

Jurnal Riset Akuntansi dan Perbankan
Volume 13 Nomor 2, Agustus 2019 Hal 109 - 127
ISSN 2088-5008

PROSPEK DAN TANTANGAN PENDIDIKAN VOKASI AKUNTANSI DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Dwi Puryati¹

dwi.puryati@ekuitas.ac.id

Dani Ramdani¹

alfarisy_dani@yahoo.com

Terra Saptina¹

terra.saptina@ekuitas.ac.id

Kanya Purnamahatty Prawirasasra¹

kanya.prawirasasra@ekuitas.ac.id

¹STIE Ekuitas Bandung

RINGKASAN

Pertumbuhan jumlah Perguruan Tinggi khususnya Perguruan Tinggi swasta yang semakin meningkat dan tekanan agenda globalisasi dan era industri 4.0 berimbas pada semakin ketatnya persaingan untuk memperoleh mahasiswa baru. Perguruan tinggi swasta dituntut untuk berperan aktif memikirkan bagaimana kampus bisa terus bertahan dan lebih unggul, sehingga segala komponen yang ada akan menentukan daya saing dari perguruan tinggi. Penanganan issue dengan strategi yang tepat akan mampu mendatangkan keuntungan untuk perguruan tinggi yang mana diharapkan akan mampu menarik minat mahasiswa, juga akan menghasilkan standar lulusan yang sesuai dengan permintaan pasar. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji lebih mendalam peluang pasar dan strategi yang tepat dalam pengelolaan program vokasi akuntansi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat minat siswa SMU untuk melanjutkan pendidikan di Prodi D3 Akuntansi. Faktor dominan yang menentukan mahasiswa memilih prodi D3 Akuntansi adalah kurikulum yang up to date, peluang kerja dan akreditasi program studi. Untuk itu program pengembangan prodi D3 akuntansi akan dilakukan melalui penyempurnaan kurikulum berbasis digital, pbenahan PKL/ Magang di BUMN atau perusahaan sesuai kompetensi, kerjasama dengan perusahaan untuk penempatan sebelum lulus, kerjasama dengan SMK melalui program sekolah binaan, peningkatan efektivitas program promosi khususnya untuk prodi D3 Akuntansi, dan penambahan sertifikasi kompetensi. Selain itu perlu dijajaki rencana untuk mengubah Prodi D3 Akuntansi menjadi D4 Akuntansi Perpajakan.

Kata kunci: Peminatan, Strategi, Diploma

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam dekade terakhir ini tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan tinggi sudah semakin meningkat. Hal tersebut mendorong dibukanya perguruan tinggi baru di Indonesia, sehingga jumlah perguruan tinggi semakin banyak seperti disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1
Jumlah Perguruan Tinggi di Indonesia

Tahun	Jumlah Perguruan Tinggi
2012	3.189
2013	3.280
2014	3.246
2015	3.275
2016	3.276
2017	3.293
2018	4.670

Sumber: Statistik PD DIKTI 2018

Dari tabel 1 tersebut dapat dilihat bahwa jumlah perguruan tinggi dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2018 mengalami peningkatan kecuali pada tahun 2014 terjadi penurunan. Peningkatan yang sangat signifikan terjadi pada tahun 2018. Kondisi tersebut mengakibatkan persaingan Perguruan Tinggi semakin ketat. Perguruan Tinggi harus menetapkan dan mengimplementasikan strategi yang tepat agar dapat eksis dan bertahan di era persaingan saat ini.

Program pendidikan di Indonesia dapat digolongkan menjadi dua yaitu jalur akademisi dan jalur praktisi atau vokasional. Jalur akademisi terdiri dari Strata 1(S1), Magister Sains (S2) dan Doktor (S3), sedangkan jalur vokasional terdiri dari Diploma 1, Diploma 2, Diploma 3, Diploma 4, dan Magister Terapan. Pada tahun 2018 jumlah program studi 14.429 yang tersebar di 4.670 Perguruan Tinggi. Dari jumlah tersebut 5.737 atau 39,76% merupakan program studi vokasional (Data Statistik PD Dikti, 2018). Rendahnya pengetahuan masyarakat akan pendidikan vokasional mengakibatkan minat masyarakat untuk melanjutkan kuliah di jalur vokasional rendah dibanding jalur akademisi. Akibatnya jumlah mahasiswa vokasional relatif lebih sedikit dibanding dengan jalur akademisi. Dari hasil

observasi selama tiga tahun terakhir, terjadi penurunan minat calon mahasiswa memilih kuliah di program studi diploma tiga akuntansi pada perguruan tinggi di Indonesia khususnya perguruan tinggi swasta. Terlebih dengan adanya isu akan hilangnya beberapa pekerjaan yang berhubungan dengan akuntansi karena terdampak kemajuan teknologi informasi.

