

ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN JURUSAN AKUNTANSI SEBAGAI TEMPAT KULIAH DI PERGURUAN TINGGI

Oleh :

Martini

Fakultas Ekonomi Universitas Budi Luhur Jakarta
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta, 12260
Email : martini@budiluhur.ac.id

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologis baik secara parsial maupun simultan terhadap pemilihan jurusan akuntansi. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif analisis. Data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner yang dikirim ke 55 responden, sementara yang dapat digunakan dalam analisa ini 50 responden atau sekitar 90,9%. Dalam penelitian ini dilakukan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik. Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesa secara parsial maupun simultan dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi <0.05 . Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa budaya, pribadi dan psikologis tidak berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi, sedangkan sosial berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi. Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi dengan pengaruh sebesar 57,1%.

Kata kunci : Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, Jurusan Akuntansi

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the influence of cultural, social, personal and psychological either partially or simultaneously to the selection of the accounting department. This study is a descriptive analysis. The data in this study is primary data obtained through the survey by distributing questionnaires sent to 55 respondents, while that can be used in the analysis of 50 respondents, or approximately 90.9%. In the present study tested the validity, reliability testing and classical assumption. Hypothesis testing is then performed partially or simultaneously by using probabilities, significance > 0.05 . Partial test results indicate that the cultural, personal and psychological no effect on the selection of accounting majors, while social influence on the selection of accounting majors. Simultaneously test results show that cultural, social, personal and psychological effect on the selection of accounting majors with the effect of 57.1%.

Keyword : Influence of cultural, social, personal, psychological, accounting department

PENDAHULUAN

Saat ini dunia berada dalam kondisi yang serba maju dan bebas. Kemajuan teknologi yang tidak terbatas terjadi setiap hari, menit, bahkan detik, perkembangan-perkembangan teknologi terjadi di setiap belahan dunia. Kedinamisan pergerakan kemajuan tersebut sudah merupakan tuntutan yang secara otomatis harus dipenuhi untuk memberi kemudahan bagi setiap orang. Masyarakat semakin haus akan perubahan yang lebih maju untuk memenuhi kebutuhan mereka. Kebebasan berinteraksi di luar batas negara sudah menjadi prasyarat pengembangan diri, baik dalam pengertian individu maupun kelompok atau organisasi. Hal tersebut mengindikasikan persaingan yang semakin ketat. Untuk dapat berperan dan bersaing dalam kondisi dunia yang semakin maju dan bebas, pendidikan menjadi syarat mutlak. Pendidikan menjadi sarana untuk mengembangkan pengetahuan dan kemampuan melalui pengajaran yang diberikan. Pada dasarnya Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi mahasiswa memilih jurusan pada Perguruan Tinggi sebagai tempat kuliah diantaranya: faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi serta faktor psikologis. Faktor lain yang mempengaruhi pemilihan jurusan adalah faktor keluarga, individual, pekerjaan, situasi ekonomi, motivasi, persepsi, keyakinan dan sikap serta minat.

Akuntansi merupakan salah satu jurusan di bidang ekonomi yang banyak diminati oleh mahasiswa saat ini. Dari hasil penelitian Basuki (1999) dalam Ariani (2004) menyebutkan bahwa rata-rata mahasiswa memilih jurusan akuntansi, didorong oleh keinginan mereka untuk menjadi profesional. Selain itu termotivasi oleh anggapan bahwa akuntan di masa mendatang akan sangat dibutuhkan oleh banyak perusahaan di Indonesia. Mendapatkan pekerjaan yang layak merupakan salah satu tujuan belajar di Perguruan Tinggi. Hal itu sepertinya telah mengakar pada masyarakat kita. Kuliah di universitas ataupun perguruan tinggi bukan lagi dengan tujuan utama mencari ilmu, tapi ada motif lain yaitu kelak setelah lulus berharap mendapatkan pekerjaan layak. Pekerjaan dapat menjadi tolok ukur keberhasilan seseorang dari hasil belajar di Perguruan Tinggi. Memang tak bisa kita pungkiri, meski tidak mutlak pekerjaan menentukan berhasil atau tidaknya seseorang.

Dunia kerjapun tak kalah kompetitifnya. Hal ini dapat kita lihat dengan semakin tingginya syarat yang minta oleh banyak perusahaan bagi calon karyawannya. Salah satunya adalah jenjang pendidikan. Sebagian besar dari perusahaan, itu apalagi perusahaan besar meminta lulusan Diploma dan Sarjana. Walaupun masih banyak pula yang

membutuhkan lulusan Sekolah Menengah Atas atau yang sederajat. Tetapi, tetap saja terdapat penempatan berbeda antara yang lulusan Sekolah Menengah Atas atau sederajat dengan yang lulusan Sarjana. Untuk menghadapinya, selain dengan meningkatkan potensi diri dengan penguasaan beberapa keterampilan seperti keterampilan berbahasa asing dan penguasaan teknologi seperti komputer. Kita juga dituntut untuk pandai-pandai dalam memilih bidang yang memiliki prospek baik ke depan. Salah satu pilihan itu adalah Akuntansi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengambil judul tentang **Analisa faktor–faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Memilih Jurusan Akuntansi Sebagai Tempat Kuliah di Perguruan Tinggi** dan diharapkan melalui penelitian tersebut, dapat diketahui kebutuhan dan keinginan mahasiswa akan Perguruan Tinggi Khususnya jurusan akuntansi.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, maka rumusan masalah yang menjadi dasar bagi penulisan ilmiah ini adalah :

