

***THE EFFECT OF ACCOUNTING LITERACY, PERSONAL BRANDING, AND  
JOB SEARCH PLATFORMS ON THE JOB INTEREST OF ACCOUNTING  
GRADUATES IN THE FINANCIAL SECTOR MODERATED BY ACCOUNTING  
COMPETENCY CERTIFICATION***

**PENGARUH LITERASI AKUNTANSI, *PERSONAL BRANDING* DAN  
PLATFORM PENCARI KERJA TERHADAP MINAT KERJA ALUMNI  
AKUNTANSI BIDANG KEUANGAN YANG DIMODERASI OLEH  
SERTIFIKASI KOMPETENSI AKUNTANSI**

**Firanda<sup>1</sup>, Novira Sartika<sup>2</sup>**

Politeknik Negeri Bengkalis, Bengkalis, Indonesia<sup>1,2</sup>

[firandaqcontact@gmail.com](mailto:firandaqcontact@gmail.com)<sup>1</sup>, [novirasartika@polbeng.ac.id](mailto:novirasartika@polbeng.ac.id)<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of Accounting Literacy, Personal Branding, and Job Search Platforms on the Work Interest of Accounting Alumni in the Finance Sector, as well as examine the role of Accounting Competency Certification as a moderating variable. The study involved 234 alumni of Politeknik Negeri Bengkalis selected using purposive sampling. Data were collected through a Google Form questionnaire and analyzed using SEM-PLS with WarpPLS 7.0. The results show that Accounting Literacy has a positive and significant effect on Work Interest with a coefficient value of 0.210 ( $p < 0.001$ ). Personal Branding also has a significant effect on Work Interest with a coefficient of 0.326 ( $p < 0.001$ ), while Job Search Platforms significantly influence Work Interest with a coefficient of 0.172 ( $p = 0.004$ ). The  $R^2$  value of 0.299 indicates that the three variables explain 29.9% of the variation in work interest. Meanwhile, Accounting Competency Certification does not moderate the influence of Accounting Literacy on Work Interest (coefficient 0.000;  $p = 0.497$ ), does not moderate the influence of Personal Branding on Work Interest (coefficient  $-0.063$ ;  $p = 0.165$ ), and does not moderate the effect of Job Search Platforms on Work Interest (coefficient 0.002;  $p = 0.488$ ). These findings indicate that work interest is more strongly influenced by literacy, personal branding, and digital platform utilization rather than the possession of competency certification.)*

**Keywords:** Accounting Literacy, Personal Branding, Job Search Platforms, Job Interest, Accounting Competency Certification

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Literasi Akuntansi, Personal Branding, dan Platform Pencari Kerja terhadap Minat Kerja Alumni Akuntansi di Sektor Keuangan, serta mengkaji peran Sertifikasi Kompetensi Akuntansi sebagai variabel moderasi. Penelitian ini melibatkan 234 alumni Politeknik Negeri Bengkalis yang dipilih menggunakan purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner Google Form dan dianalisis menggunakan SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kerja dengan nilai koefisien 0,210 ( $p < 0,001$ ). Personal Branding juga berpengaruh signifikan terhadap Minat Kerja dengan koefisien 0,326 ( $p < 0,001$ ), sementara Platform Pencari Kerja berpengaruh signifikan terhadap Minat Kerja dengan koefisien 0,172 ( $p = 0,004$ ). Nilai  $R^2$  sebesar 0,299 menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut menjelaskan 29,9% variasi dalam minat kerja. Sementara itu, Sertifikasi Kompetensi Akuntansi tidak memoderasi pengaruh Literasi Akuntansi terhadap Minat Kerja (koefisien 0,000;  $p = 0,497$ ), tidak memoderasi pengaruh Personal Branding terhadap Minat Kerja (koefisien  $-0,063$ ;  $p = 0,165$ ), dan tidak memoderasi pengaruh Platform Pencari Kerja terhadap Minat Kerja (koefisien 0,002;  $p = 0,488$ ). Temuan ini menunjukkan bahwa minat kerja lebih dipengaruhi oleh literasi, personal branding, dan pemanfaatan platform digital dibandingkan kepemilikan sertifikasi kompetensi.