Padahal pangsa pasar akan lulusan vokasional masih terbuka sebagaimana pernyataan yang disampaikan oleh Menteri Ketenagakerjaan RI. Indonesia akan kekurangan sekitar 57 juta tenaga kerja terampil hingga 2030. Pendidikan vokasi menjadi sebuah keharusan agar Indonesia bisa terus bersaing dalam memasuki revolusi industri keempat (Airlangga, 2018). Era milenium, yang kini memasuki revolusi industri keempat harus disambut dengan menyiapkan tenaga kerja-tenaga kerja andal yang siap dengan dunia digital. Era revolusi industri 4.0 menuntut generasi muda untuk mampu menguasai ketrampilan dan pengetahuan. Generasi muda harus dapat mengembangkan potensi diri agar dapat bersaing. Industri membutuhkan tenaga kerja muda, cekatan, terampil dengan sikap dan *soft skill* yang baik, siap menghadapi perubahan, inovatif serta memiliki daya tahan tinggi. Kebutuhan akan tenaga kerja seperti itu dapat diperoleh melalui Pendidikan vokasi. Pendidikan vokasi merupakan pendidikan yang berorientasi pada keahlian dan kepakaran yang khas serta berkemampuan untuk siap kerja. Dengan demikian lulusan pendidikan vokasi mampu bersaing secara global karena fokus pada pengembangan ketrampilan dan teknologi aplikatif.

Oleh karena itu perlu dilakukan penanganan isu tersebut dengan strategi yang tepat, sehingga akan mendatangkan keuntungan bagi perguruan tinggi, antara lain (1) mampu menarik minat mahasiswa, dan (2) menghasilkan standar lulusan yang sesuai dengan permintaan pasar.

1.2.Rumusan Masalah

1. Bagaimana peminatan calon mahasiswa pada prodi diploma tiga akuntansi
2. Strategi apa yang harus dilakukan untuk pengembangan atau pengkhususan pada prodi diploma tiga akuntansi.

1.3.Tujuan penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah untuk (1) Mengetahui faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa memilih Prodi D3 Akuntansi, (2) Menetapkan strategi yang harus dilakukan untuk pengembangan atau pengkhususan pada prodi diploma tiga akuntansi.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Pendidikan Vokasional

Menurut Wikipedia, Pendidikan vokasi adalah pendidikan tinggi yang emnunjuk pada penguasaan keahlian terapan tertentu meliputi pendidikan diploma I, diploma II, diploma III, dan diploma IV. UU Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menyatakan bahwa tujuan pendidikan vokasi adalah menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan tenaga ahli professional dalam menerapkan, mengembangkan dan menyebarkan teknologi dan atau kesenian. Beban pengajaran pada program vokasi disusun lebih menguatamakan beban mata kuliah ketrampilan dan keahlian dibandingkan dengan beban mata kuliah teori.

2.2. Dasar Hukum Pendidikan Vokasi

1. UUD 1945 Bab XIII Pasal 31 tentang Pendidikan dan Kebudayaan
2. UU No. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
3. UU Bo. 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi
4. PP No.4 tahun 2014 tentang Penyelenggaraan dan Pengelolaan PT
5. PP 19 tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan
6. Peraturan Presiden RI No.8 tahun 2012 tentang KKNI
7. Peraturan Menristekdikti No. 44 tahun 2015 tentang SNPT
8. Peraturan MenristekdiktiNo. 13 tahun 2015 tentang Renstra Kemenristekdikti 2015-2019
9. Peraturan Menristekdikti No. 15 tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kemenristekdikti

2.3 . Revolusi Industri 4.0

Revolusi industri 4.0 ditandai dengan pengembangan teknologidigital pada sistem komputasi dan jaringan luas yang menghasilkan produkcerdas. Kohler and Weiz mendefinisikan Revolusi Industri 4.0 sebagai sebuahpendekatan untuk mengendalikan prosesproduksi on-line dengan menyediakansinkronisasi aliran produksi untuk maupun standar. Trappey et.al. menguraikan revolusi industri4.0 sebagai konsep umum yangmemungkinkan proses manufakturdengan sarana taktis cerdas denganmemanfaatkan teknologi dan produk cerdas berbasisteknologi komputasi data besar. Sehingga, dapat kita pahami bahwarevolusi industri 4.0 dipicu olehperkembangan teknologi digital padateknologi

komputasi awan yang mampu mengolah data besar pada sistem jaringan internet global pada seluruh sendi kehidupan masyarakat dunia dengan produk cerdas.

2.4. Dukungan Pemerintah terhadap Pendidikan Vokasi Pada era Revolusi Industri 4.0

Kebijakan pemerintah Joko Widodo disampaikan oleh Menteri Ristekdikti yang dirumuskan bersama dalam forum Rektor dan Direktur Politeknik, berhasil menetapkan 6 (enam) kebijakan penting yaitu:

1. Mendorong perguruan tinggi untuk melakukan inovasi dan riset produk penunjang daya saing bangsa.
2. Mendorong Kemristekdikti melakukan debirokratisasi kelembagaan dan regulasi perizinan bagi pembentukan prodi-prodi baru serta terobosan baru untuk menjawab persoalan era disrupsi inovasi.
3. Meminta pemerintah menyusun dan menetapkan kebijakan yang mendorong pihak industri agar bekerjasama dengan perguruan tinggi.
4. Mengembalikan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.
5. Meminta kepada DPR, DPD, dan pemerintah bersama MPR mengadakan pertemuan bersama atau joint session untuk menyusun garis besar haluan negara.
6. Menetapkan kelompok kerja (pokja) sesuai dengan dinamika perkembangan di era revolusi Industri 4.0, di antaranya pokja pembangunan ekonomi nasional, pokja penguatan demokrasi Pancasila, pokja pendidikan tinggi berdaya saing, pokja kepemimpinan nasional yang cerdas dan berkarakter, dan pokja ketahanan pangan.

