

PENGARUH ORIENTASI ETIS, *EQUITY SENSITIVITY*, DAN SIFAT MACHIAVELLIAN TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA AKUNTANSI MENGENAI *CREATIVE ACCOUNTING*

Rafi Prakoso

*Prodi Akuntansi, Universitas Negeri Yogyakarta
rafi.prakoso@gmail.com*

Patriani Wahyu Dewanti

*Staf Pengajar Jurusan P. Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta
patrianid@gmail.com*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Orientasi Etis, *Equity Sensitivity*, dan Sifat Machiavellian terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi mengenai *Creative Accounting*. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 107 responden yang terdiri dari angkatan 2018 dan 2019 yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Orientasi Etis berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi Mahasiswa mengenai *Creative Accounting*; *Equity Sensitivity* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi mengenai *Creative Accounting*; Sifat Machiavellian berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Persepsi Mahasiswa Mengenai *Creative Accounting*; dan Orientasi Etis, *Equity Sensitivity*, dan Sifat Machiavellian secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi mengenai *Creative Accounting*

Kata kunci: Persepsi Mahasiswa Akuntansi mengenai *Creative Accounting*, Orientasi Etis, *Equity Sensitivity*, Sifat Machiavellian

Abstract

This research aims to examine the influence of Ethical Orientation, Equity Sensitivity, and Machiavellian on Accounting Student Perceptions of Creative Accounting. The population in this research was the accounting students in State University of Yogyakarta. The sample in this research used 107 respondent of student in 2018 and 2019 periods which were taken using purposive sampling. The results of this research show that: Ethical Orientation has a positive effect and significant on Accounting Student Perceptions of Creative Accounting; Equity Sensitivity has a negative and not significant on Accounting Student Perceptions of Creative Accounting; Machiavellian has a negative and significant on Accounting Student Perceptions of Creative Accounting; and Ethical Orientation, Equity Sensitivity, and Machiavellian a positive effect and significant on Accounting Student Perceptions of Creative Accounting.

Keywords: *Accounting Student Perceptions of Creative Accounting, Ethical Orientation, Equity Sensitivity, Machiavellian*

PENDAHULUAN

Praktik *creative accounting* masih menjadi perdebatan. Bagi sebagian orang

menganggap *creative accounting* etis dilakukan karena melakukan perubahan informasi keuangan dengan memanfaatkan fleksibilitas dari prinsip akuntansi tanpa

melakukan pelanggaran pada peraturan. Kamiński (2014) berpendapat bahwa selama praktik *creative accounting* tidak melanggar batas-batas hukum, maka hal tersebut tidak termasuk dalam tindakan kriminal karena merupakan tindakan yang legal, praktik *creative accounting* justru dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang. Jones (2011) menjelaskan bahwa akuntan dapat “menipu” untuk keuntungan pribadi dengan cara yang sepenuhnya sah melalui *creative accounting* yang mengeksploitasi fleksibilitas dalam akuntansi.

Sedangkan lainnya, menganggap *creative accounting* tidak etis karena menyajikan informasi keuangan yang tidak sesuai dengan apa yang terjadi dengan tujuan laporan keuangan menjadi tampak lebih baik. Smith (1992) bahwa praktik *creative accounting* tidak tepat digunakan oleh perusahaan untuk menyajikan indikator pertumbuhan ekonomi-keuangan yang tidak nyata. Odia dan Ogiedu (2013) juga menyatakan bahwa teknik yang digunakan dalam *creative accounting* dilakukan dengan cara memberikan informasi yang salah untuk menyesatkan pengguna laporan keuangan perusahaan sehingga hal ini cenderung mengarah pada tindakan penipuan.

Jika ditinjau dari Teori Akuntansi Positif (*Positive Accounting Theory*), praktik

creative accounting dianggap tindakan yang etis sepanjang dalam praktiknya tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip akuntansi yang berterima umum. Tidak ada masalah yang dipersoalkan jika tidak ada asimetri informasi antara akuntan yang melakukan *creative accounting* dengan pengguna laporan keuangan perusahaan (Fajri, 2013).

Orientasi etis menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi etis atau tidak etis persepsi seseorang terhadap *creative accounting*. Schlenker dan Forsyth (1977) menyatakan bahwa orientasi etis terbagi menjadi dua dimensi, yaitu relativisme dan idealisme. Jika seseorang yang idealis akan cenderung menghindari tindakan yang dapat merugikan orang lain, sedangkan seseorang yang relativis tidak akan memperhatikan prinsip-prinsip moral yang ada dan lebih mempertimbangkan keadaan sekitar sebelum bertindak dan merespon kejadian pelanggaran etika (Comunale *et al.*, 2006).

Equity sensitivity merupakan penilaian moral sebagian didasarkan pada standar-standar keadilan yang menunjukkan bagaimana keuntungan dan beban didistribusikan (Velasques, 2002). Huseman *et al.* (1987) menyatakan individu dapat dikategorikan sebagai *benevolent*, *equity sensitivities*, dan *entitleds*.

Sifat Machiavellian adalah kecenderungan untuk mengarahkan sebagian besar perilaku individu melalui perolehan kekuasaan dan memanipulasi individu lain untuk kepentingan diri sendiri. Sifat Mechiavellian dikonseptualisasikan sebagai kecenderungan individu untuk tidak mempercayai individu lain, terlibat dalam manipulasi amoral, memperoleh kendali atas individu lain, dan mengangkat status mereka sendiri. Individu Machiavellian cenderung bertindak tidak etis (Dahling *et al.*, 2009). Simic *et al.* (2015) menjelaskan bahwa sifat Machiavellian umumnya berdampak negatif pada berbagai aspek organisasi tanpa memperoleh sanksi yang sepadan. Seseorang yang bersifat Machiavellian lebih rentan terhadap penyimpangan interpersonal dan mengambil keputusan yang tidak etis dari berbagai macam tindakan.