**Kata kunci:** Literasi Akuntansi, Personal Branding, Platform Pencari Kerja, Minat Kerja, Sertifikasi Kompetensi Akuntansi.

**INTRODUCTION**

Perkembangan ekonomi global yang semakin kompetitif menuntut

kehadiran tenaga kerja profesional yang tidak hanya menguasai keterampilan teknis akuntansi, tetapi juga mampu

beradaptasi dengan transformasi digital dan dinamika industri keuangan modern. Dunia kerja saat ini mengharuskan lulusan akuntansi memiliki nilai tambah berupa literasi akuntansi yang kuat, kemampuan membangun citra profesional melalui personal branding yang efektif, serta keterampilan memanfaatkan platform pencari kerja digital sebagai sarana menjangkau peluang karier. Ketiga aspek tersebut menjadi faktor strategis yang menentukan daya saing lulusan dalam menghadapi proses rekrutmen yang semakin ketat dan selektif.

Literasi akuntansi kini dipandang sebagai fondasi utama dalam pengambilan keputusan karier di bidang keuangan. Namun, temuan penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang bervariasi. Sebagian penelitian mengonfirmasi bahwa literasi akuntansi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kerja, sedangkan sebagian lainnya melaporkan bahwa pengaruh tersebut tidak selalu konsisten dan dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti kondisi pasar tenaga kerja, kesiapan kompetensi tambahan, dan akses informasi pekerjaan. Variasi temuan ini mengindikasikan bahwa literasi akuntansi memerlukan dukungan faktor lain agar mampu mendorong minat kerja secara optimal.

Selain literasi, personal branding telah menjadi strategi penting dalam membangun identitas dan reputasi profesional seorang lulusan. Dalam era digital, personal branding tidak hanya terbentuk melalui interaksi langsung, tetapi juga melalui jejak digital yang dapat terlihat pada platform profesional seperti LinkedIn. Penelitian menunjukkan bahwa personal branding digital mampu meningkatkan employability, menarik perhatian perekrut, dan menunjukkan keunikan kompetensi seseorang. Hal ini selaras

dengan perubahan pola rekrutmen, di mana perusahaan semakin menilai kandidat berdasarkan kredibilitas online, portofolio, dan kemampuan membangun jaringan profesional.

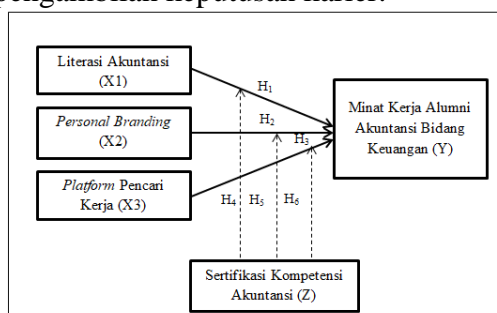
Platform pencari kerja juga memainkan peran penting sebagai jembatan antara pencari kerja dan perusahaan. Melalui platform seperti Jobstreet, LinkedIn Job, dan aplikasi rekrutmen lainnya, alumni dapat mengakses lowongan, menampilkan profil profesional, serta memperluas peluang keterhubungan dengan perusahaan. Keberhasilan platform ini ditentukan oleh kualitas informasi, fitur yang mudah digunakan, kelengkapan profil pengguna, serta tingkat relevansi lowongan yang tersedia. Dengan demikian, pemanfaatan platform pencari kerja semakin menjadi indikator kesiapan kerja di era digital.

Di sisi lain, sertifikasi kompetensi akuntansi telah berkembang menjadi kredensial formal yang dianggap memberikan nilai tambah bagi lulusan. Sertifikasi seperti CA, CPA, Brevet Pajak, dan sertifikasi BNSP dinilai dapat meningkatkan kredibilitas profesional, memperkaya keterampilan teknis, serta membuka akses lebih luas ke berbagai posisi di bidang keuangan. Namun, hingga saat ini belum banyak penelitian yang secara tegas menguji apakah sertifikasi tersebut mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh literasi akuntansi, personal branding, dan platform pencari kerja terhadap minat kerja. Hal ini menimbulkan celah riset yang perlu ditinjau untuk memahami sejauh mana sertifikasi berperan sebagai faktor pembeda dalam keputusan karier lulusan akuntansi.