Dalam rangka menghadapi revolusi industri 4.0, menteri Perindustrian, Airlangga Hartarto menetapkan empat langkah strategis yaitu:

1. agar angkatan kerja di Indonesia terus belajar dan meningkatkan keterampilannya untuk memahami penggunaan teknologi internet of things (IoT)
2. pemanfaatan teknologi digital untuk memacu produktivitas dan daya saing bagi industri kecil dan menengah.
3. industri nasional dapat menggunakan teknologi digital seperti Big data, Autonomous Robots, Cyber security, Cloud computing, dan Augmented Reality.
4. inovasi teknologi melalui pengembangan startup dengan memfasilitasi tempat inkubasi bisnis. Paradigma masa lalu yang menjadi landasan pengembangan

pendidikan tinggi vokasi kedepan adalahmendekatkan Politeknik dengan mitraIndustrinya seperti yang digagasHarianton and Surjana

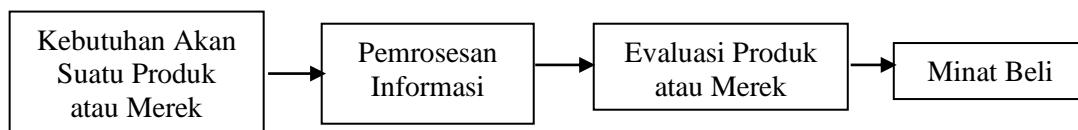
5. merekomendasikan pengembangan teaching factory berbasis Lean and Green Kaizen Model sebagai implementasi Teaching Factory pada KKN level 3-5.
6. Menjadikan Teaching Factory dan Dual System (3-2-1) sebagai pendekatan pendidikan tinggi vokasi dengan program Revitalisasi.

2.5. Minat Beli

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008:228) minat beli merupakan model sikap kemungkinan atau kecenderungan bahwa individu akan melakukan tindakan khusus atau perilaku terhadap objek yang berhubungan dengan pembelian.

Kotler dan Keller (2008:160) mengemukakan bahwa pembelian produk baru selalu dimulai dengan kemauan untuk melakukan pembelian pertama kali dengan niat mencoba produk tersebut.

Sedangkan, Assael (1998); Sari (2012:20) menjelaskan minat beli adalah perilaku yang muncul sebagai respon konsumen terhadap suatu obyek atau juga pembelian ulang. Diterangkan juga bahwa minat beli adalah tahap terakhir dari suatu proses keputusan pembelian yang kompleks.



Gambar 2.1 Proses Minat Beli

Sumber: Assael (1998); Sari (2012:20)

Berdasarkan pengertian menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebelum melakukan keputusan pembelian tepatnya setelah melalui proses keputusan pembelian.

Model Hirarki Tanggapan AIDA

Salah satu model hierarki tanggapan yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2008:178) adalah model *Attention, Interest, Desire, Action* (AIDA). Berikut penjelasan bagaimana tahap-tahap hierarki respon model AIDA yang ditampilkan pada tabel 2.

Tabel 2 Hierarki Respon Model AIDA

Tahap	Model AIDA
Kognitif	Perhatian
↓	↓
Afektif	Minat
↓	↓
Perilaku	Keinginan
	↓
	Tindakan

Sumber: Kotler dan Keller (2012:178)

Menurut Kotler dan Keller (2012:178) dalam model AIDA ada beberapa tahap yang harus dilewati seorang calon konsumen dalam proses pembelian yaitu:

1. Tahap Perhatian (*Attention*)

Tahap ini merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan, selain itu calon pelanggan juga mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan. Perusahaan melakukan usaha pemasaran untuk mengkomunikasikan produknya agar dapat mendapatkan perhatian konsumen dan menyadari akan keberadaan suatu produk.

2. Tahap Minat (*Interest*)

Dalam tahap ini, calon pelanggan mulai tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perasaan ini muncul setelah konsumen mendapatkan informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.

3. Tahap Keinginan (*Desire*)

Calon pelanggan mulai belajar, berfikir, dan berdiskusi sehingga mulai menimbulkan keinginan untuk membeli. Dalam tahap ini calon pelanggan sudah mulai berminat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

4. Tahap Tindakan (*Action*)

Dalam tahap ini calon pelanggan telah mempunyai kemantapan yang tinggi untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Apabila keinginan dari calon pelanggan telah mantap maka akan berlanjut pada pengambilan keputusan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli

Menurut Kotler dan Keller (2012:176) minat membeli merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan membeli sehingga faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli kurang lebih sama dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli. Ada lima faktor yang memegang peranan penting dalam mempengaruhi minat beli yaitu:

1. Motivasi

Proses dorongan atau pengejaran kepuasan kebutuhan yang menyebabkan perilaku

2. Persepsi

Proses individu memilih, merumuskan, dan menafsirkan masukan informasi dari panca indera untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia. Persepsi juga merupakan interpretasi dari sensasi dan proses pemilihan informasi akan hal-hal tertentu yang berarti bagi konsumen.

