



PENGARUH PENGALAMAN MAGANG TERHADAP PEMILIHAN AWAL KARIR SEBAGAI AKUNTAN PUBLIK

Irfani Mutia

Politeknik Negeri Padang

Anda Dwiharyadi

Politeknik Negeri Padang

Sukartini

Politeknik Negeri Padang

Alamat: Kampus Limau Manis, Limau Manis, Pauh, Kota Padang, Sumatra Barat

Korespondensi penulis: irfanimutia409@gmail.com

Abstrak. *The purpose of this research is to determine the influence of internship experience on initial career choices as a public accountant from the perspective of Schmitt's experiential marketing theory. The data used in this research is primary data obtained from questionnaires distributed to respondents. To test the research hypothesis, multiple linear regression analysis was carried out using STATA version 17. The results of the study showed that sensory experience, affective experience and physical experience had no influence on the initial choice of career as a public accountant, while cognitive-creative experience and relationship experience had an influence on the choice. . early career as a public accountant. Simultaneously, the variables of sensory experience, affective experience, physical experience, cognitive-creative experience and relationship experience influence the initial career choice as a public accountant.*
Keywords: *Initial career selection as a public accountant, internship experience, , Schmitt's experiential marketing theory*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengalaman magang terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik dari sudut pandang teori *experiential marketing schmitt*. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari kuisioner yang disebarkan kepada responden. Untuk menguji hipotesis penelitian, dilakukan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan STATA versi 17. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman sensorik, pengalaman afektif, dan pengalaman fisik tidak berpengaruh terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik sedangkan, pengalaman kognitif - kreatif dan pengalaman relasi berpengaruh terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik. Secara simultan variabel pengalaman sensorik, pengalaman afektif, pengalaman fisik, pengalaman kognitif - kreatif dan pengalaman relasi berpengaruh terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik

Kata Kunci: Pemilihan awal karir sebagai akuntan publik, Pengalaman magang, teori *experiential marketing schmitt*

PENDAHULUAN

Masyarakat luas mempercayai akuntan untuk memberikan komentar atas laporan keuangan suatu perusahaan. Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI) mengatakan ada krisis bagi Akuntan di Indonesia. Jumlah perusahaan Indonesia yang mengajukan SPT berdasarkan data wajib pajak adalah 700.000, di mana hanya 30.000 yang menggunakan audit eksternal (Ananti, 2019)

Pada 2022 jumlah akuntan publik menurut kemenkeu RI (Kementerian Keuangan Republik Indonesia) sebanyak 1.448 orang, berkurang sebanyak 2 orang dibandingkan dengan tahun 2021 sebanyak 1.450 orang. Sedangkan, Indonesia memiliki penduduk sebanyak 267 juta jiwa yang

setiap tahunnya memiliki peningkatan yang drastis. Perbandingan jumlah penduduk usia produktif sebanyak 183 juta jiwa, dengan akuntan publik yang tersedia sangat sedikit sekali.

Instrumen dalam karier akuntan publik dan para akademisi dalam menghadapi masalah ini berupaya besar terhadap kurangnya daya tarik menjadi akuntan publik dikawasan akuntansi sendiri. Keputusan mahasiswa timbul saat menentukan pilihan melanjutkan kariernya dimulai dari orang tua dan keluarga terdekat atau pengalaman kerja (magang) yang pernah dilalui. Para mahasiswa selepas menyelesaikan pendidikannya dalam menyiapkan karier pada masa depan mempunyai aspek-aspek yang dapat memengaruhi minat dan tindakan dalam memilih karier.

Melalui pengalaman magang, mahasiswa diharapkan memiliki tingkat kompetensi tertentu, yaitu keterampilan, etos kerja dan tingkat pengetahuan yang sesuai dengan tuntutan dunia kerja serta memberikan pengakuan dan penghargaan terhadap pengalaman kerja sebagai bagian dari proses pendidikan (Suyanto et al., 2019). Kegiatan pengalaman magang memberikan pelatihan sesuai penugasan keahlian di bidang masing-masing yang bertujuan untuk memperkenalkan dan menumbuhkan kemampuan dalam dunia kerja nyata (Muhammad & Mustari, 2021). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Borgia menunjukkan bahwa individu dengan latar belakang pendidikan yang sama ditambah pengalaman magang profesional akan mendapatkan tawaran pekerjaan yang lebih luas dan dipromosikan lebih awal dibandingkan dengan mereka yang tidak memiliki pengalaman magang (Borgia, 2014).