## **LITERATUR REVIEW**

### **Theory Of Planned Behavior (TPB)**

Theory of Planned Behavior (TPB) menjadi dasar konseptual dalam penelitian ini karena menjelaskan bahwa niat dan perilaku individu dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, serta kontrol perilaku yang dipersepsikan (Ajzen, 1991). Dalam konteks penelitian ini, Literasi Akuntansi berkaitan dengan pembentukan sikap, sebab pemahaman akuntansi yang baik mendorong evaluasi positif terhadap pilihan karier di bidang keuangan. Personal Branding berhubungan dengan norma subjektif, di mana ekspektasi sosial dan tuntutan profesionalitas memengaruhi bagaimana seseorang membangun citra dirinya. Sementara itu, Platform Pencari Kerja relevan dengan perceived behavioral control karena kemudahan akses informasi dan dukungan teknologi meningkatkan keyakinan individu dalam mengendalikan proses pencarian kerja. Sertifikasi Kompetensi Akuntansi diposisikan sebagai variabel moderasi yang juga selaras dengan TPB, karena sertifikasi dapat memperkuat persepsi kemampuan diri serta memberikan keyakinan tambahan dalam pengambilan keputusan karier.



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

Sumber : data olahan, 2025

## RESEARCH METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatif. Desain ini dipilih untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel Literasi Akuntansi,

Personal Branding, dan Platform Pencari Kerja sebagai variabel independen terhadap Minat Kerja Alumni Akuntansi di Bidang Keuangan sebagai variabel dependen, serta menguji peran Sertifikasi Kompetensi Akuntansi sebagai variabel moderasi. Tujuan eksplanatif ini sejalan dengan kebutuhan untuk memperoleh pemahaman empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat kerja alumni dalam memasuki dunia keuangan.

Populasi penelitian adalah seluruh alumni Program Studi Akuntansi Politeknik Negeri Bengkalis. Sampel penelitian sebanyak 234 responden ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, seperti alumni yang aktif mencari pekerjaan atau telah memiliki pengalaman dalam proses rekrutmen. Seluruh data penelitian diperoleh dari sumber primer melalui penyebaran kuesioner berbasis Google Form.

Instrumen kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju) untuk mengukur empat variabel utama penelitian, yaitu Literasi Akuntansi (X1), Personal Branding (X2), Platform Pencari Kerja (X3), Sertifikasi Kompetensi Akuntansi (Z), dan Minat Kerja di Bidang Keuangan (Y). Setiap item pernyataan disusun berdasarkan indikator teoritis yang dijelaskan pada kajian pustaka.

Teknik analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS) dengan bantuan software WarpPLS 7.0. Metode PLS dipilih karena mampu mengolah model penelitian yang kompleks, mengakomodasi variabel moderasi, serta tidak menuntut asumsi normalitas

data. Analisis dilakukan melalui dua tahap, yaitu pengujian outer model untuk menilai validitas dan reliabilitas indikator, serta pengujian inner model untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel dan menguji efek moderasi Sertifikasi Kompetensi Akuntansi.

## RESULTS AND DISCUSSIONS

### Hasil Uji Konstruk

#### Uji Kualitas Data

Pengujian awal penelitian dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas sebagai bagian dari evaluasi model pengukuran (measurement model) PLS-SEM untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu mengukur konstruk secara akurat dan konsisten. Setelah seluruh indikator memenuhi kriteria kelayakan, analisis dilanjutkan pada pengujian hipotesis dalam model struktural untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian. Seluruh proses analisis dilakukan menggunakan aplikasi WarpPLS 7.0.