1. Apakah budaya berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi sebagai tempat kuliah di Perguruan Tinggi
2. Apakah sosial berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi sebagai tempat kuliah di Perguruan Tinggi
3. Apakah pribadi berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi sebagai tempat kuliah di Perguruan Tinggi
4. Apakah psikologis berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi sebagai tempat kuliah di Perguruan Tinggi
5. Apakah budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara simultan berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi sebagai tempat kuliah di Perguruan Tinggi

Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh budaya, social, pribadi dan psikologis secara simultan terhadap pemilihan jurusan akuntansi sebagai tempat kuliah di Perguruan Tinggi
2. Menganalisis pengaruh budaya, social, pribadi dan psikologis secara parsial terhadap pemilihan jurusan akuntansi sebagai tempat kuliah di Perguruan Tinggi
3. Menganalisis variable yang paling dominan berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi sebagai tempat kuliah di Perguruan Tinggi

Kontribusi Penelitian

1. Bagi Pengembangan Ilmu, diharapkan dapat memberikan manfaat berupa informasi tambahan yang dapat dijadikan sumbangan pemikiran dalam penelitian selanjutnya yang lebih komprehensif
2. Kegunaan Operasional, diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi peneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan jurusan akuntansi sebagai tempat kuliah di Perguruan Tinggi. Karena mendapatkan pekerjaan yang layak merupakan salah satu tujuan belajar di Perguruan Tinggi

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Sejarah Perkembangan Akuntansi di Indonesia

Praktik akuntansi di Indonesia dapat ditelusur pada era penjajahan Belanda sekitar 17 (ADB 2003) atau sekitar tahun 1642 (Soemarso 1995). Jejak yang jelas berkaitan dengan praktik akuntansi di Indonesia dapat ditemui pada tahun 1747, yaitu praktik pembukuan yang dilaksanakan Amphioen Sociteyt yang berkedudukan di Jakarta (Soemarso 1995). Pada era ini Belanda mengenalkan sistem pembukuan berpasangan (*double-*

entry bookkeeping) sebagaimana yang dikembangkan oleh Luca Pacioli. Perusahaan VOC milik Belanda-yang merupakan organisasi komersial utama selama masa penjajahan-memainkan peranan penting dalam praktik bisnis di Indonesia selama era ini (Diga dan Yunus 1997).

Kegiatan ekonomi pada masa penjajahan meningkat cepat selama tahun 1800an dan awal tahun 1900an. Hal ini ditandai dengan dihapuskannya tanam paksa sehingga pengusaha Belanda banyak yang menanamkan modalnya di Indonesia. Peningkatan kegiatan ekonomi mendorong munculnya permintaan akan tenaga akuntan dan juru buku yang terlatih. Akibatnya, fungsi *auditing* mulai dikenalkan di Indonesia pada tahun 1907 (Soemarso 1995). Peluang terhadap kebutuhan *audit* ini akhirnya diambil oleh akuntan Belanda dan Inggris yang masuk ke Indonesia untuk membantu kegiatan administrasi di perusahaan tekstil dan perusahaan manufaktur (Yunus 1990). Internal auditor yang pertama kali datang di Indonesia adalah J.W Labrijn-yang sudah berada di Indonesia pada tahun 1896 dan orang pertama yang melaksanakan pekerjaan audit (menyusun dan mengontrol pembukuan perusahaan) adalah Van Schagen yang dikirim ke Indonesia pada tahun 1907 (Soemarso 1995).

Kesempatan bagi akuntan lokal (Indonesia) mulai muncul pada tahun 1942-1945, dengan mundurnya Belanda dari Indonesia. Pada tahun 1947 hanya ada satu orang akuntan yang berbangsa Indonesia yaitu Prof. Dr. Abutari (Soermarso 1995). Praktik akuntansi model Belanda masih digunakan selama era setelah kemerdekaan (1950an). Pendidikan dan pelatihan akuntansi masih didominasi oleh sistem akuntansi model Belanda. Nasionalisasi atas perusahaan yang dimiliki Belanda dan pindahnya orang-orang Belanda dari Indonesia pada tahun 1958 menyebabkan kelangkaan akuntan dan tenaga ahli (Diga dan Yunus 1997). Atas dasar nasionalisasi dan kelangkaan akuntan, Indonesia pada akhirnya berpaling ke praktik akuntansi model Amerika. Namun demikian, pada era ini praktik akuntansi model Amerika mampu berbaur dengan akuntansi model Belanda, terutama yang terjadi di lembaga pemerintah. Makin meningkatnya jumlah institusi pendidikan tinggi yang menawarkan pendidikan akuntansi—seperti pembukaan jurusan akuntansi di Universitas Indonesia 1952, Institute Ilmu Keuangan (Sekolah Tinggi Akuntansi Negara-STAN) 1990, Universitas Padjajaran 1961, Universitas Sumatera Utara 1962, Universitas Airlangga 1962 dan Universitas Gadjah Mada 1964 (Soermarso 1995)—telah mendorong pergantian praktik

akuntansi model Belanda dengan model Amerika pada tahun 1960 (ADB 2003). Selanjutnya, pada tahun 1970 semua lembaga harus mengadopsi sistem akuntansi model Amerika (Diga dan Yunus 1997).