Seperti yang dilakukan mahasiswa semester akhir, khususnya mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Padang yang mendapatkan pendidikan perkuliahan formal, melakukan praktik magang merupakan salah satu bentuk pelatihan kompetensi profesional yang memadukan antara pendidikan perkuliahan jurusan dan program penguasaan keahlian yang diperoleh melalui kegiatan kerja langsung di lapangan.

Pada saat melaksanakan praktik kerja lapangan atau magang pasti akan muncul ketertarikan untuk berkarir, baik yang magang pada kantor akuntan publik (KAP) ataupun pada kantor lainnya. Untuk mahasiswa yang magang di kantor akuntan publik (KAP) juga tidak semuanya ingin melanjutkan berkarir disana. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti pekerjaan yang terlalu berat, tekanan pekerjaan, dan sebagainya. Selain faktor tersebut, juga ada yang tetap berminat melanjutkan karir di kantor akuntan publik (KAP) karna merasa nyaman dengan pekerjaan dan lingkungannya, namun ada juga yang tetap melanjutkan karir di kantor akuntan publik (KAP) hanya untuk memulai awal karir sebelum mendapatkan pekerjaan yang diinginkan.

Hasil penelitian (SAMSURI et al., 2016) menemukan bahwa mahasiswa memiliki keyakinan kuat untuk menjadi akuntan profesional yang akan memberikan kesempatan kerja diikuti dengan keamanan kerja, lingkungan yang menantang dan dinamis, status sosial yang tinggi

membangun masa depan yang baik. Keyakinan tersebut akan membawa motivasi bagi mahasiswa menuju seorang akuntan profesional.

Pengalaman magang sebagai indikator terkait psikologi individu mengacu pada teori Experiential Marketing Schmitt yang terbagi menjadi lima aspek pengalaman, experiential marketing merupakan cara untuk menciptakan pengalaman melalui panca indera (*sense*), menciptakan pengalaman afektif (*feel*), menciptakan pengalaman berpikir secara kreatif (*think*), menciptakan pengalaman pelanggan dengan perilaku dan gaya hidup serta dengan pengalaman lainnya sebagai hasil dari interaksi dengan orang lain (*act*), menciptakan pengalaman yang terhubung dengan keadaan sosial, gaya hidup, dan budaya yang merupakan pengembangan dari sensations, feelings, cognitions dan actions (*relate*) (Chen et al., 2008).

Sense (Indra/sensorik) Sense adalah usaha untuk menciptakan pengalaman yang berkaitan dengan panca indera melalui penglihatan, suara, sentuhan, rasa dan bau (Dharmayanti, 2019). Bertujuan untuk mengukur sejauh mana pengalaman magang merangsang indera misalnya, lingkungan kerja yang menarik, penggunaan teknologi yang canggih, atau fasilitas kantor yang nyaman.

Feel (Perasaan) merupakan strategi dan implementasi untuk memberikan pengaruh merek kepada konsumen melalui komunikasi (iklan), produk (kemasan dan isinya), identitas produk (co-branding), lingkungan, websites, orang yang menawarkan produk (Dharmayanti, 2019). Bertujuan untuk mengukur emosional, ini bisa meliputi rasa kebahagiaan, kepuasan, atau stres yang dialami selama magang.

Think (Pemikiran) dilakukan untuk mendorong konsumen sehingga tertarik dan berpikir secara kreatif sehingga mungkin dapat menghasilkan evaluasi kembali mengenai perusahaan dan merek tersebut. Pengalaman ini lebih mengacu pada masa depan, fokus, nilai, kualitas dan perkembangan, serta dapat ditampilkan melalui hal-hal yang memberi inspirasi, teknologi dan kejutan (Dharmayanti, 2019). Bertujuan untuk mengukur sejauh mana magang tersebut menstimulasi pemikiran kreatif dan intelektual, ini bisa mencakup tantangan intelektual, peluang untuk problem solving, dan pembelajaran baru.

