi dan minat kerja alumni akuntansi di bidang keuangan.
5. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi kompetensi akuntansi dalam memoderasi hubungan antara *Personal Branding* dan minat kerja alumni akuntansi di bidang keuangan.
6. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi kompetensi akuntansi dalam memoderasi hubungan antara *Platform* pencari kerja dan minat kerja alumni akuntansi di bidang keuangan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Bagi Perguruan Tinggi:
Sebagai bahan evaluasi dalam menyusun kurikulum, layanan bimbingan karier, dan program sertifikasi agar lebih relevan dengan kebutuhan dunia kerja.

2. Bagi Alumni/Pencari Kerja:

Menjadi bahan refleksi untuk mengembangkan *Personal Branding*, meningkatkan literasi akuntansi, serta memanfaatkan *Platform* kerja dan sertifikasi secara maksimal untuk mengarahkan pilihan karir.

3. Bagi Dunia Usaha dan Industri:

Sebagai informasi untuk memahami karakteristik dan preferensi calon tenaga kerja dari kalangan akuntansi, serta mempertimbangkan peran sertifikasi dalam proses rekrutmen.