Pada awal tahun 1990an, tekanan untuk memperbaiki kualitas pelaporan keuangan muncul seiring dengan terjadinya berbagai skandal pelaporan keuangan yang dapat mempengaruhi kepercayaan dan perilaku investor. Skandal pertama adalah kasus Bank Duta (bank swasta yang dimiliki oleh tiga yayasan yang dikendalikan presiden Suharto). Bank Duta *go public* pada tahun 1990 tetapi gagal mengungkapkan kerugian yang jumlah besar (ADB 2003). Bank Duta juga tidak menginformasi semua informasi kepada Bapepam, auditornya atau *underwriternya* tentang masalah tersebut. Celakanya, auditor Bank Duta mengeluarkan opini wajar tanpa pengecualian. Kasus ini diikuti oleh kasus Plaza Indonesia Realty (pertengahan 1992) dan Barito Pacific Timber (1993). Rosser (1999) mengatakan bahwa bagi pemerintah Indonesia, kualitas pelaporan keuangan harus diperbaiki jika memang pemerintah menginginkan adanya transformasi pasar modal dari model “*casino*” menjadi model yang dapat memobilisasi aliran investasi jangka panjang.

Berbagai skandal tersebut telah mendorong pemerintah dan badan berwenang untuk mengeluarkan kebijakan regulasi yang ketat berkaitan dengan pelaporan keuangan. Pertama, pada September 1994, pemerintah melalui IAI mengadopsi seperangkat standar akuntansi keuangan, yang dikenal dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK). Kedua, Pemerintah bekerja sama dengan Bank Dunia (World Bank) melaksanakan Proyek Pengembangan Akuntansi yang ditujukan untuk mengembangkan regulasi akuntansi dan melatih profesi akuntansi. Ketiga, pada tahun 1995, pemerintah membuat berbagai aturan berkaitan dengan akuntansi dalam Undang Undang Perseroan Terbatas. Keempat, pada tahun 1995 pemerintah memasukkan aspek akuntansi/pelaporan keuangan kedalam Undang-Undang Pasar Modal (Rosser 1999).

Jatuhnya nilai rupiah pada tahun 1997-1998 makin meningkatkan tekanan pada pemerintah untuk memperbaiki kualitas pelaporan keuangan. Sampai awal 1998, kebangkrutan konglomerat, *collapsenya* sistem perbankan, meningkatnya inflasi dan pengangguran memaksa pemerintah bekerja sama dengan IMF dan melakukan negosiasi atas berbagai paket penyelamat yang ditawarkan IMF. Pada waktu ini, kesalahan

secara tidak langsung diarahkan pada buruknya praktik akuntansi dan rendahnya kualitas keterbukaan informasi (*transparency*).

Pendidikan Akuntansi di Indonesia.

Sejak berdirinya Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan Pendidik (IAI-KAPd) pada tahun 1996 yang diketuai oleh Prof. Dr. Zaki Baridwan, dan dilanjutkan dengan kepengurusan periode tahun 2002 – 2006 dengan ketua Prof. Dr. Mas'ud Machfudz, kualitas pendidikan akuntansi di Indonesia menjadi bahasan yang tidak ada putusnya. Usaha untuk mengembangkan pemikiran tentang solusi atas permasalahan pendidikan akuntansi di Indonesia berlanjut pada kepengurusan IAI-KAPd periode tahun 2006 -2008 yang diketuai oleh Prof. Dr. Ainun Na'im. Beberapa kegiatan telah dilakukan untuk merealisasikan pemikiran tersebut antara lain: Simposium Standar Kualitas Pendidikan Akuntansi, Lokakarya Nasional Kurikulum Akuntansi, Seminar Nasional Metode Pembelajaran, dan Evaluasi Kurikulum Pendidikan Profesi Akuntansi. Kegiatan-kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang berurutan untuk menemukan benang merah antar berbagai aspek dalam pendidikan akuntansi di Indonesia.

Tuntutan kualitas pendidikan akuntansi menjadi semakin besar seiring

keanggotaan IAI dalam *International Federation of Accountants (IFAC)*. Hal ini diwujudkan dengan salah satu program kerja IAI yaitu peningkatan peran IAI dalam pendidikan akuntansi nasional. Aktivitas yang berkaitan dengan pendidikan akuntansi mempunyai beberapa sasaran. Pertama, disusunnya rencana implementasi *Statements of Membership Obligation 2 (SMO2) IFAC: Education Standards for Professional Accountants and Other (EDCOM) Pronouncements* yang mengacu pada *International Education Standards (IES)*. Kedua, tersusunnya *blue print* pendidikan akuntansi meliputi seluruh jenjang pendidikan akuntansi. Ketiga, masuknya Ujian Sertifikasi Akuntan Publik (USAP) & Ujian Sertifikasi Akuntan Manajemen (USAM) sebagai jenjang sertifikasi. Keempat, meningkatnya jumlah penyelenggara dan mutu PPA. Kelima, peningkatan jumlah dan mutu penyelenggara pendidikan magister dan doktor akuntansi. Keenam, peningkatan peran serta IAI dalam pengembangan pendidikan akuntansi, khususnya menyangkut pencapaian standar kompetensi akuntansi pada semua jenjang pendidikan.