Act (Tindakan) merupakan upaya untuk menciptakan pengalaman konsumen yang berhubungan dengan tubuh secara fisik, pola perilaku, dan gaya hidup dalam jangka panjang, berdasarkan pengalaman yang terjadi dari interaksi dengan orang lain. Di mana gaya hidup sendiri merupakan pola perilaku individu dalam hidup yang direfleksikan dalam tindakan, minat dan pendapat (Dharmayanti, 2019). Bertujuan untuk mengukur dampak pengalaman magang terhadap perilaku dan gaya hidup, ini bisa mencakup pengembangan keterampilan praktis, perubahan dalam rutinitas harian, atau adopsi perilaku profesional.

Relate (Relasi) merupakan gabungan dari keempat aspek Experiential Marketing, yaitu: sense, feel, think dan act. Pengalaman identitas sosial ditunjukkan melalui hubungan dengan orang lain, kelompok lain (misalnya pekerjaan, gaya hidup) atau komunitas sosial yang lebih luas dan abstrak (misalnya negara, masyarakat, budaya) (Dharmayanti, 2019). Bertujuan untuk mengukur bagaimana magang tersebut membantu membangun hubungan sosial dan aspirasi pribadi. Ini bisa meliputi interaksi dengan mentor, jaringan profesional, dan keterlibatan dalam komunitas profesional.

KAJIAN TEORI

Theory Experiential Marketing Schmitt

Pengalaman magang sebagai indikator terkait psikologi individu mengacu pada teori *Experiential Marketing Schmitt* yang terbagi menjadi lima aspek pengalaman (Chen et al., 2008). *Experiential marketing* merupakan cara untuk menciptakan pengalaman melalui panca indera (*sense*), menciptakan pengalaman afektif (*feel*), menciptakan pengalaman berpikir secara kreatif (*think*), menciptakan pengalaman pelanggan dengan perilaku dan gaya hidup serta dengan pengalaman lainnya sebagai hasil dari interaksi dengan lingkungan (*act*), menciptakan pengalaman yang terhubung dengan keadaan sosial, gaya hidup, dan budaya yang merupakan pengembangan dari sensations, feelings, cognitions dan actions (*relate*) (Bernd Schmitt, 2015).

Pengalaman magang

Pengetahuan atau keahlian yang diperoleh dari suatu peristiwa melalui pengamatan langsung maupun berpartisipasi dalam peristiwa tersebut (Anggriawan, 2014). Tujuan magang yang termasuk dalam konsep Pengembangan Sumber Daya Manusia adalah untuk memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempraktekkan keterampilan manajemen dalam situasi lapangan nyata dan kemampuan untuk mendekati dan menjembatani persiapan peserta untuk terjun ke bidang pekerjaannya setelah program pelatihan berupa latihan mengajar bersifat akademik ataupun non akademik (Pratiwi, 2013).

Pengukuran Pengalaman Sensorik (*sense*)

Sense berusaha untuk memberikan kenikmatan atau kegembiraan estetika kepada konsumen dengan membangkitkan pengalaman sensorik melalui penglihatan, suara, sentuhan, rasa, dan penciuman. Untuk membuat kesan pertama yang baik pada konsumen, pemasar harus fokus pada kualitas, gaya, dan tema penting. Ini menimbulkan tantangan organisasi untuk menghubungkan aturan yang menjaga konsistensi dengan fleksibilitas dan variasi (Dharmayanti, 2019).

Pengukuran Pengalaman Afektif (*feel*)

Feel terkait dengan perasaan dan emosi batin konsumen, dan berusaha untuk menghasilkan pengalaman afektif yang dapat menciptakan rasa kebanggaan dan kegembiraan yang lemah hingga suasana hati yang kuat terkait dengan perusahaan. Komunikasi dapat mempengaruhi perasaan yang dialami oleh konsumen, sehingga konteks konsumsi sangat penting dalam *feel*. Pemasar harus menyadari bagaimana merangsang perasaan konsumen sehingga dapat membuat mereka merasa baik, senang atau bahagia dan dapat menciptakan hubungan emosional yang kuat antara perusahaan dan konsumen (Dharmayanti, 2019).

Pengukuran Pengalaman Fisik (*Act*)

Act ini bertujuan untuk menawarkan pengalaman kepada konsumen terkait dengan kesehatan fisik mereka, pola perilaku yang bertahan lama, dan gaya hidup yang terhubung secara sosial. Tindakan melampaui ranah persepsi, pengaruh, dan pemikiran. Mengenai pengalaman fisiologis, *act* itu kadang-kadang mungkin dilakukan sendiri, tetapi juga dapat menghasilkan minat publik yang signifikan (Dharmayanti, 2019).