3. Pembelajaran

Pembelajaran konsumen merupakan proses dimana individu memperoleh pengetahuan, pengalaman pembelian, dan konsumsi yang mereka terapkan pada perilaku yang berhubungan di waktu yang akan datang.

4. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Kepercayaan itu mungkin didasarkan akan pengetahuan, pendapat, dan keyakinan nyata. Keyakinan ini membentuk citra terhadap merek dan produk dan ini menyebabkan seseorang akan bertindak sesuai dengan kepercayaannya.

5. Sikap

Sikap merupakan sudut pandang seseorang terhadap sesuatu. Para produsen pada umumnya berusaha memahami sikap pelanggan potensial mereka dan berfungsi atas dasar tersebut akan lebih efisien bagi mereka untuk menggunakan sikap pelanggan sebagai landasan bergerak daripada berusaha mengubahnya karena sikap cenderung menetap dan sulit untuk diubah

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian mengeksplor fenomena dan karakteristik yang terjadi dan keterkaitan antar kegiatan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, kuesioner, dan observasi. Adapun langkah- langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Pendahuluan berupa identifikasi permasalahan yang terjadi dan pengumpulan data data sekunder seperti perkembangan jumlah mahasiswa dan lain-lain
2. Pembatasan masalah agar penelitian lebih terarah
3. Perumusan tujuan penelitian
4. Penentuan tinjauan pustaka, berisi kajian pustaka teoritis pendukung yang berhubungan dengan penelitian
5. Pengumpulan data menggunakan kuisioner untuk mengetahui faktor faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa memutuskan berkuliah di prodi D3, Identifikasi operasionalisasi variabel penelitian berdasarkan Bauran Pemasaran Jasa. Dimana sampel pada penelitian ini adalah Mahasiswa D3 Akuntansi pada PTS. XXX angkatan 2017 dan 2018 dan siswa SMA/ SMK di Kota Bandung mengenai minat mereka dalam memilih pendidikan jenjang D3. Identifikasi operasionalisasi variabel penelitian berdasarkan dimensi *The Five Stage Model: The Buying Decesion Process*.
6. Pengolahan dan Analisis Data meliputi Analisis data riset pasar, dan analisis strategi pengembangan prodi D3 Akuntansi.
7. Kesimpulan dan Saran

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Data Responden

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner melalui *offline* dan *online* berupa *google form* kepada:

1. Mahasiswa Prodi D3 Akuntansi PTS. XXX angkatan 2017 dan 2018 dengan jumlah responden sebanyak 52 orang.
2. Siswa siswa SMA/SMK sederajat di kota Bandung yang baru saja lulus di tahun 2019 sebanyak 142 orang
3. Pengguna Lulusan D3 Akuntansi sebanyak 29 orang.

Berikut disampaikan deskripsi responden.

Tabel 3 Deskripsi Responden

	Mahasiswa D3 Akuntansi	Siswa SMU
Jenis Kelamin:		
Laki-laki	11,15 %	34,51 %
Perempuan	78,85 %	65,49%
Jurusan SMU		
IPA	50,00 %	37,32%
IPS	43,86 %	30,28%
Lainnya	6,14 %	32,39%
Asal Sekolah		
SMU	82,69 %	60,56 %
SMK	13,46%	33,10 %
MA/Lainnya	3,85 %	6,34 %

Sumber: Hasil Kuesioner

4.1.2. Atensi Pasar Terhadap Jurusan Ekonomi dan D3 Akuntansi

Dari hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat bahwa tingkat awareness pasar sangat tinggi. Hal ini dapat dilihat dari mayoritas responden (89,44%) telah mengetahui tentang berbagai jurusan ekonomi seperti akuntansi, manajemen, perbankan. Selain itu minat pasar pada jenjang pendidikan Diploma Tiga masih cukup tinggi. Mayoritas responden (78,87%) memiliki minat untuk melanjutkan studi ke jenjang pendidikan D3, karena waktu tempuh pendidikan yang relatif singkat. Dan masih terdapat minat pasar terhadap program studi D3 Akuntansi sebesar 37,32 %. Alasan responden memilih program studi D3 Akuntansi adalah (a) kurikulum yang up to date/terkini sesuai dengan perkembangan zaman (63,38%) , (b) alternatif pilihan jurusan (11,27%) , (c) memiliki peluang kerja yang besar (11,27%) , (d) memiliki minat untuk melanjutkan ke jurusan akuntansi (7,69%) , (e) keinginan untuk bekerja di bank (2,82%) , (f) menginginkan kerja di perusahaan (2,11%) , dan (g) biaya pendidikan (1,46%).