Penelitian-penelitian terdahulu mengenai *creative accounting* dilakukan oleh Sevi *et al.* (2021) bahwa pengetahuan etika dan sensitivitas etis berpengaruh positif terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai *creative accounting*. Sedangkan religiusitas dan orientasi etis tidak berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai *creative accounting*. Pengetahuan etika, religiusitas, sensitivitas etis, dan orientasi etis berpengaruh secara simultan terhadap persepsi mahasiswa

akuntansi mengenai *creative accounting*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Jaya dan Sukirno (2020) mengungkapkan bahwa religiusitas dan orientasi etis berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai *creative accounting*. Juliardi *et al.* (2019) mengangkat mengenai faktor yang memengaruhi persepsi mahasiswa mengenai *creative accounting* menyatakan bahwa pemahaman akuntansi, orientasi etis idealisme, dan gender tidak berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa mengenai *creative accounting*. Sedangkan orientasi etis relativisme dan machiavellian berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa mengenai *creative accounting*.

Mahasiswa akuntansi sebagai calon akuntan harus mempersiapkan diri untuk terjun ke dalam profesi akuntan terlebih harus memperhatikan terhadap isu-isu mengenai permasalahan etis dalam profesi akuntan (Dhamayanti, 2017). Bagi mahasiswa, pengetahuan *creative accounting* mungkin baru diketahui saat pembelajaran dan belum mengetahui detail praktik yang terjadi. Persepsi mahasiswa mengenai isu *creative accounting* dapat menjadi refleksi saat dilema etika terjadi dalam profesi akuntan. Persepsi mengenai *creative accounting* penting bagi mahasiswa akuntansi untuk mengetahui batas tindakan etis yang dapat dilakukan seorang akuntan

dalam menjalankan tugasnya tanpa melanggar aturan dan nilai moral yang berlaku. Selain itu, mahasiswa dapat memahami tindakan yang berpotensi untuk melanggar etika sehingga kelak mahasiswa saat dihadapkan pada dilema etis dapat memilih tindakan yang tepat dan etis. Sebagai calon akuntan di masa mendatang, mahasiswa akuntansi perlu memiliki penilaian etis yang baik terhadap dilema etis yang terjadi termasuk *creative accounting* untuk menjaga profesionalisme, kredibilitas, dan rasa percaya publik terhadap seorang akuntan saat telah terjun langsung dalam dunia kerja. Banyak faktor yang mempengaruhi seseorang memandang suatu tindakan etis atau tidak etis baik dari dalam maupun luar diri seseorang.

Dari uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki tindakan dan perilaku mahasiswa akuntansi di masa mendatang saat mengalami dilema etis *creative accounting* yang ditinjau dari orientasi etis, *equity sensitivity*, dan sifat machiavellian mahasiswa akuntansi.

KAJIAN LITERATUR

Teori Perkembangan Moral Kognitif (Cognitive Moral Development)

Teori Perkembangan Moral Kognitif menyatakan bahwa seseorang cenderung

melakukan tindakan terhadap perilaku yang dianggap etis dengan pertimbangan moral terlebih dahulu. Secara historis, psikologi moral telah didominasi oleh rasionalis, perspektif teoretis perkembangan kognitif, menggunakan tahapan teori untuk menjelaskan perkembangan. Teori Piaget (1932), sering dianggap sebagai teori perkembangan kognitif pertama dari perkembangan moral, menguraikan empat tahap penalaran logis dan dua tahap perkembangan moral: heteronomi dan otonomi. Piaget (1932) mengusulkan bahwa penalaran logis berkembang bersama proses kognitif terkait seperti penalaran abstrak, dan ini membuka jalan bagi perkembangan moral. Kohlberg (1976, 1981, 1984) mengembangkan teori Piaget melampaui masa kanak-kanak, untuk mencakup masa remaja dan dewasa, dan berpendapat bahwa, “karena penalaran moral jelas adalah penalaran, penalaran moral lanjutan bergantung pada penalaran logis lanjutan. Ada kesejajaran antara tahap logis individu dan tahap moralnya” (Kohlberg, 1984b). Kohlberg (1976, 1981) mengusulkan enam tahap penilaian moral, dikelompokkan menjadi tiga tingkatan antara lain *Pre-conventional*, *Conventional*, dan *Post-conventional*.

Persepsi Mahasiswa Akuntansi mengenai Creative Accounting

Creative Accounting adalah praktik mengubah informasi keuangan dengan menggunakan pengetahuan dan pemahaman akuntansi untuk menyajikan laporan keuangan yang terlihat baik dan sehat. *Creative accounting* merupakan proses memanipulasi angka akuntansi dengan mengambil keuntungan dari celah dalam peraturan akuntansi, pilihan pengukuran, dan praktik pengungkapan untuk mengubah laporan keuangan dari apa yang seharusnya menjadi apa yang lebih disukai oleh akuntan untuk dilihat dalam laporan dan proses di mana transaksi disusun sedemikian rupa sehingga menghasilkan informasi akuntansi yang diperlukan daripada melaporkan transaksi dengan cara yang netral dan konsisten (Naser, 1993). Pendapat lain menjelaskan *creative accounting* adalah transformasi informasi keuangan dengan menggunakan metode, estimasi, dan praktik akuntansi yang diperbolehkan oleh standar akuntansi (Amat *et al.*, 2004). Pengertian dari Persepsi Mahasiswa Akuntansi mengenai *Creative Accounting* adalah suatu hasil dari proses memahami yang dilakukan oleh mahasiswa akuntansi mengenai proses transformasi laporan keuangan dengan menggunakan alternatif pilihan yang diperbolehkan oleh Standar Akuntansi dengan tujuan merubah laporan keuangan sesuai dengan yang diinginkan. Persepsi

negatif yang dimiliki mahasiswa mengenai *creative accounting* akan membuat mahasiswa menilai praktik *creative accounting* sebagai praktik yang tidak etis. Sebaliknya, bagi mahasiswa yang mempunyai persepsi positif terhadap *creative accounting*, maka mahasiswa akan menilai praktik *creative accounting* sebagai praktik yang etis.