Pengukuran Pengalaman Kognitif-kreatif (*Think*)

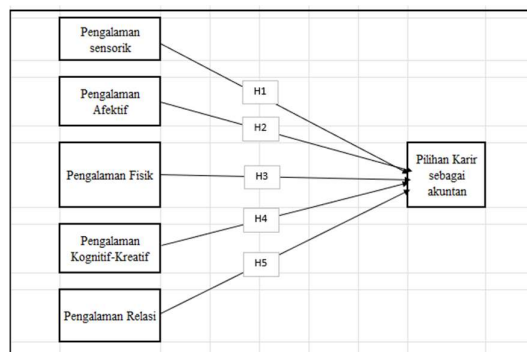
Tujuan *think* adalah untuk merangsang pemikiran orisinal konsumen. Oleh karena itu, pemasar dapat menggunakan strategi pemasaran yang terarah dan asosiatif. Rasa terkejut harus diciptakan dalam beberapa cara, apakah itu secara visual, audio, atau filosofis, agar pemikiran pemasaran berhasil dalam penerapannya. Kejutan positif dalam *think* juga diperlukan. Dengan kata lain, konsumen menerima lebih banyak dari apa yang mereka inginkan, lebih menyenangkan daripada yang mereka harapkan, atau sesuatu yang tidak terduga, tetapi itu masih membuat mereka bahagia. Hal ini dapat merangsang minat konsumen. Provokasi berpotensi memicu perdebatan dan konflik jika dilakukan dengan tidak hormat dan agresif sehingga provokasi juga bisa menjadi berbahaya (Dharmayanti, 2019).

Pengukuran Pengalaman Relasi (*Relate*)

Dengan menghubungkan individu ke konteks sosial dan budaya yang lebih besar dalam suatu perusahaan, *relate* mampu melampaui sensasi, perasaan, kognisi, dan perilaku pribadi individu tersebut. Hubungan dengan orang lain, kelompok sosial (seperti yang didasarkan pada pekerjaan, kebangsaan, atau cara hidup), atau entitas sosial yang lebih umum dan abstrak seperti negara, masyarakat, atau budaya itu semua berhubungan dengan *relate*. Ketika konsumen berhubungan satu sama lain, mereka mengembangkan rasa komunitas di sekitar perusahaan, yang mengarahkan mereka untuk melihat perusahaan sebagai pusat organisasi sosial dan mengambil peran pemasaran mereka sendiri (Dharmayanti, 2019).

KERANGKA BERPIKIR

Berikut adalah kerangka berpikir penelitian untuk mengetahui pengaruh pengalaman sensorik (X1), pengalaman afektif (X2), Pengalaman Fisik (X3), pengalaman kognitif – kreatif (X4), dan pengalaman relasi (X5) terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik (Y) :



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh pengalaman sensorik terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik

Persepsi merupakan salah satu contoh pengalaman sensorik. Persepsi adalah proses di mana kita menginterpretasikan dan memahami informasi yang diterima melalui panca indera kita. Ini melibatkan pengenalan, pengorganisasian, dan interpretasi rangsangan sensorik yang datang dari lingkungan kita. (Cahya & Erawati, 2021) dan (Aditya & Hasibuan, 2020) meneliti bahwa “persepsi berpengaruh terhadap minat karir menjadi akuntan publik” sedangkan (Herry et al., 2016) menyatakan bahwa “Persepsi mahasiswa akuntansi mengenai lingkungan kerja auditor tidak berpengaruh terhadap pilihan karir sebagai auditor”.

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1: Pengalaman sensorik berpengaruh terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik bagi fresh graduate akuntansi Politeknik Negeri Padang.

Pengaruh pengalaman afektif terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik

Motivasi merupakan salah satu contoh pengalaman afektif. Pengalaman afektif mencakup berbagai perasaan dan emosi yang dialami seseorang, termasuk motivasi. Motivasi sering kali didorong oleh emosi dan perasaan tertentu, seperti keinginan untuk mencapai tujuan, rasa puas saat berhasil, atau rasa takut akan kegagalan. Emosi-emosi ini mempengaruhi tingkat motivasi seseorang dan dapat mendorong mereka untuk bertindak atau mencapai sesuatu. (Rahma & Murdiansyah, 2023) dan (Rachmadiyanti et al., 2023) meneliti bahwa “motivasi berpengaruh signifikan terhadap pilihan berkarir sebagai akuntan public”. Namun (Sufiyati, 2019) menyatakan bahwa “Motivasi diri tidak berpengaruh terhadap pemilihan karir mahasiswa sebagai akuntan publik”.