#### Outer loading dan crossloading

Berdasarkan hasil pengujian cross loading, seluruh indikator pada setiap variabel memiliki nilai loading tertinggi pada konstraknya masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan variabel secara tepat dan tidak terjadi masalah discriminant validity. Indikator pada variabel Literasi Akuntansi memiliki nilai loading yang tinggi dan konsisten, begitu juga dengan indikator pada variabel Personal Branding yang tetap menunjukkan korelasi terbesar pada konstruk utamanya. Variabel Platform Pencari Kerja juga menunjukkan hasil yang sangat baik, karena seluruh indikator memiliki nilai loading tinggi dan lebih besar dibandingkan korelasi dengan variabel lain. Indikator Minat

Kerja Alumni menunjukkan pola yang sama, dengan nilai loading kuat dan dominan pada variabelnya sendiri. Sementara itu, variabel Sertifikasi Kompetensi Akuntansi yang hanya memiliki satu indikator juga memenuhi syarat validitas dengan nilai loading sempurna. Selain itu, seluruh indikator memiliki  $p\text{-value} < 0.001$  yang menandakan bahwa seluruh loading signifikan. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid dan memenuhi kriteria discriminant validity.

#### Average Variance Extracted (AVE)

Uji *Average Variance Extracted* (AVE) digunakan untuk menilai tingkat validitas konvergen, yaitu sejauh mana indikator mampu merepresentasikan konstraknya. Menurut (Hair Jr dkk., 2021a) nilai AVE harus lebih besar dari 0,50 agar konstruk dinyatakan memiliki validitas konvergen yang baik. Nilai AVE yang tinggi menunjukkan bahwa indikator mampu menjelaskan sebagian besar varians konstruk. Tabel berikut menyajikan hasil pengujian nilai AVE pada setiap variabel penelitian.

**Tabel. 1 Average Variance Extracted (AVE)**

Variabel	Average Variance Extracted	Keterangan
Literasi Akuntansi (X1)	0.740	Valid
Personal Branding (X2)	0.616	Valid
Platform Pencari Kerja (X3)	0.732	Valid
Sertifikasi Kompetensi Akuntansi (Z)	1.000	Valid
Minat Kerja Dibidang Keuangan (Y)	0.748	Valid

#### Sumber : data olahan, 2025

Berdasarkan table 1, seluruh variabel memiliki nilai *Average Variance Extracted* (AVE) di atas 0,50, yaitu Literasi Akuntansi sebesar 0,740, Personal Branding 0,616, Platform Digital 0,732, Minat Kerja 0,748, dan Sertifikasi Kompetensi 1,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh konstruk memenuhi kriteria validitas konvergen. Meskipun AVE Personal

Branding sebesar 0,616, nilai ini tetap layak karena masih berada dalam batas yang direkomendasikan. Dengan demikian, model pengukuran dinyatakan valid sesuai standar Hair et al. (2019).

### Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu konstruk dalam model berbeda dari konstruk lainnya. Pengujian ini dilakukan agar dapat dipastikan bahwa setiap variabel laten hanya mampu menjelaskan indikator-indikator yang sesuai dengan konstraknya sendiri dan tidak tumpang tindih dengan konstruk lain. Validitas diskriminan diuji dengan membandingkan nilai akar kuadrat AVE ( $\sqrt{\text{AVE}}$ ) terhadap korelasi antar konstruk. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Table 2. Correlations among I.vs. with sq. Rts. Of AVEs**

Variabel	X1	X2	X3	Y	Z
Literasi Akuntansi (X1)	<b>(0.860)</b>	0.280	0.417	0.296	0.040
Personal Branding (X2)	0.280	<b>(0.785)</b>	0.397	0.420	-0.077
Platform Pencari Kerja (X3)	0.417	0.397	<b>(0.855)</b>	0.313	0.054
Minat Kerja Alumni Akuntansi Dibidang Keuangan (Y)	0.296	0.420	0.313	<b>(0.865)</b>	-0.122
Sertifikasi Kompetensi Akuntansi (Z)	0.040	-0.077	0.054	-0.122	<b>(1.000)</b>