Orientasi Etis

Orientasi etis didefinisikan sebagai dasar pemikiran dalam menentukan sikap dan arah secara tepat dan benar yang berhubungan dengan dilema etis (Salim, 1991 dalam Mutmainah (2007)). Dengan orientasi etis, akan mendorong seorang individu berperilaku etis dan berpersepsi terhadap perilaku tidak etis yang terjadi di dalam lingkungan sekitarnya. Perilaku etis diartikan sebagai perilaku yang sesuai dengan etika yang berlaku. Berperilaku etis dalam suatu organisasi/lembaga/perusahaan berarti bertindak adil berdasarkan hukum dan peraturan yang berlaku pada ruang lingkup organisasi/lembaga/perusahaan tertentu. O'Higgins dan Kelleher (2005) menjelaskan bahwa orientasi etis adalah salah satu cara dalam mengatasi masalah etika khususnya dalam pengambilan keputusan. Setiap individu memiliki konsep diri sendiri yang turut menentukan perilaku etisnya, sesuai

dengan peran yang disandangnya (Khomsiyah & Indriantoro, 1998). Orientasi etis seorang individu terhadap suatu perilaku etis atau tidak etis dapat dinilai melalui tingkat idealisme dan relativisme yang dimiliki seorang individu. Orientasi etis idealisme mengarah kepada perilaku individu yang harus tepat menurut nilai-nilai moral yang berlaku dan menghindari perilaku yang berkonsekuensi negatif. Orientasi etis relativisme mengarah kepada perilaku individu yang menilai aturan etika bersifat tidak universal karena etika memiliki latar belakang budaya yang berbeda-beda sehingga tindakan moral tergantung pada situasi dan sifat individu yang terlibat.

Equity Sensitivity

Equity sensitivity merupakan suatu persepsi individu terhadap keadilan dengan membandingkan antara *input* dan *outcome* yang diperoleh dari orang lain (Ustadi & Utami, 2005). *Equity* adalah suatu hal yang berhubungan dengan keadilan yang dirasakan seseorang dibanding orang lain (Kartika, 2017). Miles *et al.* (1994) menjelaskan *equity sensitivity* adalah variabel personalitas yang menunjukkan reaksi individu pada perasaan adil atau tidak adil. Reiss dan Mitra (1998) menyarankan untuk menggunakan *equity sensitivity* sebagai salah satu faktor individu yang

memengaruhi perilaku etis seseorang. Huseman *et al.* (1987) membagi tiga kategori persepsi individu terhadap *equity* (adil) dan *inequity* (tidak adil), yaitu *benevolent*, *equity sensitivities*, dan *entitled*. *Benevolent* merupakan seorang yang murah hati atau lebih senang memberi daripada menerima. Dengan kata lain, *benevolent* memiliki lebih banyak *outcomes* yang mereka berikan dibandingkan dengan *input* yang mereka dapatkan. *Benevolent* memiliki kecenderungan untuk seseorang berperilaku etis dan mengutamakan kepentingan banyak orang daripada kepentingan pribadi. *Equity sensitivities* menggambarkan adanya keseimbangan antara *input* dan *outcome*. *Equity sensitivities* merasa tidak puas ketika seseorang diberi penghargaan lebih atau kurang. *Entitled* merupakan seorang yang lebih senang menerima daripada memberi. Dengan kata lain, *entitleds* memiliki lebih banyak *input* yang mereka dapatkan dibandingkan dengan *outcomes* yang mereka berikan. *Entitleds* memiliki kecenderungan berperilaku tidak etis dan mengutamakan kepentingan pribadi daripada kepentingan banyak orang.

Sifat Machiavellian

Machiavellian merupakan faktor yang dapat menyebabkan seseorang berperilaku tidak etis. Machiavellian merupakan istilah yang

diperoleh dari karya tulis Niccolo Machiavelli pada abad ke-16. Beliau merupakan seorang filsuf politik asal Italia. Kemudian, machiavellian digambarkan sebagai hal buruk yang menggunakan segala cara untuk mencapai tujuan pribadi. Sifat Machiavellian memiliki beragam karakteristik disfungsi dan antisosial, misalnya arogansi, pembohong patologis serta tingkat rasa bersalah, penyesalan, dan empati yang rendah (McHoskey *et al.*, 1998). Menurut Richmond (2001) mendefinisikan bahwa machiavellian sebagai suatu proses dimana manipulator mendapat imbalan lebih ketika memanipulasi, sementara orang lain mendapatkan kurang tanpa melakukan manipulasi, setidaknya dalam konteks langsung.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dikembangkan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁: Orientasi Etis berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi Mahasiswa mengenai *Creative Accounting*

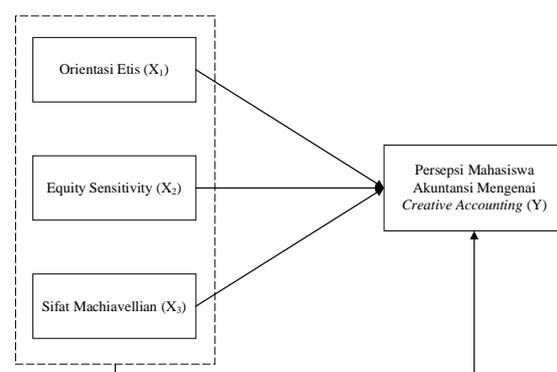
H₂: *Equity Sensitivity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi Mahasiswa mengenai *Creative Accounting*

H₃: Sifat Machiavellian berpengaruh negatif dan signifikan terhadap persepsi

Mahasiswa mengenai *Creative Accounting*

H₄: Orientasi Etis, *Equity Sensitivity*, dan Sifat Machiavellian secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi Mahasiswa mengenai *Creative Accounting*

Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Keterangan Gambar:

X₁ : Orientasi Etis

X₂ : *Equity Sensitivity*

X₃ : Sifat Machiavellian

Y : Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai *Creative Accounting*

→ : Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana penelitian ini bersifat untuk menguji hipotesis yang telah

ditetapkan sebelumnya. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif berkaitan dengan upaya untuk mengukur fenomena sosial dengan mengumpulkan dan menganalisis data numerik serta berfokus pada hubungan antara sejumlah kecil atribut di banyak kasus (Kasim & Antwi, 2015). Dalam penelitian bisnis, pendekatan kuantitatif biasanya digunakan untuk mengukur perilaku, pengetahuan, pendapat, atau sikap konsumen (Cooper & Schindler, 2014).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Waktu Penelitian dilaksanakan pada bulan Juni 2022 sampai dengan November 2022.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan mahasiswa akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNY sebagai populasi penelitian dengan jumlah 483 mahasiswa. Sampel yang diambil sebanyak 107 mahasiswa dengan kriteria sampel mahasiswa akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNY angkatan 2018 dan 2019 serta telah menempuh mata kuliah Akuntansi Keuangan Menengah 1 dan 2, Pengauditan 1 dan 2, dan Etika Bisnis,

Definisi Operasional Variabel

1. Persepsi Mahasiswa Mengenai Creative Accounting

Persepsi *Creative Accounting* bagi mahasiswa akuntansi merupakan interpretasi bagaimana mahasiswa akuntansi melihat praktik *creative accounting* berdasarkan rangsangan yang mereka dapatkan. Dalam penelitian ini, persepsi *creative accounting* mahasiswa dibangun dengan memberikan stimulus dengan orientasi etis, *equity sensitivity*, dan sifat machiavellian. Mahasiswa memberikan persepsi etis atau tidak etis terhadap *creative accounting*.