Dalam pengembangan *blue print* pendidikan akuntansi, beberapa isu sentral yang perlu dikaji adalah pertama, munculnya Undang-Undang Akuntan

Publik (UU-AP) dan diikuti dengan Undang-Undang Pelaporan Keuangan (saat sekarang masih merupakan perancangan draf RUU). Berkaitan dengan UU-AP, kompetensi akuntan yang dihasilkan oleh institusi pendidikan akuntansi akan semakin menjadi sorotan, terlebih pada sertifikasi profesi akuntan publik yang memungkinkan berasal dari lulusan program sarjana dan D IV bidang non akuntansi. Kedua, Badan Standar Nasional Pendidikan (BSNP, 2010) telah menyatakan perlunya suatu perombakan dalam pendidikan karena pergeseran kondisi lingkungan menuju *techno-culture* dan *techno-science*. Ini berarti perlunya suatu pergeseran paradigma pendidikan akuntansi dalam memenuhi tuntutan global, baik yang bersumber dari nilai-nilai global/universal maupun kebutuhan lokal yang bersumber dari nilai-nilai atau kearifan lokal. Ketiga, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan juga sedang intensif menerapkan pendidikan karakter dalam semua jenjang pendidikan.

Sebelum dikeluarkannya UU No. 34/1954 tentang gelar Akuntan, semua orang dapat menyatakan dirinya selaku akuntan dan memakai gelar akuntan. Dulu, orang yang lulusan dari fakultas Ekonomi Universitas Negeri gelarnya selain SE, mereka langsung dapat gelar Akt atau akuntan. Nah, bonus gelar ini jadi masalah bisa dikatakan membuat iri lulusan dari

universitas swasta yang statusnya tidak disamakan. Jadi, karena hal tersebut sekarang yang ingin mendapatkan gelar akuntan harus mengikuti pendidikan profesi akuntansi selama satu tahun dan mengikuti ujian yang diadakan oleh IAI.

Dalam rangka meningkatkan penguasaan akuntansi terhadap pengetahuan dan kompetensi teknis di bidang akuntansi, dan untuk menyongsong keterbukaan dalam era perdagangan bebas, maka IAI dengan dukungan Departemen Keuangan RI menyelenggarakan **Ujian Sertifikasi Akuntan Publik (USAP)**, dengan tujuan untuk menguji kemampuan akuntan untuk berpraktik sebagai Akuntan Publik.

Faktor Budaya

Faktor-faktor budaya memberikan pengaruh paling luas pada keinginan dan perilaku konsumen.

a. Budaya (*culture*)

Budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Budaya merupakan susunan nilai – nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari anggota suatu masyarakat dari keluarga dan institusi penting lainnya. Menemukan produk baru yang diinginkan konsumen dapat dilakukan dengan berusaha selalu

mencoba menemukan pergeseran budaya.

b. Sub kebudayaan

Sikap kebudayaan mengandung sub kebudayaan (*subculture*) yang lebih kecil, atau kelompok orang – orang yang mempunyai sistem nilai yang sama berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang sama. Subkebudayaan meliputi kewarganegaraan, agama, kelompok, ras, dan daerah geografis. Banyak sub kebudayaan yang membentuk segmen pasar penting, dan orang pemasaran seringkali merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

c. Kelas sosial (*social culture*)

Hampir setiap masyarakat memiliki beberapa bentuk struktur kelas sosial. Kelas-kelas sosial (*social classes*) adalah bagian-bagian masyarakat yang relatif permanen dan tersusun rapi yang anggota-anggotanya mempunyai nilai-nilai, kepentingan, dan perilaku yang sama. Kelas sosial tidak ditentukan oleh satu faktor saja, misalnya pendapatan, tetapi ditentukan sebagai suatu kombinasi pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kesejahteraan, dan

variabel lainnya. Dalam beberapa sistem sosial, anggota-anggota dan kelas-kelas yang berbeda menggunakan aturan-aturan tertentu dan tidak dapat mengubah posisi sosial masyarakat. Orang-orang dalam kelas sosial cenderung menunjukkan perilaku membeli yang serupa.

Dari hal-hal yang di atas dapat di definisikan bahwa faktor budaya sering terjadi di karnakan oleh individual dan sikap nilai-nilai dasar kehidupan, maka sering kali prilaku seseorang cendrung pada keinginan, satu kelompok, dan status tinggi. Ini lah yang menjiwai seseorang dalam memilih jurusan akuntansi.

Faktor Sosial

a. Kelompok acuan

Perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok (*group*) kecil. Kelompok secara langsung mempengaruhi dan dimiliki seseorang disebut kelompok keanggotaan (*membership groups*). Beberapa di antaranya adalah kelompok primer yang memiliki interaksi reguler tetapi informal – seperti keluarga, teman – teman, tetangga, dan rekan

sekerja. Beberapa di antaranya adalah kelompok sekunder, yang lebih formal dan memiliki lebih sedikit interaksi reguler. Kelompok sekunder ini mencakup organisasi – organisasi seperti kelompok keagamaan, asosiasi profesional, dan serikat buruh. Kelompok acuan (*reference group*) berfungsi sebagai titik banding / referensi langsung (tatap muka) atau tidak langsung yang membentuk sikap maupun perilaku seseorang. Kelompok acuan mengarahkan seseorang pada perilaku dan gaya hidup baru, mempengaruhi sikap dan konsep diri orang tersebut, dan memberikan dorongan untuk menyesuaikan diri sehingga akan mempengaruhi pilihan produk dan merek orang itu.

b. Keluarga

Anggota keluarga dapat sangat mempengaruhi perilaku pembeli. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat.