Responden dalam penelitian ini memperoleh informasi tentang Perguruan Tinggi dari teman/kolega, mengetahui dengan sendirinya, promosi, guru BK di sekolah, Bimbingan belajar. Artinya keluarga memiliki peranan penting dalam menentukan pilihan untuk berkuliah. Mayoritas orang tua atau keluarga memberikan arahan kepada putra/putrinya untuk menentukan Perguruan Tinggi. Akan tetapi guru juga memiliki peranan penting dalam mengarahkan minat dan bakat siswa yang akan berkuliah. Guru Bimbingan Konseling di Sekolah memegang peran penting dalam memberikan gambaran dan arahan siswanya dalam menentukan perguruan Tinggi untuk melanjutkan studi. Oleh karena itu tim promosi perguruan Tinggi dapat melakukan pendekatan komunikasi promosi yang komprehensif

dengan pihak sekolah melalui guru untuk memperkenalkan berbagai prodi yang dimiliki Perguruan Tinggi.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tingkat awareness pasar pada berbagai prodi yang ditawarkan oleh Perguruan Tinggi masih sangat rendah. Mayoritas responden tidak mengetahui informasi tentang program studi yang ada di Perguruan Tinggi, khususnya program studi Diploma Tiga (D3). Hal ini terlihat dari jawaban responden yang menjawab cukup sebesar 35,92%, menjawab tidak mengetahui berbagai program studi yang ada di Perguruan Tinggi sebesar 35,92%, menjawab sangat tidak tahu sebesar 29,86%. Hanya sebanyak 14,79% menjawab telah mengetahui, dan sebanyak 3,52% menjawab telah sangat mengetahui mengenai program studi di Perguruan Tinggi.

Dari sudut pandang pengguna lulusan menyatakan bahwa lulusan diploma 3 Akuntansi masih dibutuhkan sebanyak 93,10 % dan sisanya menyatakan tidak dibutuhkan lulusan diploma tiga dalam era revolusi industry saat ini. Pengguna lulusan menyatakan bahwa Perguruan Tinggi yang memiliki prodi Diploma tiga akuntansi harus mampu melakukan penyempurnaan kurikulum sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan kebutuhan pengguna melalui (a) Penambahan bobot untuk mata kuliah bahasa inggris, (b) Penambahan bobot komputer akuntansi, (c) Praktikum menggunakan komputer atau berbasis online, (d) Metode pengajaran secara online dan update materi, (e) Muatan kewirausahaan lebih diperdalam dan diperbanyak dengan praktik , (f) Perlunya bimbingan minat dan bakat , (g) Muatan *softskill* lebih diperkuat

1.2.2. Alternatif Pengembangan Program Studi D3 Akuntansi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas Perguruan Tinggi harus menentukan strategi pengembangan prodi agar tetap bisa eksis di tengah persaingan yang semakin ketat dan perubahan lingkungan usaha serta teknologi informasi yang semakin maju. Beberapa strategi yang dapat dilakukan adalah:

- 1) Penyempurnaan kurikulum berbasis digital/teknologi informasi
- 2) Magang di BUMN atau perusahaan sesuai kompetensi
- 3) Kerjasama dengan perusahaan untuk penempatan sebelum lulus
- 4) Kerjasama dengan SMK melalui program sekolah binaan, dan kerjasama lainnya.
- 5) Promosi khusus terpisah dari program studi lainnya

4.2.3.1. Penyempurnaan Kurikulum Berbasis Digital

Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat dan eksponensial menuntut dilakukannya penyempurnaan kurikulum yang ada saat ini. Akuntansi sebagai bagian dari proses bisnis terdampak oleh perkembangan teknologi industri termasuk industri 4.0. Menurut Nasir (2019) era revolusi industri 4.0 mempengaruhi cara hidup dan perilaku individu maupun organisasi di setiap Negara termasuk industri akuntansi dan peran akuntan. Program studi akuntansi perlu melakukan perubahan kurikulum dan metode pembelajaran.

Penyusunan kurikulum harus memperhatikan dan melibatkan stakeholders di antaranya pengguna lulusan, dosen, pemerintah, asosiasi profesi dan juga perubahan lingkungan bisnis. Penyempurnaan kurikulum dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Meninjau kembali relevansi visi dan misi program studi
2. Meninjau kembali profil lulusan dan capaian pembelajaran
3. Meninjau kembali mata kuliah dan bahan kajian

Penyempurnaan kurikulum dapat dilakukan melalui:

1. Penambahan bobot untuk mata kuliah bahasa Inggris

Mahasiswa harus memiliki kemampuan bahasa Inggris yang memadai karena bahasa Inggris sudah menjadi bahasa internasional. Apalagi untuk lulusan Akuntansi, penyusunan laporan keuangan berbasis International Financial Reporting Standard (IFRS) mengharuskan kemampuan bahasa Inggris yang bagus. Penambahan bobot mata kuliah bahasa Inggris akan lebih sempurna jika mahasiswa juga dibekali dengan sertifikasi TOEFL.

2. Penambahan bobot komputer akuntansi

Pentingnya komputer dalam akuntansi pada era Revolusi Industri 4.0 dicerminkan pada pemberian keahlian dan ketrampilan mahasiswa menggunakan software akuntansi seperti Myob, Zahir, Accurate. Selain itu mahasiswa juga dibekali sertifikasi komputer akuntansi seperti sertifikasi Myob, Zahir atau Accurate dengan sertifikasi Certified Accurate Data entry (CADE) dan Certified Accurate Professional (CAP).