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2: Pengalaman afektif berpengaruh terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik bagi fresh graduate akuntansi Politeknik Negeri Padang.

Pengaruh pengalaman fisik terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik

Lingkungan kerja bisa dianggap sebagai salah satu contoh pengalaman fisik, karena mencakup aspek-aspek fisik yang langsung mempengaruhi individu, seperti tata letak kantor, kebersihan, kebisingan, suhu ruangan, pencahayaan, dan peralatan kerja. Aspek-aspek ini dapat mempengaruhi kenyamanan, produktivitas, dan kesejahteraan karyawan. (Viriany & Wirianata, 2022) dan (Asmoro et al., 2016) menyatakan bahwa “lingkungan kerja memiliki pengaruh signifikan, yang artinya merupakan faktor yang mempengaruhi pilihan karir sebagai akuntan publik”. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Sufiyati, 2019) yang menyatakan bahwa “lingkungan kerja , tidak berpengaruh terhadap pemilihan karir mahasiswa sebagai akuntan publik”.

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3: Pengalaman fisik berpengaruh terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik bagi fresh graduate akuntansi Politeknik Negeri Padang.

Pengaruh pengalaman kognitif - kreatif terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik

Pelatihan professional termasuk sebagai salah satu contoh pengalaman kognitif-kreatif, karena pelatihan tersebut melibatkan proses belajar yang mendalam, pemecahan masalah, inovasi, dan pengembangan kemampuan berpikir kreatif. (Viriany & Wirianata, 2022) menyatakan bahwa “pelatihan professional memiliki pengaruh signifikan, yang artinya merupakan faktor yang mempengaruhi pilihan karir sebagai akuntan publik”.

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4: Pengalaman kognitif - kreatif berpengaruh terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik bagi fresh graduate akuntansi Politeknik Negeri Padang.

Pengaruh pengalaman relasi terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik

Pengakuan profesional adalah salah satu contoh pengalaman relasi karena melibatkan interaksi sosial dan pengakuan dari orang lain di lingkungan kerja atau komunitas profesional. Pengakuan ini tidak hanya mempengaruhi individu yang menerimanya tetapi juga berkontribusi pada dinamika hubungan interpersonal dan budaya organisasi. (Asmoro et al., 2016) menyatakan bahwa “pengakuan professional berpengaruh signifikan terhadap Minat mahasiswa dalam pemilihan karir sebagai akuntan publik”.

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H5: Pengalaman relasi berpengaruh terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik bagi fresh graduate akuntansi Politeknik Negeri Padang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan populasinya adalah *fresh graduate* Diploma Tiga dan Sarjana Terapan akuntansi Politeknik Negeri Padang tahun 2022 dan 2023 yang sudah melaksanakan magang pada Kantor Akuntan Publik. Pada penelitian ini menggunakan sampel purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel. Dalam hal ini data primer yang diperoleh peneliti bersumber dari penyebaran kuesioner atau angket menggunakan *Google Form* kepada narasumber, yaitu *fresh graduate* akuntansi Politeknik Negeri Padang. Penelitian ini menggunakan uji analisis validitas dan reliabilitas, uji ketepatan model dan juga uji hipotesis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah menyebarkan kuisisioner kepada responden jumlah kuisisioner yang kembali adalah 76 jawaban kuisisioner, dimana 8 diantaranya merupakan data outlier yang langsung dikeluarkan sebelum melakukan pengujian karena mempengaruhi rata rata jawaban responden lainnya, Jadi, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 68 orang yang merupakan alumni 2022 dan 2023 Politeknik Negeri Padang dari jurusan Akuntansi yang telah melakukan praktik magang di kantor akuntan publik.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Untuk mengukur validitas kuesioner yang diberikan kepada responden maka dilakukan uji validitas. Item pernyataan dikatakan valid apabila $r \text{ hitung} > r \text{ table}$. Hasil uji validitas dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4. 1 Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pengalaman Sensorik (X1)	1	0,4568	0,2387	Valid
	2	0,7000	0,2387	Valid
	3	0,7094	0,2387	Valid
	4	0,7323	0,2387	Valid
	5	0,7469	0,2387	Valid
	6	0,7600	0,2387	Valid