c. Peran dan status

Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat ditetapkan baik lewat perannya maupun statusnya dalam organisasinya. Peran (*role*) seseorang meliputi kegiatan-kegiatan yang diharapkan

dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada di sekitar individu tersebut. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Seseorang seringkali memilih produk yang menunjukkan status individu tersebut dalam masyarakat.

d. Individual

Sebagian pakar menganggap bahwa setiap perilaku kelompok, termasuk yang tergolong kekerasan seperti kasus kerusuhan Heydel yang dikemukakan dalam awal bab ini selalu berawal dari perilaku individual. Perilaku kekerasan yang dapat dilakukan oleh individu menurut kelompok pakar ini adalah agresivitas yang dilakukan oleh individu secara sendirian, baik secara spontan (tidak sengaja) maupun direncanakan, dan perilaku kekerasan yang dilakukan bersama orang lain.

Jika kita amati peristiwa perilaku individual, seperti minum minuman keras, menusuk suporter pihak lawan, melawan polisi, dan mengejek suporter lawan serta saling melempari suporter lawan (oleh sekelompok kecil orang)

(Sarwono, 2005: 208). Dalam faktor sosial sering kali mengacu pada pilihan yang berkaitan dengan orang lain jarang sekali memilih keputusan yang mendasari keinginan diri sendiri karna hanya melihat apa yang orang katakan dan hanya faktor individual saja yang memilih berdasarkan atas diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain. Itu lah dasar seseorang memilih jurusan akuntansi karna faktor sosial.

Faktor pribadi

a. Umur dan tahap siklus hidup

Seseorang mengubah barang dan jasa yang dibeli selama hidup orang tersebut. Selera terhadap makanan, pakaian, meubel, dan rekreasi seringkali berhubungan dengan usia. Pembelian juga dibentuk oleh tahap siklus hidup keluarga tahap-tahap yang mungkin dilalui keluarga sesuai dengan kedewasaan anggotanya.

b. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Orang pemasaran mencoba mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat yang rata-rata lebih tinggi pada barang dan jasa yang

- dihasilkan. Bahkan dapat berspesialisasi menghasilkan produk-produk yang dibutuhkan satu kelompok pekerjaan tertentu.
- c. Situasi ekonomi
Situasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produknya. Pemasar mengamati tren pendapatan, tabungan pribadi, dan tingkat bunga. Jika indikator-indikator ekonomi menunjukkan datangnya resesi, orang pemasaran dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, mereposisi, dan menetapkan kembali harga produk dengan cepat.
- d. Gaya hidup
Orang-orang yang berasal dari sub kebudayaan, kelas sosial, dan pekerjaan dapat memiliki gaya hidup yang cukup berbeda. Gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola kehidupan seseorang. Pemahaman kekuatan-kekuatan ini dengan mengukur dimensi-dimensi AIO utama konsumen – *activities* (pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, kegiatan sosial), *interest* (makanan, mode, keluarga, rekreasi), dan *opinions* (mengenai diri suatu individu, masalah-masalah sosial, bisnis, produk). Gaya hidup mencakup sesuatu

yang lebih dari sekedar kelas sosial ataupun kepribadian seseorang. Gaya hidup menampilkan pola perilaku seseorang dan interaksinya di dunia.

- e. Kepribadian dan konsep diri
Kepribadian tiap orang yang berbeda mempengaruhi perilaku membelinya. Kepribadian (*personality*) adalah karakteristik psikologis yang unik, yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan menetap (*lasting*) terhadap lingkungan seseorang. Kepribadian biasanya diuraikan berdasarkan sifat-sifat seseorang seperti kepercayaan diri, dominasi, kemampuan bersosialisasi, otonomi, mempertahankan diri, kemampuan beradaptasi, dan agresivitas. Kepribadian dapat berguna untuk menganalisis perilaku konsumen atas suatu produk maupun pilihan merek.

Faktor Psikologis

- a. Motivasi
Seseorang mempunyai kebutuhan pada suatu saat. Ada kebutuhan biologis, yang muncul dari keadaan yang memaksa seperti rasa lapar, haus, atau merasa tidak nyaman. Kebutuhan lainnya bersifat

psikologis, muncul dari kebutuhan untuk diakui, dihargai, ataupun rasa memiliki. Kebanyakan kebutuhan ini tidak akan cukup kuat untuk memotivasi orang tersebut untuk bertindak pada suatu waktu tertentu. Suatu kebutuhan akan menjadi motif apabila dirangsang sampai suatu tingkat intensitas yang mencukupi. Sebuah motif atau dorongan adalah kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk mengarahkan seseorang untuk mencari kepuasan. Adapun pengertian yang lain tentang motivasi adalah kondisi fisiologis dan psikologis yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk melakukan aktivitas tertentu guna mencapai suatu tujuan (kebutuhan) (Djaali, 2009 : 101).

b. Persepsi

Seseorang yang termotivasi siap untuk bertindak. Bagaimana cara seseorang bertindak dipengaruhi oleh persepsinya mengenai situasi tertentu. Dua orang dengan motivasi yang sama dan dalam situasi yang sama mungkin mengambil tindakan yang jauh berbeda karena dua orang tersebut memandang situasi secara berbeda. Adanya perbedaan

pandangan dari orang-orang untuk suatu situasi yang sama, dikarenakan semua orang belajar melalui arus informasi yang melewati lima alat indera : pelihat, pendengar, pencium, peraba, dan pengecap. Namun, masing-masing individu menerima, mengatur, dan menginterpretasikan informasi sensor syaraf ini dengan cara sendiri-sendiri. Persepsi (*perception*) adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia.