### Sumber : data olahan,2025

Berdasarkan hasil perbandingan nilai akar kuadrat AVE dengan korelasi antar variabel, seluruh konstruk menunjukkan bahwa  $\sqrt{\text{AVE}}$  lebih tinggi dari nilai korelasi dengan konstruk lainnya. Hal ini terlihat pada variabel Literasi Akuntansi, Personal Branding, Platform Pencari Kerja, Minat Kerja, dan Sertifikasi Kompetensi Akuntansi yang semuanya memiliki nilai  $\sqrt{\text{AVE}}$  tertinggi dibandingkan hubungan antar variabel. Dengan demikian, seluruh konstruk memenuhi kriteria validitas diskriminan berdasarkan pendekatan Fornell–Larcker, sehingga model

pengukuran dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis lanjutan.

### Uji Reliabilitas Konstruk

Uji reliabilitas konstruk dilakukan untuk melihat konsistensi indikator dalam mengukur variabelnya. Pengujian ini menggunakan dua ukuran, yaitu Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha (CA). Menurut (Hair Jr dkk., 2021b), nilai reliabilitas yang baik berada di atas 0,70, namun pada penelitian bersifat eksploratori, nilai antara 0,50 hingga 0,70 masih dapat diterima.

**Tabel 3. Composite Reliability dan Cronbach's Alpha**

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Akuntansi (X1)	0.958	0.949	Reliabel
Personal Branding (X2)	0.889	0.843	Reliabel
Platform Pencari Kerja (X3)	0.950	0.938	Reliabel
Minat Kerja Alumni Akuntansi Bidang Keuangan (Y)	0.937	0.916	Reliabel
Sertifikasi Kompetensi Akuntansi (Z)	1.000	1.000	Reliabel

### Sumber : data olahan,2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, seluruh konstruk memiliki nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha di atas 0,70, sehingga memenuhi kriteria reliabilitas yang baik. Nilai Composite Reliability berkisar antara 0,889 hingga 1,000, sedangkan nilai Cronbach's Alpha berada pada rentang 0,843 hingga 1,000. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang tinggi dan dinyatakan layak digunakan untuk analisis model struktural selanjutnya.

### Uji Kecocokan Model Keseluruhan (Model Fit and Quality Indices)

Hasil Uji kecocokan Model Keseluruhan dilihat dari nilai path coefficient adalah sebagai berikut:

**Tabel. 4 Path Coefficient**

Indikator	Nilai Hasil	Keterangan
Average Path Coefficient (APC)	0,129 (P=0,011)	Diterima
Average R-Squared (ARS)	0,299 (P<0,001)	Diterima
Average Full Collinearity VIF (AFVIF)	1,663	Diterima
Goodness of Fit (GoF)	0,505	Diterima

**Sumber : data olahan,2025**

Berdasarkan hasil Model Fit and Quality Indices, seluruh indikator kelayakan model memenuhi standar yang direkomendasikan. Nilai APC sebesar 0,129 ( $p=0,011$ ) dan ARS sebesar 0,299 ( $p<0,001$ ) menunjukkan bahwa hubungan antar variabel signifikan dan kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen berada pada kategori sedang. Nilai AFVIF sebesar 1,663 berada jauh di bawah batas toleransi, sehingga tidak terdapat masalah multikolinearitas. Selain itu, nilai GoF sebesar 0,505 mengindikasikan kecocokan model yang tinggi. Dengan demikian, model dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk analisis serta pengujian hipotesis selanjutnya.

**Uji Hipotesis (Path Coefficient dan P-Values)**

Pengujian ini untuk menguji signifikansi hubungan kausalitas antar variabel laten. Hipotesis Diterima jika  $P \text{ values} \leq 0.05$ . Path Coefficient digunakan untuk melihat arah dan kekuatan hubungan antar variabel laten dalam model struktural. Nilainya menunjukkan besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan tanda positif atau negatif merefleksikan arah hubungan. Mengacu pada Hair et al. (2019), Path Coefficient merupakan parameter utama dalam PLS-SEM karena menentukan relevansi dan kekuatan hubungan prediktif antar konstruk. Dengan demikian, analisis ini membantu memastikan kesesuaian

model struktural dengan teori yang digunakan.