3. Memasukkan muatan teknologi informasi dalam kurikulum

Dalam era industri 4.0 ada 6 (enam) teknologi informasi yang mempengaruhi akuntansi yaitu (Ali, 2019):

1. *Internet of Things (IoT)*
2. *Big data/ Data Analytics*
3. *Business process Automation*

4. *Blockchain/ distributed ledger*

5. *Artificial intelligence*

6. *Cloud computing*

Para calon Akuntan perlu dibekali dengan pengetahuan tentang 6 (enam) teknologi informasi tersebut dengan membentuk mata kuliah baru maupun memasukkan muatan teknologi informasi tersebut dalam mata kuliah terkait (lampiran 1). Mata kuliah yang terdampak teknologi Akuntansi antara lain Akuntansi Keuangan, Akuntansi Biaya, Akuntansi Manajemen, Akuntansi Sektor Publik, Perpajakan, Penganggaran, Sistem Informasi Akuntansi dan Auditing. Berdasarkan hasil penelitian Tschakert (2019), Appelbaum (2017) dan Kappelman (2018), mata kuliah baru yang perlu dan sangat penting diberikan kepada mahasiswa adalah *Data Analytics*, Teknologi informasi dan *data base*.

4. Praktikum menggunakan komputer atau berbasis online

Sebagai program vokasional, muatan praktikum harus lebih banyak daripada teori (60 % : 40%). Perkembangan dunia usaha dan teknologi informasi menuntut adanya penyempurnaan pada mata kuliah praktikum. Modul praktikum yang sudah ada perlu direview ulang, dan muatan digitalisasi ditingkatkan.

5. Metode pengajaran secara *online*

Dalam era revolusi industri 4.0 ini, selain metode klasikal perlu variasi metode pengajaran lain seperti *Blended Learning*. *Blended learning* adalah metode pengajaran yang menghubungkan aktivitas pengajaran tradisional/klasikal dengan aktivitas pengajaran berbasis *online*. *Blended learning* diterapkan dengan mengkombinasikan berbagai media pembelajaran yang saling mendukung satu sama lain seperti *real time virtual, face to face classroom, Live e learning* dan *self paced learning*.

Dosen Prodi D3 Akuntansi harus bersedia dan mampu meng-update pengetahuan dan keterampilan mengikuti perkembangan teknologi informasi. Dosen harus dapat mengoptimalkan anggaran program pelatihan yang sudah difasilitasi Institusi. Selain itu setiap dosen harus memiliki minimal satu sertifikasi kompetensi. Dosen harus selalu mengupdate materi kuliah terkait perubahan peraturan, perubahan standar, perubahan lingkungan bisnis, perubahan teknologi informasi dan lainnya.

6. Muatan *softskill* lebih diperkuat

Pada era revolusi industri 4.0 dan masa mendatang, kemampuan *softskill* mahasiswa sangat diperlukan selain kemampuan *hardskill*. *World Economic Forum* (WEF) melakukan survey tentang jenis keterampilan yang dibutuhkan di tahun 2020. Survey

tersebut melibatkan direktur sumberdaya manusia sepuluh industri terbesar di dunia di lima belas Negara maju. Hasil survey sebagai berikut:

- a. Pemecahan Masalah Kompleks (*Complex Problem Solving*)
- b. Keterampilan Sosial (*Social Skills*)
- c. Keterampilan Sistem (*System Skills*)
- d. Keterampilan Kognitif (*Cognitif Skills*)
- e. Keterampilan Proses (*Process Skills*)
- f. Keterampilan Pengelolaan Sumberdaya Manusia (*ResorceManagement Skills*)
- g. Keterampilan teknik (*Technical Skills*)
- h. Keterampilan Isi (*Content Skills*)
- i. Kemampuan Fisik (*Physical Skills*)

Sedangkan menurut Chapman (2019), ada 6 (enam) keterampilan yang harus dikuasai lulusan akuntansi agar bisa survive di masa yang akan datang, yaitu:

1. Kecerdasan emosional (*Emotional intelligence*)
2. Komunikasi (*Communication*)
3. Kejujuran dan Integritas (*Honesty & integrity*)
4. Kepemimpinan (*Leadership*)
5. Keluwesan (*Flexibility*)
6. Kecerdasan Teknologi (*Technology Savviness*)

Dalam menyusun kurikulum selain aspek sikap dan pengetahuan, aspek keterampilan juga harus kita perhatikan. Hasil survey WEF dan Chapman tersebut bisa dijadikan rujukan dalam menyempurnakan kurikulum prodi D3 Akuntansi. Keterampilan tersebut bisa diberikan melalui mata kuliah teori, praktikum, sertifikasi maupun program *soft skill* baik yang terstruktur maupun yang tidak terstruktur.

7. Penguatan Sertifikasi Kompetensi

Sebagai program vokasional, selain sarat dengan muatan praktikum dalam kurikulum, mahasiswa juga perlu dibekali sertifikasi. Beberapa sertifikasi nasional yang berhubungan dengan akuntansi adalah Teknisi Akuntansi, Brevet Pajak A & B, CADE dan CAP, *Financial Skill*, *Audit Internal*, *Zahis*, *MYob* dan sertifikasi internasional misalnya sertifikasi *Microsoft excel*.