2. Orientasi Etis

Orientasi etis merupakan dasar pemikiran dalam menentukan sikap dan arah secara tepat dan benar yang berhubungan dengan dilema etis (Salim, 1991 dalam Mutmainah, 2007). Dalam penelitian ini, orientasi etis digunakan untuk membangun persepsi *creative accounting* mahasiswa dimana mahasiswa dapat menentukan apakah *creative accounting* etis atau tidak etis berdasarkan keyakinan dan konsep yang mereka miliki.

3. Equity Sensitivity

Equity sensitivity merupakan suatu persepsi individu terhadap keadilan dengan membandingkan antara

input dan *outcome* yang diperoleh dari orang lain (Ustadi & Utami, 2005). *Equity sensitivities* digunakan untuk membangun persepsi *creative accounting* mahasiswa dimana mahasiswa dapat menentukan apakah *creative accounting* etis atau tidak etis berdasarkan prinsip keadilan yang mereka miliki.

4. Sifat Machiavellian

Sifat Machiavellian digambarkan sebagai suatu kepribadian antisosial, yang tidak memerhatikan moralitas konvensional dan mempunyai komitmen ideologis yang rendah (Christie & Geis, 1970). Dalam penelitian ini, sifat Machiavellian digunakan untuk membangun persepsi *creative accounting* mahasiswa dimana mahasiswa dapat menentukan apakah *creative accounting* etis atau tidak etis berdasarkan sifat dan kepribadian yang mereka miliki.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Instrumen penelitian yang digunakan berupa angket yang dibuat menggunakan Google Form. Penelitian ini memodifikasi skala likert 6 poin untuk pengukuran setiap variabel. Skala likert

dengan 6 poin pilihan menghilangkan pilihan ragu-ragu karena memiliki makna ganda dan adanya kecenderungan seseorang memilih jawaban di tengah atau ragu-ragu karena tidak dapat memberikan jawaban (Kriyantono, 2014). Skala likert 6 poin memiliki nilai indeks validitas dan reliabilitas yang lebih baik dibandingkan skala likert dengan 4 poin (Budiaji, 2013).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, statistik deskriptif, analisis kluster non-hierarki uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Y

No. Butir	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
1	0,428	0,312	Valid
2	0,521	0,312	Valid
3	0,471	0,312	Valid
4	0,502	0,312	Valid
5	0,672	0,312	Valid
6	0,722	0,312	Valid

7	0,666	0,312	Valid
8	0,763	0,312	Valid
9	0,601	0,312	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Seluruh item pertanyaan instrumen untuk variabel Y dinyatakan valid karena nilai *Pearson Correlation* lebih dari R tabel.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel X₁

No. Butir	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
1	0,313	0,312	Valid
2	0,314	0,312	Valid
3	0,586	0,312	Valid
4	0,279	0,312	Tidak Valid
5	0,395	0,312	Valid
6	0,297	0,312	Tidak Valid
7	0,549	0,312	Valid
8	0,551	0,312	Valid
9	0,499	0,312	Valid
10	0,489	0,312	Valid
11	0,770	0,312	Valid
12	0,592	0,312	Valid
13	0,670	0,312	Valid
14	0,602	0,312	Valid
15	0,506	0,312	Valid
16	0,663	0,312	Valid
17	0,665	0,312	Valid
18	0,377	0,312	Valid

19	0,538	0,312	Valid
20	0,565	0,312	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Instrumen pada variabel X₁ hanya dapat digunakan 18 item pertanyaan dari total 20 item pertanyaan karena item pertanyaan nomor 4 dan 6 memiliki nilai *Pearson Correlation* kurang dari R tabel.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel X₂

No. Butir	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
1	0,579	0,312	Valid
2	0,637	0,312	Valid
3	0,489	0,312	Valid
4	0,037	0,312	Tidak Valid
5	0,515	0,312	Valid
6	0,242	0,312	Tidak Valid
7	0,596	0,312	Valid
8	0,378	0,312	Valid
9	0,593	0,312	Valid
10	0,386	0,312	Valid
11	0,597	0,312	Valid
12	0,628	0,312	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Instrumen pada variabel X₂ hanya dapat digunakan 10 item pertanyaan dari total 12 item pertanyaan karena item pertanyaan

nomor 4 dan 6 memiliki nilai *Pearson Correlation* kurang dari R tabel.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel X₃

No. Butir	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
1	0,671	0,312	Valid
2	0,779	0,312	Valid
3	0,723	0,312	Valid
4	0,602	0,312	Valid
5	0,679	0,312	Valid
6	0,690	0,312	Valid
7	0,726	0,312	Valid
8	0,783	0,312	Valid
9	0,695	0,312	Valid
10	0,436	0,312	Valid
11	0,618	0,312	Valid
12	0,715	0,312	Valid
13	0,617	0,312	Valid
14	0,641	0,312	Valid
15	0,530	0,312	Valid

Seluruh item pertanyaan instrumen untuk variabel X₃ dinyatakan valid karena nilai *Pearson Correlation* lebih dari R tabel.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Tabel Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Persepsi Mahasiswa	0,780	0,6	Reliabel

mengenai <i>Creative Accounting</i> (Y)			
Orientasi Etis (X ₁)	0,854	0,6	Reliabel
<i>Equity Sensitivity</i> (X ₂)	0,744	0,6	Reliabel
Sifat Machiavellian (X ₃)	0,907	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Seluruh instrumen dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6.

Deskripsi Data Penelitian

Kuesioner yang terisi sebanyak 107 kuesioner sedangkan kuesioner yang tidak terisi sebanyak 76 kuesioner. Hanya ada 1 kuesioner yang tidak dapat digunakan karena kuesioner tersebut merupakan data ekstrim.