**Tabel 5. Hasil Path Coefficient**

Variabel	Path Coefficients	P-Values	Keterangan
Literasi Akuntansi (X1) → Minat Kerja Alumni Akuntansi Dibidang Keuangan (Y)	0.210	<0.001	H <sub>1</sub> Diterima
Personal Branding (X2) → Minat Kerja Alumni Akuntansi Dibidang Keuangan (Y)	0.326	<0.001	H <sub>2</sub> Diterima
Platform Pencari Kerja (X3) → Minat Kerja Alumni Akuntansi Dibidang Keuangan (Y)	0.172	0.004	H <sub>3</sub> Diterima
Sertifikasi Kompetensi Akuntansi (Z) → Literasi Akuntansi (X1)	0.000	0.497	H <sub>4</sub> Ditolak
Sertifikasi Kompetensi Akuntansi (Z) → Personal Branding(X2)	-0.063	0.165	H <sub>5</sub> Ditolak
Sertifikasi Kompetensi Akuntansi (Z) → Platform Pencari Kerja (X3)	0.002	0.488	H <sub>6</sub> Ditolak

**Sumber : data olahan,2025**

1. Berdasarkan Tabel, nilai koefisien jalur antara X1 terhadap Y adalah sebesar 0.210 dengan arah positif, dan nilai p-value < 0.001 (< 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh X1 terhadap Y adalah signifikan positif, sehingga hipotesis diterima.
2. Berdasarkan Tabel, nilai koefisien jalur antara X2 terhadap Y adalah sebesar 0.326 dengan arah positif, dan nilai p-value < 0.001 (< 0.05). Dengan demikian, hubungan ini signifikan secara statistik dan menunjukkan arah positif, sehingga hipotesis diterima.
3. Berdasarkan Tabel, nilai koefisien jalur antara X3 terhadap Y adalah sebesar 0.172 dengan arah positif, dan nilai p-value 0.004 (< 0.05). Artinya, terdapat pengaruh signifikan positif dari X3 terhadap Y, sehingga hipotesis diterima.

**Analisis Regresi Moderate (MRA)**

Analisis Regresi Moderate (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi linear sederhana dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi. Pengujian hipotesis ini digunakan untuk menentukan pengaruh variabel moderasi terhadap pengaruh variabel utama. Variabel Moderasi merupakan variabel independen yang akan memperkuat atau memperlemah

variabel independen lainnya terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Dalam uji ini akan menguji pengaruh deviasi dari suatu model regresi dengan melihat Lack of Fit (ketidakcocokan) yang ditunjukkan oleh nilai residual. Kriteria uji residual adalah *P-Value* (Sig) < 0,05 maka dapat memoderasi. Tetapi, apabila *P-Value* (Sig) > 0,05 maka tidak dapat memoderasi.

1. Berdasarkan Tabel, nilai koefisien jalur antara Z terhadap X1 adalah sebesar 0.000 dengan arah positif, tetapi nilai *p-value* 0.497 (> 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa Z tidak memoderasi X1, sehingga hipotesis ditolak.
2. Berdasarkan Tabel, nilai koefisien jalur antara Z terhadap X2 adalah sebesar -0.063 dengan arah negatif, dan nilai *p-value* 0.165 (> 0.05). Dengan demikian, hubungan tersebut tidak memoderasi, sehingga hipotesis ditolak.
3. Berdasarkan Tabel, nilai koefisien jalur antara Z terhadap X3 adalah sebesar 0.002 dengan arah positif, dan nilai *p-value* 0.488 (> 0.05). Ini menunjukkan bahwa Z tidak memoderasi X3, sehingga hipotesis ditolak.

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh Literasi Akuntansi terhadap Minat Kerja**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kerja dengan koefisien  $\beta = 0.21$ . Artinya, semakin baik pemahaman akuntansi alumni, semakin tinggi minat mereka untuk berkarier di bidang keuangan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Mulyasari dan Andayani (2023) serta Wardani et al. (2024) yang menyatakan bahwa kompetensi pengetahuan akuntansi berperan langsung dalam meningkatkan minat

karier. Secara teori, hasil ini mendukung Theory of Planned Behavior bahwa keyakinan terhadap kemampuan diri meningkatkan kecenderungan untuk berperilaku sesuai minat.