c. Pembelajaran

Ketika seseorang melakukan tindakan, orang tersebut belajar. Pembelajaran (*learning*) menggambarkan perubahan perilaku individu yang muncul karena pengalaman. Hampir semua perilaku manusia berasal dari belajar. Proses belajar berlangsung melalui *drive* (dorongan), *stimuli* (rangsangan), *clues* (petunjuk), *responses* (tanggapan), dan *reinforcement* (penguatan), yang saling mempengaruhi.

d. Keyakinan dan sikap

Dengan melakukan dan lewat pembelajaran, orang – orang mendapatkan keyakinan dan sikap.

Pada gilirannya, kedua hal ini mempengaruhi perilaku membeli orang - orang. Suatu keyakinan (*belief*) adalah pemikiran deskriptif seseorang mengenai sesuatu. Orang pemasaran tertarik pada keyakinan yang dirumuskan seseorang mengenai barang dan jasa tertentu, karena keyakinan ini menyusun citra produk yang mempengaruhi perilaku membeli. Orang-orang memiliki sikap terhadap agama, politik, pakaian, musik, makanan dan hampir setiap hal lainnya. Sikap (*attitude*) menggambarkan penilaian, perasaan, dan kecenderungan yang relatif konsisten dari seseorang atas sebuah obyek atau gagasan. Sikap menempatkan seseorang dalam suatu kerangka pemikiran mengenai suka atau tidak sukanya akan sesuatu, mendekati atau menjauhi sesuatu. Sikap sulit diubah. Sikap seseorang mengikuti suatu pola, dan untuk mengubah satu sikap saja mungkin memerlukan penyesuaian yang akan menyulitkan dengan sikap lainnya (Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principle Marketing*, Edisi 8, Jilid 1, Erlangga 2004 : 196).

e. Minat

Minat adalah rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya (Djaali, 2009 : 121).

Proses pembuatan Keputusan

Pembuatan Keputusan bukan merupakan tindakan tunggal yang terisolasi, melainkan merupakan tahapan berbentuk anyaman yang tidak dapat di pisahkan satu dengan yang lainnya. John Dewey (1910) mengajukan pandangan bahwa proses pemecahan masalah merupakan upaya menjawab pertanyaan dalam tiga fase berikut: (1). Masalah yang di hadapi, (2). Alternatif-alternatif yang dimiliki, (3). Alternatif yang terbaik.

Herbert A. Simon (2006), menawarkan model pemecahan masalah sebagai berikut:

1. Intelijen : pencarian informasi lingkungan internal dan eksternal;
2. Desain : penentuan dan analisis langkah-langkah;
3. Pilihan : memilih salah satu langkah untuk diimplementasikan, dengan pertimbangan langkah

tersebut paling efektif dalam mencapai tujuan pembuat keputusan.

Eilon (2006), menggambarkan proses pembuatan keputusan dalam delapan langkah berikut :

1. Masukan informasi
2. Analisis informasi yang tersedia;
3. Penentuan ukuran kinerja dan biaya;
4. Penciptaan model yang mewakili situasi keputusan;
5. Perumusan pilihan (strategi) yang tersedia bagi pembuat keputusan;
6. Perkiraan hasil dari setiap pilihan;
7. Penentuan kriteria dalam memilih pilihan yang tersedia;
8. Penetapan keputusan bagi situasi keputusan yang di hadapi.

Model yang ditawarkan baik oleh Simon maupun Eilon memberikan kerangka kerja dalam proses pembuatan keputusan, langkah-langkah tersebut perlu dipahami sebelum melakukan pembuatan keputusan. Langkah ini dapat dilakukan dengan urutan yang berbeda dan seringkali tidak selesai dalam satu siklus, melainkan merupakan interaksi yang dilakukan hingga tercapai tujuan yang diinginkan pembuatan keputusan.

Pengembangan Hipotesis

H0₁ : Diduga faktor budaya tidak berpengaruh secara signifikan

terhadap pemilihan jurusan akuntansi

Ha₁ : Diduga faktor budaya berpengaruh secara signifikan terhadap pemilihan jurusan akuntansi

H0₂ : Diduga faktor sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pemilihan jurusan akuntansi

Ha₂ : Diduga faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap pemilihan jurusan akuntansi

H0₃ : Diduga faktor pribadi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pemilihan jurusan akuntansi

Ha₃ : Diduga faktor pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap pemilihan jurusan akuntansi

H0₄ : Diduga faktor psikologis tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pemilihan jurusan akuntansi

Ha₄ : Diduga faktor psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap pemilihan jurusan akuntansi

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survey untuk mendapatkan data primer. Data primer diperoleh dengan cara memberikan kuesioner secara langsung kepada responden yang bersangkutan, serta memberikan penjelasan secara singkat sebelum responden menjawab pertanyaan dalam kuesioner. Responden yang diminta kesediaan untuk mengisi kuesioner adalah mahasiswa fakultas ekonomi program studi akuntansi pada Universitas Budi Luhur Jakarta.