Tabel 6. Tabel Tingkat Keterisian Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Persentase
Jumlah Mahasiswa angkatan 2018 dan 2019	184	100%
Kuesioner yang tidak terisi	76	41,30%
Kuesioner yang tidak dapat digunakan	1	0,54%
Kuesioner yang terisi	107	58,15%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Jenis Kelamin

Reponden didominasi oleh perempuan dengan jumlah dengan reponden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 79 mahasiswa (73,83%) sedangkan sisanya reponden laki-laki sebanyak 29 mahasiswa (26,17%).

Tabel 7. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	28	26,17%
2.	Perempuan	79	73,83%
Total		107	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Usia

Reponden dengan usia 20 tahun sebanyak 1 mahasiswa (0,93%), usia 21 tahun sebanyak 53 mahasiswa (49,53%), usia 22 tahun sebanyak 46 mahasiswa (42,99%), dan usia 23 tahun sebanyak 7 mahasiswa (6,54%). Tidak ada reponden dengan usia 24 dan 25 tahun

Tabel 8. Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	20	1	0,93%
2.	21	53	49,53%
3.	22	46	42,99%
4.	23	7	6,54%
5.	24	0	0%
6.	25	0	0%

Total	107	100%
-------	-----	------

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Angkatan

Sebagian besar reponden berasal dari angkatan 2019 sebanyak 60 mahasiswa (55,14%) sedangkan sisanya berasal dari angkatan 2018 sebanyak 48 mahasiswa (44,86%).

Tabel 9. Jumlah Responden Berdasarkan Angkatan

No.	Angkatan	Jumlah	Persentase
1.	2018	48	44,86%
2.	2019	59	55,14%
Total		107	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Tabel 10. Kategori Kecenderungan Frekuensi Variabel Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai *Creative Accounting*

No.	Interval	Frekuensi	Persentase	Kategori
1.	> 39	19	17,76%	Sangat Etis
2.	24 s.d. 39	79	73,83%	Etis
3.	< 24	9	8,41%	Kurang Etis
Jumlah		107	100,00%	

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa frekuensi Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai *Creative*

Accounting pada kategori sangat etis sebanyak 19 mahasiswa atau sebesar 17,76%, pada kategori etis sebanyak 79 mahasiswa atau sebesar 73,83%, dan pada kategori kurang etis sebanyak 9 mahasiswa atau sebesar 8,41%. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa mahasiswa Akuntansi FE UNY memiliki kecenderungan berpersepsi etis lebih tinggi dibandingkan mahasiswa yang kurang etis dalam situasi terjadinya praktik *Creative Accounting*.

Tabel 11. Hasil Analisis Kluster Non-Hierarki

Kluster	Zscore: Idealisme	Zscore: Relativisme	Jumlah	Persentase
1	0,38201	0,11285	86	80,37%
2	-1,56443	-0,46216	21	19,63%
Total			107	100,00%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa hasil Analisis Kluster Non-Hierarki pada Kluster 1 yang terdiri dari Idealisme dengan Zscore 0,38201 dan Relativisme dengan Zscore 0,11285 terdapat 86 responden dengan persentase sebesar 80,37%. Pada Kluster 2 yang terdiri dari Idealisme dengan Zscore -1,56443 dan Relativisme dengan Zscore -0,46216 terdapat 21 responden dengan persentase sebesar 19,63%. Kluster 1 diinterpretasikan sebagai Kluster Idealisme dengan pengodean angka

1, sedangkan Kluster 2 diinterpretasikan sebagai Kluster Relativisme dengan pengodean angka 2. Dari hasil tersebut, menunjukkan bahwa mahasiswa Akuntansi FE UNY sebagian besar termasuk ke dalam Kluster idealisme.

Tabel 12. Kategori Kecenderungan Frekuensi Variabel *Equity Sensitivity*

No.	Interval	Frekuensi	Persentase	Kategori
1.	> 43,33	62	57,94%	Sangat Etis
2.	26,67 s.d. 43,33	45	42,06%	Etis
3.	< 26,67	0	0,00%	Kurang Etis
Jumlah		107	100,00%	

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa frekuensi *Equity Sensitivity* pada kategori sangat etis sebanyak 62 mahasiswa atau sebesar 57,94%, pada kategori etis sebanyak 45 mahasiswa atau sebesar 42,06%, dan pada kategori kurang etis sebanyak 0 mahasiswa. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa mahasiswa Akuntansi FE UNY memiliki kecenderungan bertindak etis pada suatu dilema etis dengan mengutamakan *output* yang mereka berikan dibandingkan seberapa banyak *input* yang mereka dapatkan.

Tabel 13. Kategori Kecenderungan Frekuensi Variabel Sifat Machiavellian

No.	Interv al	Frek uensi	Persen tase	Kategor i
1.	> 65,00	90	84,11%	Sangat Etis
2.	40,00 s.d. 65,00	9	8,41%	Etis
3.	< 40,00	8	7,48%	Kurang Etis
Jumlah		107	100,00 %	

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa frekuensi Sifat Machivellian pada kategori sangat etis sebanyak 90 mahasiswa atau sebesar 84,11%, pada kategori etis sebanyak 9 mahasiswa atau sebesar 8,41%, dan pada kategori kurang etis sebanyak 8 mahasiswa atau sebesar 7,48%. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa mahasiswa Akuntansi FE UNY memiliki kecenderungan untuk tidak bertindak manipulatif dan memperhatikan norma konvensional yang berlaku dibandingkan dengan mahasiswa yang bersifat manipulatif dan tidak memperhatikan norma konvensional yang berlaku.

Uji Normalitas

Tabel 14. Tabel Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogor ov-Smirnov	Asym p. Sig	Kesimpulan
----------	---------------------	-------------	------------

<i>Unstandardized Residual</i>	0,429	0,993	Normal
--------------------------------	-------	-------	--------

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas data di atas, nilai *Asymp. Sig (2 tailed)* yang diperoleh sebesar 0,993. Nilai tersebut lebih dari nilai α (0,05). Dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini terdistribusi normal.