4.2.3.2. Magang/ PKL di Perusahaan

Program Magang atau Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilakukan dengan tujuan (1) untuk memperoleh gambaran nyata tentang penerapan ilmu atau teori yang selama ini diperoleh di kampus (2) untuk melakukan analisis mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan serta sistem yang berjalan di lapangan, (3) untuk melatih mahasiswa berpikir secara praktis dan sistematis dalam menghadapi suatu persoalan khususnya dalam bidang akuntansi di lapangan yang sebenarnya, (4) melatih kemampuan pribadi dalam tata cara komunikasi baik secara lisan maupun tertulis dalam struktur keorganisasian perusahaan atau instansi terkait (5) menguji kemampuan dan pengetahuan pribadi dalam tata cara hubungan masyarakat di lingkungan kerja dan organisasi (6) menambah pengetahuan dan pengalaman kerja yang belum diajarkan di kampus.

Sebagai pendidikan vokasional, program studi D3 akuntansi harus dapat melakukan *link and Match* dengan industri melalui program magang. Sesuai dengan konsep 321 yaitu mahasiswa akan kuliah di kampus 3 semester, magang 2 semester dan 1 semester terakhir kembali ke kampus lagi. Untuk itu lama mahasiswa magang adalah antara 1 sampai dengan 2 semester. Tahapan yang dilakukan Perguruan Tinggi untuk program Magang sebagai berikut:

1. Menyusun pedoman magang
2. Institusi melakukan kerjasama secara formal dengan perusahaan untuk menempatkan mahasiswa magang
3. Institusi menerapkan Dosen pembimbing magang untuk melakukan monitoring secara berkala kepada mahasiswa bimbingannya

Untuk magang ini, Pemerintah sudah memfasilitasi dengan program yang disebut Magang Bersertifikat di BUMN.

4.2.3.3. Kerjasama dengan perusahaan Untuk Penempatan Sebelum Lulus

Sebagai program vokasi, Prodi D3 Akuntansi mempunyai tujuan menghasilkan lulusan yang siap pakai dan siap kerja. Akan menjadi nilai lebih bagi prodi D3 Akuntansi jika lulusannya sudah ditempatkan sebelum lulus. Hal ini akan bisa direalisasi jika alumni D3 Akuntansi sudah terbukti memiliki keunggulan. Dengan kurikulum yang selalu disempurnakan dan kegiatan magang di perusahaan, kerjasama dengan perusahaan akan dapat lebih mudah dilakukan. Berdasarkan pengalaman selama ini banyak mahasiswa Prodi D3 Akuntansi yang langsung diminta sebagai karyawan ketika mereka selesai Magang/PKL. Untuk tahap awal perlu dijajagi kerjasama dengan perusahaan yang selama ini sudah mau

menerima mahasiswa Prodi D3 Akuntansi untuk magang/PKL. Tahap selanjutnya dapat membuat program khusus dengan Perusahaan seperti program Ikatan Dinas.

4.2.3.4. Kerjasama dengan SMK melalui program sekolah binaan

Dari survey internal terhadap mahasiswa prodi D3 akuntansi disimpulkan bahwa mahasiswa yang berlatar belakang pendidikan SMK hanya 13,46 % , padahal dari hasil survey terhadap siswa SMU yang berminat kuliah di Prodi D3 Akuntansi mayoritas berasal dari SMK. Untuk itu sebagai pangsa pasar potensial , dan sesuai linieritas SMK-Vokasional perlu dilakukan upaya untuk menarik minat siswa SMK agar kuliah di prodi D3 Akuntansi melalui program sekolah binaan. Prodi D3 Akuntansi perlu melakukan kerjasama dengan SMK. Dalam kerjasama tersebut beberapa program yang bisa dilakukan adalah:

1. Memberikan pelatihan untuk Guru dan Siswa SMK Mengenai isu-isu terkini akuntansi
2. Memberikan pelatihan untuk Guru dan Siswa SMK mengenai proses operasional bank melalui lab bank mini
3. Memberikan pelatihan untuk guru dan Siswa SMK mengenai Saham dan Surat Berharga melalui galeri inventasi
4. Memberikan tutorial kepada siswa SMK untuk persiapan ujian (kerjasama dengan Himpunan Mahasiswa)
5. Transfer kredit mata kuliah tertentu dan uji kompetensi/sertifikasi akuntansi.

4.2.3.5.Peningkatan Program Promosi

Dari hasil survey eksternal menunjukkan bahwa informasi tentang Perguruan Tinggi pada umumnya dan Prodi D3 Akuntansi secara formal di kalangan masyarakat umum masih kurang. Mayoritas dari responden (32,84%) mengetahui informasi Perguruan Tinggi bukan dari promosi atau informasi formal tetapi dengan sendirinya karena letaknya strategis dan sering di lewati, dan sumber informasi lain seperti website di internet. Berdasarkan hasil survey juga diketahui bahwa mayoritas responden masih belum mengetahui tentang program studi yang ditawarkan Perguruan Tinggi, karena hanya sebanyak 17,81% menjawab telah mengetahui, dan sebanyak 2,74% menjawab telah sangat mengetahui. Selain itu Latar belakang asal sekolah pada mahasiswa Prodi D3 Akuntansi mayoritas berasal dari SMA sebesar 82.69%, dan yang berasal dari SMK hanya sebesar 13.46%. Padahal secara linieritas, lulusan SMK semestinya melanjutkan pendidikan ke program vokasional.