Objek penelitian ini terdiri dari variabel dependen Pemilihan Jurusan Akuntansi (Y) dan variabel independen yang terdiri dari empat variabel yaitu budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan psikologis (X_4). Untuk mengungkapkan permasalahan dalam penelitian ini digunakan bukti empirik. Penelitian ini sebagai sampel respondennya adalah mahasiswa fakultas ekonomi program studi akuntansi pada Universitas Budi Luhur Jakarta sebagai unit pengamatan dan sebagai unit analisis. Data penelitiannya dikumpulkan melalui survey dengan pengisian kuesioner sebagai data primer dari variabel dependen Pemilihan Jurusan Akuntansi (Y) dan variabel independen yang terdiri dari empat variabel yaitu budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan psikologis (X_4). Data yang terkumpul dari kuesioner

diolah dan dianalisis untuk menentukan bagaimana pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap Pemilihan jurusan akuntansi.

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Pengukuran operasional merupakan penjelasan pengertian teoritis variabel sehingga dapat diamati dan diukur dalam menganalisis data yang telah dikumpulkan oleh penulis. Dalam melakukan analisis dibutuhkan beberapa variabel penelitian. Variabel merupakan segala sesuatu yang menjadi objek pengamatan dalam penelitian yang merupakan suatu konsep yang mempunyai variasi nilai, sesuai dengan identifikasi yang akan dikaji dan model yang disusun dalam tinjauan literatur maka operasional variabel yang digunakan yaitu:

Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang dianggap berpengaruh terhadap variabel yang lain. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari variabel budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Menggunakan 5 skala *likert* sebagai berikut: 1 = sangat tidak setuju; 2 = tidak setuju; 3 = kurang setuju; 4 = setuju; 5 = sangat setuju.

Variabel Dependen (Y)

Variabel yang tergantung atau dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pemilihan jurusan akuntansi (Y).

Populasi Penelitian

Pada penelitian ini, tidak semua populasi obyek yang diteliti. Penentuan populasi secara *area probability sampling* dengan mempertimbangkan kemungkinan tingkat respon yang akan diperoleh, mengingat kegiatan belajar mengajar dan singkatnya waktu penelitian. Jadi populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi program studi akuntansi pada Universitas Budi Luhur Jakarta.

Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi program studi akuntansi tahun 2012/2013 pada Universitas Budi Luhur Jakarta. Jenis data yang digunakan adalah data primer yaitu teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner responden.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu : (1) Data primer, merupakan data yang dikumpulkan atau berhubungan langsung dengan penelitian yang sedang

dilakukan; (2) Data sekunder, merupakan data yang dijadikan sebagai pendukung data primer. Data ini diperoleh melalui literatur yang dimaksudkan untuk memperoleh landasan teoritis.

Dalam rangka memperoleh, mengumpulkan dan menyusun data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan langkah-langkah sebagai berikut : (1) Penelitian Lapangan (*Field Research*), adalah peninjauan langsung pada auditor independen yang dijadikan sampel untuk memperoleh data primer. Data primer ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner, yaitu memperoleh data dengan menggunakan daftar pernyataan mengenai budaya, sosial, pribadi, psikologis dan jurusan akuntansi; (2) Penelitian Kepustakaan (*Library Research*), penggunaan studi kepustakaan adalah untuk memperoleh data sekunder yang berguna sebagai pedoman teoritis pada saat penelitian lapangan, dan untuk mendukung serta menganalisis data. Data ini diperoleh dari buku-buku wajib (*text book*), jurnal ilmiah dan buku-buku pelengkap (*references*).

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r-hitung dengan r-tabel (0,381). Berdasarkan pengujian

tersebut, maka diperoleh hasil bahwa semua variabel memiliki r-hitung (nilai dari *Corrected Item -Total Correlation*) > dari r-tabel (0,381). Sehingga semua variabel dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas semua variabel pada penelitian ini menunjukkan tabel *Reliability Statistic* yang menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan--pernyataan dalam variabel yang terdapat pada penelitian ini *reliable*.

Hasil Uji secara Parsial

Untuk melihat pengaruh budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan psikologis (X_4) terhadap pemilihan jurusan akuntansi (Y) secara parsial atau sendiri-sendiri dilakukan dengan melihat tabel koefisien dan membandingkan besarnya *p-value* pada kolom *sig* < *level of significant* (α) sebesar 0,05.

Hipotesa yang disajikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H_0 : Tidak ada pengaruh antara X_i terhadap pemilihan jurusan akuntansi (Y)

H_a : Terdapat pengaruh antara X_i terhadap pemilihan jurusan akuntansi (Y)

Uraian diatas dapat dilihat pada tabel koefisien pada Tabel Koefisien. Dari tabel koefisien dapat diperoleh kesimpulan

Tabel Koefisien Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24.911	16.438		1.515	.137
Budaya	.098	.129	.096	.755	.454
Sosial	.452	.116	.506	3.880	.000
Pribadi	.082	.149	.087	.550	.585
Psikologis	.200	.130	.215	1.539	.131

a. Dependent Variable: Jurusan_Akuntansi
Sumber : Output SPSS (2013)

budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan psikologis (X_4) terhadap pemilihan jurusan akuntansi (Y) secara parsial atau sendiri-sendiri memiliki pengaruh, karena *p-value* pada kolom *sig* < *level of significant* (α) sebesar 0,05. Artinya terdapat pengaruh antara budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan psikologis (X_4) terhadap pemilihan jurusan akuntansi (Y) secara parsial. Besarnya pengaruh dapat diketahui dengan melihat angka pada tabel koefisien kolom beta (*Unstandardized Coefficients*). Dari output tersebut dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 24.911 + 0.098X_1 + 0.452X_2 + 0.082X_3 + 0.200X_4$$