Pengalaman Afektif (X2)	7	0,6917	0,2387	Valid
	8	0,8837	0,2387	Valid
	9	0,8470	0,2387	Valid
	10	0,8531	0,2387	Valid
Pengalaman Fisik (X3)	11	0,8218	0,2387	Valid
	12	0,8677	0,2387	Valid
	13	0,8599	0,2387	Valid
	14	0,8375	0,2387	Valid
	15	0,7763	0,2387	Valid
	16	0,8227	0,2387	Valid
Pengalaman Kognitif- kreatif (X4)	17	0,8292	0,2387	Valid
	18	0,8041	0,2387	Valid
	19	0,8223	0,2387	Valid
	20	0,7552	0,2387	Valid
Pengalaman Relasi (X5)	21	0,8230	0,2387	Valid
	22	0,8655	0,2387	Valid
	23	0,9026	0,2387	Valid
	24	0,6812	0,2387	Valid
Pemilihan karir sebagai akuntan publik (Y)	25	0,7624	0,2387	Valid
	26	0,8617	0,2387	Valid
	27	0,7506	0,2387	Valid
	28	0,8610	0,2387	Valid
	29	0,8058	0,2387	Valid
	30	0,8274	0,2387	Valid
	31	0,8529	0,2387	Valid
	32	0,7263	0,2387	Valid
	33	0,8714	0,2387	Valid
	34	0,7943	0,2387	Valid

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu variabel dapat dilihat dari hasil Cronbach

CoefficientAlpha, dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach CoefficientAlpha > 0,60 (Mardiatmoko, 2020). Berikut tabel hasil uji reliabilitas pada dalam penelitian ini:

Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standar	Keterangan
Pengalaman Sensorik (X1)	0,68	0,6	Reliabel
Pengalaman Afektif (X2)	0,87	0,6	Reliabel
Pengalaman Fisik (X3)	0,91	0,6	Reliabel
Pengalaman Kognitif-kreatif (X4)	0,80	0,6	Reliabel
Pengalaman Relasi (X5)	0,84	0,6	Reliabel
Pemilihan karir sebagai akuntan publik (Y)	0,94	0,6	Reliabel

2. Uji Ketepatan Model

Uji F (Uji Simultan)

Jika Fhitung > Ftabel atau nilai Sig < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jika Fhitung < Ftabel atau nilai Sig > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan nilai signifikansi 0,05, nilai Ftabel yaitu 2,36. Berikut hasil uji F dalam penelitian ini:

. test x1 x2 x3 x4 x5			
(1)	x1 =	0	
(2)	x2 =	0	
(3)	x3 =	0	
(4)	x4 =	0	
(5)	x5 =	0	
F(5, 62) = 7.90			
Prob > F = 0.0000			

Gambar 4. 1 Uji Simultan

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai Fhitung sebesar 7,90 dan nilai Sig. adalah 0,000. Diketahui nilai Fhitung 7,90 > Ftabel 2,25 dan nilai Sig adalah 0,000 < 0,05. Maka H0 ditolak dan Ha diterima, yang artinya Pengalaman Sensorik (X1), Pengalaman Afektif (X2), Pengalaman Fisik (X3), Pengalaman Kognitif-kreatif (X4), Pengalaman Relasi (X5), secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Pemilihan karir sebagai akuntan publik (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada bagian R Square tabel model summary. Berikut hasil uji koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini:

. reg y x1 x2 x3 x4 x5					
Source	SS	df	MS	Number of obs	= 68
Model	913.298597	5	182.659719	F(5, 62)	= 7.90
Residual	1433.9367	62	23.1280112	Prob > F	= 0.0000
				R-squared	= 0.3891
				Adj R-squared	= 0.3398
Total	2347.23529	67	35.0333626	Root MSE	= 4.8092