Oleh karena itu program promosi perlu diperbaiki melalui:

1. Memberikan pembekalan khusus kepada tim pemasaran mengenai Prodi D3 Akuntansi
2. Meningkatkan intensitas dan diversifikasi media promosi khusus untuk prodi D3 Akuntansi melalui:
 - a. Media sosial seperti facebook, dan instgram
 - b. Promosi langsung ke Sekolah
Media cetak dan elektronik
 - c. Kegiatan Perguruan Tinggi/Program Studi yang melibatkan siswa SMU
3. Melakukan promosi khusus ke SMK sebagai pasar potensial namun selama ini belum dikelola dengan baik dengan melibatkan dosen prodi D3 Akuntansi.

4.2.3.6. Peningkatan Kompetensi Dosen

Dosen merupakan ujung tombak dari proses pembelajaran di perguruan Tinggi. Oleh karena itu program peningkatan kompetensi dosen perlu mendapat perhatian khusus. Perguruan Tinggi harus mendukung peningkatan kompetensi Dosen melalui program Studi lanjut, Pelatihan, Sertifikasi, dan Pengembangan Tridharma Perguruan tinggi. Untuk melaksanakan program pengembangan Dosen tersebut perlu adanya dukungan dana yang memadai dari Perguruan tinggi. Langkah awal yang perlu dilakukan adalah memberikan penyegaran materi terkait dampak RI 4.0 terhadap akuntansi dan materi teknologi informasi lainnya serta metode atau teknik pembelajaran.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Masih terdapat minat dan pangsa pasar untuk prodi D3 Akuntansi.
2. Strategi yang dapat dilakukan oleh Perguruan Tinggi yang memiliki program D3 Akuntansi adalah
 - a. Penyempurnaan kurikulum berbasis digital/teknologi informasi
 - b. Magang di BUMN atau perusahaan sesuai kompetensi
 - c. Kerjasama dengan perusahaan untuk penempatan sebelum lulus
 - d. Kerjasama dengan SMK melalui program sekolah binaan, dan kerjasama lainnya.
 - e. Promosi khusus terpisah dari program studi lainnya

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Syaiful. (2019). Revolusi Industri 4.0 dan dampaknya Terhadap Pendidikan Akuntansi di Indonesia. BPFE, Yogyakarta
- Appelbaum D, Kogan A, Vasarhelyi MA. 2017. Big Data and Analytics in the Modern Audit Engagement: Research Needs. *Audit J Pract Theory*. Page 1-27
- Cuthbert Shannon (2018). The Changing Role of Accounting Education in a tech-Centric Future: Insights from AICPA Global Roundtable. *Accounting Education* Nov 6 2018
- Doostar, M., Abadi, M. K. I., and Abadi, R. K. I. (2012). *Impact of Brand Equity on Purchase Decision of Final Consumer Focusing on Products with Low Mental Conflict*. *Journal of Basic and Applied Scientific Research* 2(10)10137-10144. ISSN 2090-4304. TextRoad Publication.
- Harianton, Iwan. (2018). Perubahan Paradigma Pendidikan Tinggi Vokasi Menyambut Revolusi Industri 4. Prosiding Seminar Nasional Vokasi, Universitas Islam Indonesia.
- Indrajit, Eko R.(2017) Strategi Pendidikan Vokasi di Era Globalisasi. [www. Academia.edu](http://www.Academia.edu) Diunduh pada tanggal 7 Januari 2019
- Kemenristekdikti 2019. Tujuh Fokus Rekomendasi, Siaran Pers Kemenristekdikti Nomor: 3/SP/HM/BKKP/I/2019.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2012), *Marketing Management 14E*, Pearson Prentice Hall, USA, New Jersey
Kotler, P. dan Armstrong, G. (2012), *Principles of Marketing*, Pearson Prentice Hall, USA, New Jersey
- Kotler, P. dan Armstrong.(2012), *Principles of Marketing 14th Edition*. Pearson Prentice Hall
Schiffman, L dan Kanuk, L.L. (2010). *Perilaku Konsumen*, Indeks, Jakarta
- Schiffman, L and Kanuk, L.L.(2008). *Perilaku Konsumen*. PT Indeks
- Kotler, K and Keller, K. L. (2014). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall
- Okezone news. 2017.Pentingnya Pendidikan Vokasi Di Era Global. Diunduh pada tanggal 7 Januari 2019.
- Peter, J.P. dan Olson, J.C. (2014), *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jilid 1, ed.9, Salemba Empat, Jakarta
- Winangun K. 2017. Pendidikan Vokasi Sebagai Pondasi bangsa Menghadapi Globalisasi. *Jurnal Taman Vokasi* Vol. 5 No. 1 2017. Portal garuda.
- Zeithmal, Valerie A., and Bitner, Mary Jo. 2000. *Service Marketing: Integrated Customer Focus Across the Firm*. Singapore: McGraw Hill

Kappelman L., McLean E, et al. 2018. The 2017 SIM IT Issue and Trends Study. MIS Q Exec. Page 53-58

Schwab K, Davis N. 2018. Shaping The Fourth Industrial Revolution

[http//:](http://:) Statistik PD DIKTI 2018, diunduh pada tanggal 2 Mei 2019.

Tschakert N, Kokina ets. 2019. The Next Frontier in Data Analytics. Journal of Accounting.