Uji Linearitas

Tabel 15. Tabel Hasil Uji Linearitas

No.	Korelasi	Sig.	Keterangan
1.	Orientasi Etis – Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai <i>Creative Accounting</i> (X ₁ - Y)	0,145	Linear
2.	<i>Equity Sensitivity</i> – Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai <i>Creative Accounting</i> (X ₂ - Y)	0,582	Linear
3.	Sifat Machiavellian – Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai <i>Creative Accounting</i> (X ₃ - Y)	0,365	Linear

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel hasil uji linearitas data di atas, nilai signifikansi X₁ terhadap Y sebesar 0,145, X₂ terhadap Y sebesar 0,582, dan X₃ terhadap Y sebesar 0,365. Semua nilai

hubungan antarvariabel penelitian lebih dari nilai α (0,05). Dapat disimpulkan bahwa semua hubungan antarvariabel penelitian ini adalah linear.

Uji Multikolinearitas

Tabel 16. Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

No.	Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1.	Orientasi Etis (X ₁)	0,979	1.02	Tidak terjadi multikolinearitas
2.	Equity Sensitivity (X ₂)	0,963	1.03	Tidak terjadi multikolinearitas
3.	Sifat Machiavellian (X ₃)	0,945	1.05	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas di atas, nilai Tolerance semua variabel independen lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF semua variabel independen lebih kecil dari 10,00. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi antarvariabel independen dalam model regresi.

Uji Heterokedasitas

Tabel 17. Tabel Hasil Uji Heterokedasitas

No.	Variabel	Sig.	Keterangan
1.	Orientasi Etis (X ₁)	0,760	Tidak terjadi heterokedasitas

2.	Equity Sensitivity (X ₂)	0,304	Tidak terjadi heterokedasitas
----	--------------------------------------	-------	-------------------------------

No.	Variabel	Sig.	Keterangan
3.	Sifat Machiavellian (X ₃)	0,856	Tidak terjadi heterokedasitas

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel hasil uji heterokedasitas, nilai signifikansi X₁ sebesar 0,760, X₂ sebesar 0,304, dan X₃ sebesar 0,856. Semua nilai signifikansi lebih dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedasitas dalam variabel penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 18. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Y dengan X₁, X₂, dan X₃

Uji Parsial t					
Variabel	Constant	Unstandardized Coefficient	Sig.	t	Keterangan
X ₁		0,295	0,000	5,637	Positif dan signifikan
X ₂	23,063	-0,134	0,121	-1,564	Negatif dan tidak signifikan
X ₃		-0,168	0,003	-3,013	Negatif dan signifikan
Uji F					
F				17,000	

Sig.	0,000 ^b
Adjusted R ²	0,312
Keterangan	Positif dan signifikan

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda Y dengan X₁, X₂, dan X₃ di atas, maka dapat ditentukan persamaan garis regresi, yaitu:

$$Y = 23,063 + 0,295X_1 - 0,134X_2 - 0,168X_3$$

Variabel *Equity Sensitivity* (X₂) dikeluarkan dari model persamaan garis regresi karena nilai signifikansi X₂ (0,121 > 0,05) atau dikatakan tidak signifikan.

Tabel 19. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Y dengan X₁, dan X₃

Uji Parsial t				
Keterangan	Constant	Unstandardized coefficient	Sig.	t
				5,535
X ₁	18,631	0,291	0,000	-
X ₃		-0,185	0,001	3,353
Uji F				
F		23,945		
Sig.		0,000 ^b		
Adjusted R ²		0,302		

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji hasil uji regresi linear berganda Y dengan X₁, dan X₃ di atas,

maka dapat ditentukan persamaan garis regresi, yaitu:

$$Y = 18,631 + 0,291X_1 - 0,185X_3$$

Dari tabel ringkasan hasil uji regresi linear berganda Y dengan X₁, X₂, dan X₃ di atas, menunjukkan nilai signifikansi untuk hipotesis 1 sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 (0,000 < 0,05). Dilihat dari hasil t_{hitung} untuk uji regresi ini adalah sebesar 5,637 dan t_{tabel} sebesar 1,9832. Berdasarkan pada nilai signifikansi dan hasil t_{hitung} tersebut, dapat disimpulkan bahwa Orientasi Etis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi mengenai Praktik *Creative Accounting* sehingga hipotesis 1 terdukung.

Nilai signifikansi untuk hipotesis 2 sebesar 0,085 yang berarti lebih dari 0,05 (0,121 > 0,05). Dilihat dari hasil t_{hitung} untuk uji regresi ini adalah sebesar 1,564 dan t_{tabel} sebesar 1,9832. Berdasarkan pada nilai signifikansi dan hasil t_{hitung} tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Equity Sensitivity* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi mengenai Praktik *Creative Accounting* sehingga hipotesis 2 tidak terdukung.

Nilai signifikansi untuk hipotesis 3 sebesar 0,003 yang berarti kurang dari 0,05 (0,003 < 0,05). Dilihat dari hasil t_{hitung} untuk uji regresi ini adalah sebesar 3,013 dan t_{tabel}

sebesar 1,9832. Berdasarkan pada nilai signifikansi dan hasil t_{hitung} tersebut, dapat disimpulkan bahwa Sifat Machiavellian berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi mengenai Praktik *Creative Accounting* sehingga hipotesis 3 terdukung.

Nilai signifikansi untuk hipotesis 4 positif sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dilihat dari hasil F_{hitung} untuk uji regresi ini adalah sebesar 17,000 dan F_{tabel} sebesar 2,69. Berdasarkan pada nilai signifikansi dan hasil F_{hitung} tersebut, dapat disimpulkan bahwa Orientasi Etis, *Equity Sensitivity*, dan Sifat Machiavellian secara simultan berpengaruh positif terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi mengenai Praktik *Creative Accounting* sehingga hipotesis 4 terdukung.

Pengaruh Orientasi Etis terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi mengenai *Creative Accounting*

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Jaya dan Sukirno (2020) yang menyatakan bahwa orientasi etis memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai praktik *creative accounting*. Namun, tidak sejalan dengan penelitian Sevi, dkk (2021) yang menyatakan bahwa orientasi etis tidak berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai praktik *creative*

accounting. Hasil penelitian ini juga mendukung Teori Perkembangan Moral Kognitif yang menyatakan bahwa seseorang yang memiliki idealisme yang tinggi akan cenderung bertindak etis atau menolak dalam situasi praktik *creative accounting* sedangkan seseorang yang memiliki relativisme yang tinggi akan cenderung bertindak tidak etis atau menerima dalam situasi praktik *creative accounting*.