### **Pengaruh Personal Branding terhadap Minat Kerja**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kerja dengan nilai  $\beta = 0.33$ . Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat identitas profesional dan representasi diri yang dibangun alumni, terutama melalui platform digital, semakin tinggi minat mereka memasuki dunia kerja. Temuan ini konsisten dengan Hernanda et al. (2025), Salma et al. (2024), serta Athalla dan Afreyenti (2024) yang menekankan pentingnya personal branding digital dalam meningkatkan daya saing dan peluang karier.

### **Pengaruh Platform Pencari Kerja terhadap Minat Kerja**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform pencari kerja menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kerja dengan koefisien  $\beta = 0.17$ . Hal ini menandakan bahwa akses informasi pekerjaan, fitur lamaran digital, dan jejaring profesional melalui platform seperti JobStreet, LinkedIn, dan Glints dapat meningkatkan minat alumni untuk memasuki dunia kerja. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Salma et al. (2024) serta Hernanda et al. (2025) yang menyatakan bahwa platform digital bukan hanya alat pencarian kerja, tetapi juga sarana pengembangan karier.

### **Peran Sertifikasi Kompetensi Akuntansi dalam Hubungan antara Literasi Akuntansi dan Minat Kerja**

Hasil moderasi menunjukkan bahwa sertifikasi kompetensi tidak mampu memperkuat pengaruh literasi akuntansi terhadap minat kerja ( $\beta = 0.00$ ;  $p = 0.50$ ). Kondisi ini memperlihatkan bahwa literasi akuntansi sudah menjadi faktor internal yang berdiri sendiri tanpa dukungan sertifikasi dalam membentuk minat karier. Temuan ini sejalan dengan Muyassaroh et al. (2025) yang menyatakan bahwa sertifikasi lebih dipandang sebagai langkah lanjutan, bukan faktor pembentuk minat awal.

#### **Peran Sertifikasi Kompetensi Akuntansi dalam Hubungan antara Personal Branding dan Minat Kerja**

Hasil moderasi menunjukkan bahwa pada hubungan personal branding dan minat kerja, sertifikasi kompetensi juga tidak bertindak sebagai moderator ( $\beta = -0.06$ ;  $p = 0.16$ ). Artinya, alumni dengan personal branding kuat tidak menunjukkan peningkatan minat kerja yang lebih besar hanya karena memiliki sertifikasi. Hasil ini selaras dengan penelitian Mongilala (2021) yang menjelaskan bahwa keputusan sertifikasi dipengaruhi norma sosial, bukan citra diri digital.

#### **Peran Sertifikasi Kompetensi Akuntansi dalam Hubungan antara Platform Pencari Kerja dan Minat Kerja**

Hasil moderasi menunjukkan bahwa sertifikasi juga tidak memoderasi hubungan platform pencari kerja dengan minat kerja ( $\beta = 0.00$ ;  $p = 0.49$ ). Hal ini mengindikasikan bahwa minat memanfaatkan platform pencari kerja lebih didorong kebutuhan akses informasi dan peluang karier, bukan keberadaan sertifikasi. Hasil ini mendukung temuan Salma et al. (2024) dan Hernanda et al. (2025) bahwa penggunaan platform karier lebih

berfungsi membangun eksposur profesional daripada memperkuat efek sertifikasi.

### **CONCLUSION**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi akuntansi, personal branding, dan platform pencari kerja berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat kerja alumni akuntansi di bidang keuangan. Semakin tinggi pemahaman akuntansi, semakin baik personal branding yang dibangun, dan semakin optimal pemanfaatan platform pencari kerja, maka semakin besar minat alumni untuk memasuki dunia kerja profesional di bidang keuangan. Temuan ini diperkuat oleh penelitian terdahulu seperti Mulyasari dan Andayani (2023), Hernanda et al. (2025), serta Salma et al. (2024) yang menegaskan pentingnya kompetensi, citra profesional, dan akses digital karier dalam membentuk minat maupun kesiapan kerja.