Gambar 4. 2 Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada tabel diatas, diketahui nilai R-Square adalah 0,389. Nilai tersebut dapat diartikan variabel Pengalaman Sensorik (X1), Pengalaman Afektif (X2), Pengalaman Fisik (X3), Pengalaman Kognitif-kreatif (X4), Pengalaman Relasi (X5) mampu mempengaruhi Pemilihan karir sebagai akuntan publik (Y) sebesar 33,9%. Sisanya sebesar 61,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

3. Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk mengukur seberapa besar tingkat signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Apabila p value lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau variabel tersebut berpengaruh terhadap pemilihan karir sebagai akuntan publik. Apabila koefisien bertanda positif maka terdapat pengaruh positif pada variabel tersebut, dan apabila koefisien bertanda negatif maka terdapat pengaruh negatif pada variabel tersebut tersebut. Berikut dibawah ini hasil uji t yaitu:

Tabel 4. 3 Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien	T	P Value
Pengalaman Sensorik (X1)	0,3249	1,21	0,232
Pengalaman Afektif (X2)	-0,0767	-0,23	0,819
Pengalaman Fisik (X3)	-0,2379	-0,67	0,508
Pengalaman Kognitif-kreatif (X4)	1,1315	2,04	0,046
Pengalaman Relasi (X5)	1,2549	2,94	0,005

Pengalaman sensorik memiliki nilai p value sebesar 0,232. Artinya, p value $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman sensorik tidak berpengaruh terhadap pemilihan karir sebagai akuntan publik. Koefisien regresi variabel pengalaman sensorik bertanda positif sebesar

0,324 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% maka pemilihan karir sebagai akuntan publik akan meningkat sebesar 0,00324 dengan anggapan variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan. Dari penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 ditolak.

Pengalaman afektif memiliki nilai p value sebesar 0,819. Artinya, p value $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman afektif tidak berpengaruh terhadap pemilihan karir sebagai akuntan public. Koefisien regresi variabel pengalaman afektif bertanda negatif sebesar 0,076 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% maka pemilihan karir sebagai akuntan akan menurun sebesar 0,00076 dengan anggapan variabel lain konstan atau tidak mengalami perubahan. Dari penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 ditolak.

Pengalaman fisik memiliki nilai p value sebesar 0,508. Artinya, p value $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman fisik tidak berpengaruh terhadap pemilihan karir sebagai akuntan public. Koefisien regresi variabel pengalaman fisik bertanda negatif sebesar 0,237 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% maka pemilihan karir sebagai akuntan akan menurun sebesar 0,00237 dengan anggapan variabel lain konstan atau tidak mengalami perubahan. Dari penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 ditolak.

Pengalaman kognitif - kreatif memiliki nilai p value sebesar 0,046. Artinya, p value $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman kognitif – kreatif berpengaruh terhadap pemilihan karir sebagai akuntan public. Koefisien regresi variabel pengalaman kognitif – kreatif bertanda positif sebesar 1,131 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% maka pemilihan karir sebagai akuntan publik akan meningkat sebesar 0,01131 dengan anggapan variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan. Dari penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 diterima.

Pengalaman relasi memiliki nilai p value sebesar 0,005. Artinya, p value $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman relasi berpengaruh terhadap pemilihan karir sebagai akuntan public. Koefisien regresi variabel pengalaman relasi bertanda positif sebesar 1,254 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% maka pemilihan karir sebagai akuntan publik akan meningkat sebesar 0,01254 dengan anggapan variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan. Dari penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 diterima.

KESIMPULAN

Dengan melihat pembahasan hasil penelitian tentang “Pengaruh pengalaman magang terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik (Studi kasus Fresh Graduate akuntansi politeknik negeri padang). Maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman sensorik tidak berpengaruh terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik pada fresh graduate Akuntansi Politeknik Negeri Padang, pengalaman afektif tidak berpengaruh terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan

publik pada fresh graduate Akuntansi Politeknik Negeri Padang, pengalaman fisik tidak berpengaruh terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik pada fresh graduate Akuntansi Politeknik Negeri Padang, pengalaman kognitif - kreatif berpengaruh terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik pada fresh graduate Akuntansi Politeknik Negeri Padang, pengalaman relasi berpengaruh terhadap pemilihan awal karir sebagai akuntan publik pada fresh graduate Akuntansi Politeknik Negeri Padang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, M. R., & Hasibuan, A. B. (2020). Pengaruh Persepsi, Gender dan Tipe Kepribadian Mahasiswa Terhadap Pemilihan Karir Mahasiswa Akuntansi sebagai Akuntan Publik. *Wacana Ekonomi*, 19(1), 43–57. https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wacana_ekonomi/article/view/1579
- Ananti, R. (2019). Indonesia Disebut Krisis Akuntan Publik. *Klinik Pajak*. <http://www.klinikpajak.co.id/berita+detail/?id=berita+pajak+-+indonesia+disebut+krisis+akuntan+publik>
- Anggriawan, E. F. (2014). Pengaruh Pengalaman Kerja, Skeptisme Profesional Dan Tekanan Waktu Terhadap Kemampuan Auditor Dalam Mendeteksi Fraud (Studi Empiris Pada Kantor Akuntan Publik Di Diy). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2). <https://doi.org/10.21831/nominal.v3i2.2697>
- Asmoro, T. K. W., Wijayanti, A., & Suhendro, S. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Akuntansi Dalam Pemilihan Karir Sebagai Akuntan Publik. *Jurnal Akuntansi Manajerial (Managerial Accounting Journal)*, 1(1), 88–98. <https://doi.org/10.52447/jam.v1i1.734>
- Bernd Schmitt. (2015). *Marketing experiencial: Un nuevo marco para Diseño y Comunicaciones*. 10, 19–27.
- Borgia, C. R. (2014). *A Survival Analysis Of Tax Professionals' Performance And Internship Experience*. *Accounting Research Journal*, 27 (3), 266-285. <https://doi.org/10.1108/ARJ-04-2013-0018>
- Cahya, Y. A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Motivasi Ekonomi, Gender, Persepsi Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Mahasiswa Berkarir Menjadi Akuntan Publik (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta). *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(2), 239. <https://doi.org/10.31315/be.v18i2.5640>
- Chen et al., 2008. (2008). *Virtual Experiential marketing on Online Customer Intentions and Loyalty*. Paper dipresentasikan di 41st hawaii international conference on system science,

- Hawaii. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2008.495>
- Dharmayanti. (2019). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Comedy Kopi Di Surabaya. *Manajememn Pemasaran*, 121–131, 1–15.
- Herry, G., Asana, S., Yogantara, K. K., Nyoman, N., Rahayu, S., & Dewi, T. (2016). Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi STIE Triatma Mulya Sebagai Auditor Ditinjau Dari Persepsi Lingkungan Kerja. *Jurnal Riset Akuntansi*, Vol 06(4), Hal: 36-45.
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Muhammad, A., & Mustari, I. (2021). Pengaruh Pengalaman Magang dan Minat Kerja Terhadap Kesiapan Kerja (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Jimfeb (Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB)*, 1, 1–18.
- Pratiwi, S. (2013). Pengaruh Praktik Kerja Industri dan Motivasi Kerja Terhadap Hasil Uji Kompetensi Siswa SMK N Tembarak. *Jurnal Skripsi*, 1–12.
- Rachmadiyah, R., Pratiwi, A. D., Ramadini, P. A., Puspitasari, A., & Yunita, K. (2023). Analisis Faktor-Faktor Dalam Pilihan Berkarir Sebagai Akuntan Publik Bagi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tanjungpura Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v12i1.59691>
- Rahma, N., & Murdiansyah, I. (2023). Analisis Determinan Minat Mahasiswa Prodi Akuntansi Uin Malang Berkarir Sebagai Akuntan Publik. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 901–922. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2940>
- SAMSURI, A. S. B., ARIFIN, T. R. B. T., & HUSSIN, S. B. (2016). Perception of Undergraduate Accounting Students towards Professional Accounting Career. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 6(3), 78–88. <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v6-i3/2173>
- Sufiyati, M. S. S. P. D. (2019). Factors Affecting The Selection Of Student Career As A Public Accountant. *Jurnal Akuntansi*, 23(2), 269. <https://doi.org/10.24912/ja.v23i2.588>
- Suyanto, F., Rahmi, E., & Tasman, A. (2019). Pengaruh Minat Kerja Dan Pengalaman Magang Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 2(2), 187. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i2.7311>
- Viriany, V., & Wirianata, H. (2022). Faktor-Faktor Pemilihan Karir Sebagai Akuntan Publik. *Jurnal Bina Akuntansi*, 9(1), 1–21. <https://doi.org/10.52859/jba.v9i1.165>