Idealisme merupakan orang yang memiliki kecenderungan untuk menghindari tindakan yang merugikan orang lain dan dapat menimbulkan konsekuensi negatif. Seseorang akan memilih tindakan yang memiliki resiko negatif dalam pengambilan keputusan dalam dilema etik. Dengan demikian, seseorang juga akan mematuhi etika dan peraturan yang berlaku.

Pengaruh *Equity Sensitivity* terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi mengenai *Creative Accounting*

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Endro dan Lucyanda (2012) yang menyatakan bahwa *equity sensitivity* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku etis mahasiswa akuntansi. Namun, tidak sejalan dengan penelitian Navalina, dkk (2020) yang menyatakan bahwa *equity sensitivity* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku etis mahasiswa akuntansi. Hasil penelitian ini tidak mendukung Teori

Perkembangan Moral Kognitif yang menyatakan Teori Perkembangan Moral Kognitif mendasari *equity sensitivity* dimana perkembangan moral juga berasal dari hadiah (*reward*) dan hukuman (*punishment*) yang diberikan kepada seseorang dan kebenaran diukur berdasar keadilan atau pertukaran yang berimbang.

Equity sensitivity merupakan suatu persepsi individu terhadap keadilan dengan membandingkan antara *input* dan *outcome* yang diperoleh dari orang lain (Ustadi dan Utami, 2005). Keadilan tumbuh dalam diri suatu individu dengan ideologi dan pengetahuan masing-masing individu. Perbedaan prinsip keadilan masing-masing individu, menghasilkan persepsi dan keputusan etis yang berbeda juga dalam kondisi dilema etis. Dari hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *equity sensitivity* tidak secara langsung memengaruhi persepsi mahasiswa akuntansi mengenai *creative accounting*. Prinsip keadilan yang dimiliki mahasiswa tidak cukup untuk mendorong mahasiswa akuntansi membentuk persepsi mengenai *creative accounting* dibandingkan orientasi etis dan sifat machiavellian. Faktor di luar *equity sensitivity* berperan dominan dalam membentuk persepsi mahasiswa akuntansi mengenai *creative accounting*. Selain itu, Mahasiswa dimungkinkan belum memahami prinsip keadilan yang didasari

oleh perbandingan *outcomes* dan *inputs* karena mahasiswa belum bekerja secara langsung.

Pengaruh Sifat Machiavellian terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi mengenai *Creative Accounting*

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari dan Widanaputra (2019) yang menyatakan bahwa sifat machiavellian berpengaruh negatif pada persepsi etis mahasiswa akuntansi. Namun, tidak sejalan dengan penelitian Navalina, dkk (2020) yang menyatakan bahwa sifat machiavellian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku etis mahasiswa akuntansi. Hasil penelitian ini juga mendukung Teori Perkembangan Moral Kognitif yang menyatakan bahwa seseorang dengan sifat machiavellian yang tinggi akan cenderung menerima praktik *creative accounting* sedangkan seseorang dengan sifat machiavellian yang rendah akan cenderung menolak praktik *creative accounting*.

Sifat Machiavellian diartikan sebagai karakteristik pembohong dan manipulator dengan moral rendah yang mementingkan tujuan pribadi. Seseorang dengan sifat machiavellian tinggi akan memiliki kecenderungan untuk menjadi pembohong dan manipulator. Dalam situasi praktik *creative accounting*, seseorang dengan sifat machiavellian tinggi akan melakukan

tindakan tidak etis dengan melakukan perubahan pada laporan keuangan. Alasan dari tindakan tidak etis tersebut dapat dipicu oleh tujuan pribadi, misalnya “memperindah” laporan keuangan guna mendapat *reward* dari atasan. Seseorang dengan sifat machiavellian rendah tentunya akan menghindari praktik *creative accounting* karena dia akan lebih memperhatikan moral konvensional yang berlaku.

Pengaruh Orientasi Etis, *Equity Sensitivity*, dan Sifat Machiavellian secara simultan terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi mengenai *Creative Accounting*

Orientasi etis merupakan dasar pemikiran seseorang dalam menentukan sikap dan arah secara tepat dan benar yang berasal dari dalam diri suatu individu dalam menanggapi suatu dilema etis. Orientasi etis juga mendorong seseorang untuk melakukan tindakan etis dan berpersepsi terhadap suatu perilaku yang tidak etis dalam lingkungan suatu individu.

Equity sensitivity adalah suatu persepsi seseorang terhadap keadilan dengan membandingkan antara *input* dan *outcome* yang diperoleh. Rasa keadilan satu orang dengan orang yang lain berbeda-beda sehingga menciptakan persepsi yang beda pula terhadap suatu dilema etis. Ketidakadilan cenderung mendorong

seseorang untuk bertindak tidak etis. Sebaliknya, keadilan akan cenderung mendorong seseorang untuk bertindak etis.

Sifat machiavellian merupakan kondisi dimana seseorang sebaiknya melakukan tindak kecurangan daripada tidak sama sekali karena para pelaku kecurangan tersebut beranggapan bahwa dengan melakukan kecurangan akan memperoleh hasil lebih banyak dibandingkan tidak melakukannya sama sekali. Anggapan tersebut akan memengaruhi pengambilan keputusan terhadap kondisi dilema etis.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Orientasi Etis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Mahasiswa Mengenai *Creative Accounting*. Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis regresi berganda dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga hipotesis pertama terdukung.

Equity Sensitivity berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Persepsi Mahasiswa Mengenai *Creative Accounting*. Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis regresi berganda dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,121 yang berarti lebih

dari 0,05 ($0,121 > 0,05$) sehingga hipotesis kedua tidak terdukung.

Sifat Machiavellian berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Persepsi Mahasiswa Mengenai *Creative Accounting*. Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis regresi berganda dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,003 yang berarti kurang dari 0,05 ($0,003 < 0,05$) sehingga hipotesis ketiga terdukung.

Orientasi Etis, *Equity Sensitivity*, dan Sifat Machiavellian secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Mahasiswa Mengenai *Creative Accounting*. Sebesar 31,2% variabel Persepsi Mahasiswa Akuntansi mengenai Praktik *Creative Accounting* (Y) dipengaruhi oleh variabel independen Orientasi Etis, *Equity Sensitivity*, dan Sifat Machiavellian secara simultan, sedangkan sisanya 68,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis regresi berganda dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga hipotesis keempat terdukung.