Namun demikian, sertifikasi kompetensi akuntansi tidak terbukti berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara literasi akuntansi, personal branding, dan platform pencari kerja dengan minat kerja alumni. Tidak adanya efek moderasi menunjukkan bahwa sertifikasi kompetensi belum menjadi faktor penentu dalam meningkatkan minat awal terhadap karier, tetapi lebih dianggap sebagai nilai tambah yang relevan pada tahap seleksi kerja maupun pengembangan karier setelah bekerja. Temuan ini sejalan dengan penelitian Muyassaroh et al. (2025) dan Mongilala (2021) yang menyatakan bahwa minat atau keputusan memperoleh sertifikasi lebih dipengaruhi oleh motivasi pribadi dan kesiapan individu.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa faktor utama



pendorong minat kerja alumni akuntansi di bidang keuangan tidak hanya keterampilan teknis, tetapi juga kemampuan membangun citra profesional serta pemanfaatan ekosistem digital karier. Sementara itu, sertifikasi kompetensi belum menjadi faktor pembeda dalam pembentukan minat awal terhadap pilihan karier, namun berpotensi memberikan dampak jangka panjang pada jenjang dan perkembangan karier.

## SUGGESTION

Institusi pendidikan diharapkan memperkuat pembelajaran literasi akuntansi dan pelatihan personal branding agar lulusan lebih siap bersaing. Lembaga sertifikasi perlu meningkatkan pemahaman tentang manfaat sertifikasi dan menyesuaikan materi dengan kebutuhan industri. Alumni dianjurkan membangun personal branding serta memanfaatkan platform pencari kerja secara optimal, sementara sertifikasi tetap layak diikuti untuk menunjang karier jangka panjang. Penelitian berikutnya dapat menambah variabel lain dan menggunakan pendekatan yang lebih luas untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

## REFERENCES

- [1] Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- [2] Athalla, R., A., F. (2024). Pengaruh personal branding digital terhadap kesiapan kerja generasi muda. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 115–128. <https://doi.org/10.47289/jeb.v12i2.2024>
- [3] Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS (1 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [4] Hair, Joseph F., Jr.; Hult, G. Tomas M.; Ringle, Christian M.; Sarstedt, Marko. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications, Inc.
- [5] Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021a). An introduction to structural equation modeling. Dalam *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: a workbook* (hlm. 1–29). Springer.
- [6] Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021b). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Dalam Springer (Vol. 30, Nomor 1).
- [7] Hernanda, A., Putri, Y. Lestari, M.,. (2025). Peran platform digital dalam meningkatkan employability mahasiswa Authors: *Jurnal Teknologi dan Karier*, 5(1), 45–58. <https://doi.org/10.58219/jtk.v5i1.2025>
- [8] Mongilala, M. (2021). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa mengikuti sertifikasi kompetensi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(3), 210–219. <https://doi.org/10.61428/jpe.v9i3.2021>
- [9] Mulyasari, R., A., S. (2023). Pengaruh literasi akuntansi terhadap minat karier mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Nusantara*, 8(2), 134–145. <https://doi.org/10.52971/jan.v8i2.2023>

- [10] Muyassaroh, N., Fadillah, R., Pratiwi, D. (2025). Peran sertifikasi profesi terhadap keputusan karier mahasiswa akuntansi. *Jurnal Pendidikan dan Profesi*, 14(1), 60–72. <https://doi.org/10.74822/jpp.v14i1.2025>
- [11] Salma, N., Wijaya, D., Hakim, R. (2024). Pengaruh penggunaan platform pencari kerja terhadap minat kerja mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Teknologi*, 7(4), 301–312. <https://doi.org/10.69352/jmt.v7i4.2024>
- [12] Wardani, A. Nirmala, S., Siregar, B.,. (2024). Literasi akuntansi dan dampaknya terhadap minat berkarier di bidang keuangan. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 10(1), 55–68. <https://doi.org/10.87214/jab.v10i1.2024>