Uji Hipotesa I (Budaya berpengaruh terhadap Pemilihan Jurusan Akuntansi)

Jika *sig* 0.000 < 0.005 *level of significant* (α), maka $H_0 = 0$ ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan Tabel koefisien, faktor budaya memiliki nilai *p-value* pada

kolom sig 0.454 > 0.05 *level of significant (a)*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor budaya (X_1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Uji Hipotesa II (Sosial berpengaruh terhadap Pemilihan Jurusan Akuntansi)

Jika sig 0.000 < 0.005 *level of significant (a)*, maka $H_0 = 0$ ditolak dan H_2 diterima. Berdasarkan Tabel Koefisien, faktor sosial memiliki nilai p-value pada kolom sig 0.000 < 0.05 *level of significant (a)*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor sosial (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Uji Hipotesa III (Pribadi berpengaruh terhadap Pemilihan Jurusan Akuntansi)

Jika sig 0.000 < 0.005 *level of significant (a)*, maka $H_0 = 0$ ditolak dan H_3 diterima. Berdasarkan Tabel Koefisien, faktor pribadi memiliki nilai p-value pada kolom sig 0.585 > 0.05 *level of significant (a)*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor pribadi (X_3) secara parsial tidak berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Uji Hipotesa IV (Psikologis berpengaruh terhadap Pemilihan Jurusan Akuntansi)

Jika sig 0.000 < 0.005 *level of significant (a)*, maka $H_0 = 0$ ditolak dan H_4 diterima. Berdasarkan Tabel Koefisien, faktor psikologis memiliki nilai p-value pada kolom sig 0.131 > 0.05 *level of significant (a)*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor psikologis (X_4) secara parsial tidak berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Hasil Uji secara Simultan

Dari uji ANOVA, uji hipotesis tentang pengaruh variabel budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara simultan dilakukan dengan cara melihat besarnya p-value pada kolom sig dengan *level of significant (a)* sebesar 0.05 dengan kriteria penerimaan dan penolakan. Jika sig 0.000 < 0.005 *level of significant (a)*, maka $H_0 = 0$ ditolak dan H_1 diterima.

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	15717.581	4	3929.395	17.336	.000 ^a
Residual	10199.781	4	226.662		
Total	25917.361	5			
		4			
		9			

a. Predictors: (Constant), Psikologis, Budaya, Sosial, Pribadi

b. Dependent Variable: Jurusan_Akuntansi

Sumber : Output SPSS (2013)

Berdasarkan perhitungan pada tabel ANOVA menunjukkan angka signifikansi (sig) sebesar $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya adanya hubungan linier antara budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap pemilihan jurusan akuntansi.

Untuk menguji pengaruh budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan psikologis (X_4) terhadap pemilihan jurusan akuntansi (Y) secara gabungan dapat dilakukan dengan melihat tabel *model summary* pada Tabel Model Summary.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 ^a	.606	.571	15.05529

a. Predictors : (Constant), Psikologis, Budaya, Sosial, Pribadi

b. Dependent Variable : Jurusan_Akuntansi

Sumber : Output SPSS (2013)

Nilai *Adjusted R*² adalah 0.571. Hal ini berarti sebesar 57.1% variasi variabel dependen pemilihan jurusan akuntansi pada mahasiswa akuntansi Fakultas Ekonomi Tahun Ajaran 2012/2013 dapat dijelaskan oleh variasi variabel dari keempat variabel independen yaitu budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Sedangkan sisanya, yaitu sebesar 42.9% dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh kesimpulan bahwa hipotesis 1, 3, dan 4 ditolak yaitu bahwa faktor budaya, pribadi dan psikologis tidak berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Tahun Ajaran 2012/2013. Sedangkan hipotesis 2 diterima yaitu bahwa faktor social berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Tahun Ajaran 2012/2013.

Dari hasil perhitungan uji nilai F dapat diambil kesimpulan bahwa secara serentak, seluruh variable independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap pemilihan jurusan akuntansi dengan kemampuan menjelaskan terhadap variable dependen sebesar 57,1%. Hal ini berarti masih terdapat variable-variabel independen lainnya yang dapat menjelaskan variable pemilihan jurusan akuntansi yaitu sebesar 42,9%.

DAFTAR PUSTAKA

Kumalasari, et.al., 2010, "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Pemilihan Jurusan Dengan Metode Analaisis Komponen Utama Berbasis Komputer", Jurnal Mat Stat, Vol 10 No.01 Januari 2010

Meryna Cardina, 2005, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi Administrasi Di Universitas Negeri Semarang", Digilib UNNES

Sri Lestari, 2010, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Siswa Terhadap Pemilihan Program Studi Pendidikan Kewarganegaraan UNNES", Digilib UNNES

Ety Rochaety, Ratih Tresnati, Abdul Majid Latief., 2007, "Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS", Jakarta Mitra Wacana Media

Priyatno, Duwi, 2009, "SPSS Untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate", Gava Medika

Widarjono, Agus, 2010, "Analisis Statistika Multivariat Terapan", UPP STIM YKPN

Muzammil, et.al, 2011, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Memilih Program Studi Akuntansi Universitas Terbuka"