Saran

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas jangkauan responden agar lebih mewakili persepsi mahasiswa akuntansi yang ada.

Penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel-variabel independen berbeda yang dapat memengaruhi persepsi mahasiswa akuntansi mengenai praktik *creative accounting* baik faktor yang internal individu maupun faktor eksternal individu.

Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan menggunakan bahasa yang lebih mudah dipahami bagi responden agar dapat menjawab sesuai keadaan yang sebenarnya untuk menghindari terjadinya bias.

DAFTAR PUSTAKA

- Amat, O., Fabra, U. P., & Gowthorpe, C. (2004). *Creative Accounting: Nature, Incidence and Ethical Issues*. 1–19.
- Budiaji, W. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert. *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan*, 2(2), 127–133.
- Christie, R., & Geis, F. L. B. T. (1970). *Studies in Machiavellianism*. Academic Press.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-12-174450-2.50001-4>
- Comunale, C. L., Sexton, T. R., & Gara, S. C. (2006). Professional ethical crises. *Managerial Auditing Journal*, 21(6), 636–656.
<https://doi.org/10.1108/02686900610674906>
- Dahling, J. J., Whitaker, B. G., Levy, P. E., Whitaker, B. G., & Levy, P. E. (2009). The Development and Validation of a New Machiavellianism Scale. *Journal of Management*, May 2008.
<https://doi.org/10.1177/0149206308318618>

- Dhamayanti, M. D. (2017). *Pengaruh Pengetahuan Etika, Profesi Akuntan, dan Orientasi Etis terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Creative Accounting*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fajri, A. (2013). *Praktik-Praktik Creative Accounting*.
- Huseman, R. C., Hatfield, J. D., & Miles, E. W. (1987). A New Perspective on Equity Theory: The Equity Sensitivity Construct. *Academy Of Management Fieview*, 12(2).
- Jaya, I. P., & Sukirno. (2020). *The Effect of Religiosity and Ethical Orientation on Perceptions of Undergraduate Accounting Students on Creative Accounting*. 12(1), 68–76.
- Jones, M. (2011). *Creative Accounting, Fraud and International Accounting Scandals*.
- Juliardi, D., Bavana, M., & Firdaus, M. I. (2019). *Factors Affecting Accounting Students ' Perception About Creative Accounting*. 124, 58–67.
- Kamiński, R. (2014). Creative accounting does not need to equal falsification of accounts. *Journal of Economics World*, 2(4), 272–280.
- Kartika, T. P. D. (2017). Sifat Machiavellian, Orientasi Etis, Equity Sensitivity dan Budaya Jawa terhadap Perilaku Etis dengan Independensi sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 1023–1034.
- Khomsiyah, K., & Indriantoro, N. (1998). Pengaruh Orientasi Etika terhadap Komitmen dan Sensitivitas Etika Editor Pemerintah di Jakarta. *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 1(2).
- Kohlberg, L. (1976). *Moral stages and moralization: the cognitive-developmental approach*. In T. Lickona (Ed.). *Moral development and behavior: Theory, research and social issues* (pp. 31–54). Holt, Rinehart and Winston.
- Kohlberg, L. (1981). *The philosophy of moral development: Moral stages and the idea of justice*.
- Kohlberg, L. (1984a). *Essays on moral development, Vol. II. Harper and Row*. The psychology of moral development.
- Kohlberg, L. (1984b). *The psychology or moral development: The nature and validity of moral stages* (2nd ed.). Harper and Row.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- McHoskey, J. W., Worzel, W., & Szyarto, C. (1998). Machiavellianism and psychopathy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(1), 192.
- Miles, E. W., Hatfield, J. D., & Huseman, R. C. (1994). Equity sensitivity and outcome importance. *Journal of Organizational Behavior*, 15(7), 585–596.
- Mutmainah, S. (2007). Studi tentang Perbedaan Evaluasi Etis, Intensi Etis (Etical Intention) dan Orientasi Etis dilihat dari Gender dan Disiplin Ilmu: Potensi Rekrutment Staf Profesional pada Kantor Akuntan Publik. *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 10(1).
- Naser, K. H. M. (1993). *Creative financial accounting: its nature and use*. New York: Prentice Hall. <http://lib.ugent.be/catalog/rug01:001379557>
- O'Higgins, E., & Kelleher, B. (2005). Comparative perspectives on the ethical orientations of human resources,

- marketing and finance functional managers. *Journal of Business Ethics*, 56(3), 275–288.
- Odia, J. O., & Ogiedu, K. O. (2013). Corporate Governance , Regulatory Agency and Creative Accounting Practices in Nigeria. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(3), 55–66. <https://doi.org/10.5901/mjss.2013.v4n3.p55>
- Piaget, J. (1932). The moral judgment of the child. In *The moral judgment of the child*. Harcourt, Brace.
- Reiss, M. C., & Mitra, K. (1998). The effects of individual difference factors on the acceptability of ethical and unethical workplace behaviors. *Journal of Business Ethics*, 17(14), 1581–1593.
- Richmond, K. A. (2001). *Ethical reasoning, Machiavellian behavior, and gender: The impact on accounting students' ethical decision making*. Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Schlenker, B. R., & Forsyth, D. R. (1977). On The Ethics of Psychological Research. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13(4), 369–396. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0022-1031\(77\)90006-3](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0022-1031(77)90006-3)
- Sevi, D., Mulyati, S., & Kurniawan, A. (2021). *The Effect Of Knowledge Of Ethics , Religiosity , Ethical Sensitivity , Ethical Orientation To Accounting Students Perception Of Creative Accounting Practices*. 05, 63–88.
- Simic, I., Matović, I. M., & Stojkovic, N. V. (2015). Analysis of Machiavellian behavior of students in the Republic of Serbia. *Facta Universitatis. Series: Economics and Organization*, 12, 199–208.
- Smith, T. (1992). Accounting for growth. London. *Century Business*.
- Ustadi, N. H., & Utami, R. D. (2005). Analisis Perbedaan Faktor-Faktor Individual Terhadap Persepsi Perilaku Etis Mahasiswa: Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi dan Manajemen di Perguruan Tinggi Se-Karesidenan Surakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing (JAA)*, 1(Nomor 1), 162–180.
- Velasques, M. G. (2002). *Etika Bisnis Konsep dan Kasus*. Andi.