

**PENGARUH IDEALISME, RELATIVISME, STATUS SOSIAL EKONOMI
TERHADAP PERSEPSI ETIS MAHASISWA AKUNTANSI MENGENAI
AKUNTANSI KREATIF DENGAN *LOVE OF MONEY* SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta)**

Nindi Monita

nindimonita@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Akuntansi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jl. Lingkar Selatan, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55183

Dosen pembimbing

Dra. Arum Indasari, M.buss., Ak., CA.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Idealism, Relativism, Socio-Economic Status on the Ethical Perceptions of Accounting Students in Creative Accounting with Love of Money as Intervening variables. The sample used was an active undergraduate student majoring in Accounting, Muhammadiyah University Yogyakarta, who have taken professional and business ethics courses and have not taken ethics courses profession and business which includes class of 2016, 2017, 2018. This study uses a purposive sampling method. The type of data used in this study is primary data. Based on the process of distributing the questionnaire, a sample of 120 respondents was obtained. Hypothesis testing in this study uses SPSS Software with multiple regression analysis and Path Analysis. The results showed that Idealism, Socio-Economic Status and Love of Money negatively affected the Ethical Perceptions of Accounting Students in Creative Accounting. Relativism has a positive effect on the Ethical Perceptions of Accounting Students in Creative Accounting. Socio-Economic Status has a positive effect on Love of Money. Socio-Economic Status has a negative effect on Ethical Perceptions of Accounting Students in Creative Accounting when it is associated with Love of Money as an intervening variable.

Keywords: *Student Ethical Perception, Creative Accounting, Idealism, Relativism, Socio-Economic Status, Love of Money*

PENDAHULUAN

Dalam praktik bisnis pelaporan keuangan sangat di perlukan dalam pengambilan keputusan manajemen maupun bagi investor. Ketika dalam pelaporan keuangan berisi informasi keuangan yang di sajikan dengan baik yang mencangkup semua kebutuhan pemangku kepentingan maka laporan keuangan tersebut akan membuat nilai pasar perusahaan meningkat. Semakin ketatnya persaingan di lingkungan bisnis maka membuat setiap entitas bersaing untuk mencoba menutupi kerugiannya (Shahid & Ali, 2016). Ini diakibatkan karena standar akuntansi *Generally Accepted Accounting Principles* (GAAP) dan *International Financial Reporting Standards* (IFRS) sehingga membuat aturan lebih fleksibel dan membuat semakin terbukanya inovasi alternative terhadap berbagai metode akuntansi.

Akibat fleksibilitas dalam pemilihan metode membuat praktik-praktik manipulatif mudah di lakukan seperti perubahan pembukuan laporan keuangan atau yang lebih di kenal sebagai *creative accounting* Ketika akuntan mencoba untuk melakukan kreatifitas pada pelaporan keuangan, baik mengubah metode, melebih-lebihkan aset maupun mengurangi biaya yang berakhir pada tindakan manipulatif maka peran profesi akuntan dalam memahami etika profesinya di pertanyakan (Shahid & Ali, 2016).

Praktik *creative accounting* merupakan suatu ancaman dan tantangan bagi profesi akuntan. Akuntan mampu menggunakan pengetahuannya untuk memanipulasi angka-angka dalam penyajian laporan keuangan yang terdapat pada entitas bisnis. Walaupun menggunakan metode akuntansi berterima umum namun praktik *creative accounting* dapat menyesatkan bahkan menipu pengguna laporan keuangan. Tindakan kreatif inilah yang di sebut sebagai *creative accounting*, dimana kreasi dalam penyajian laporan keuangan yang di gunakan untuk memenuhi harapan manajer dalam mempertahankan posisi keuangan dan kinerja entitas yang pada akhirnya dapat menimbulkan kekeliruan dalam jalannya perusahaan.

Ahli akademisi dan profesional berpendapat bahwa keterampilan profesional tidak terlepas dari pendidikan etika. Etika profesi khusus berlaku

untuk setiap kelompok profesi termasuk akuntan ini di karenakan setiap profesi memiliki aturan baik tertulis maupun tidak tertulis (Sugiantari, 2016). Menurut Wyatt (2004), profesi akuntan mempunyai kekuatan dan kelemahan dimana kelemahan tersebut merupakan bentuk dari keserakahan korporasi dan individu. Pelanggaran etika akuntan seperti perekayasa data akuntansi untuk menunjukkan kinerja keuangan perusahaan agar tampak lebih baik dari yang sebenarnya (Afifah, 2015).

Berawal dari kasus Enron perusahaan terbesar di Amerika Serikat yang menyembunyikan kerugiannya sehingga menimbulkan kebangkrutan dan meninggalkan hutang yang sangat besar serta kasus Worldcom, Lehman Brothers, Washington Mutual dan lain sebagainya . Berbagai kasus profesi akuntan juga terjadi di Indonesia yang terjadi pada akhir tahun 2018 yakni kasus Akuntan Publik Murlina dan Kantor Akuntan Publik (KAP) Satrio Bing Eny dan Rekan (SBE) di bawah entitas Deloitte Indonesia yang melakukan audit pada PT Sunprima Nusantara *Finance* (SNP *Finance*), dimana menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) perusahaan tidak menyajikan laporan keuangan yang tidak sesuai dengan keuangan yang benar secara signifikan sehingga menyebabkan kerugian di berbagai pihak namun kedua KAP tersebut memberikan opini wajar tanpa pengecualian.

Mahasiswa sebagai agen akuntan masa depan harus mampu membuktikan bahwa seorang akuntan dapat bekerja secara professional walaupun banyaknya skandal yang terjadi sehingga ketika memasuki dunia kerja dan terjadi sebuah kasus pada perusahaan yang dimasukinya, seorang akuntan dapat menunjukan bahwa profesi akuntan tidak memiliki kecenderungan berpihak pada satu perusahaan yang di masukinya walaupun telah terjadi skandal (Sugiantari, 2016). Oleh karena itu reaksi dan perespsi mahasiswa terhadap kasus-kasus yang terjadi dapat di lihat dari seberapa besar muatan etika pengetahuan profesi akuntan di terapkan dan di terima oleh mahasiswa yang nantinya akan menimbulkan suatu opini atau persepsi mengenai perilaku etis, dalam hal ini perilaku etis tersebut dapatt dikaitkan dengan orientasi etis mahasiswa baik sikap idealisme maupun relativisme.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali penelitian sebelumnya, Sugiantari (2016) mengenai pengaruh orientasi etis (idealisme, relativisme) dan *love of money* terhadap persepsi etis mahasiswa terhadap skandal etika akuntan. Penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh antara Idealisme dan *love of money* terhadap krisis etika akuntan. Selain itu menguji kembali penelitian sebelumnya Arrindla (2016), yaitu pengaruh pendapatan dan Kecerdasan Spiritual terhadap persepsi etis mahasiswa terhadap krisis etika akuntan dengan *love of money* sebagai variabel intervening. Dalam penelitian tersebut mengemukakan bahwa tidak ada pengaruh antara pendapatan dan *love of money*.

Dari uraian penjelasan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Idealisme, Relativisme dan Status Sosial Ekonomi terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi tentang *Creative Accounting* dengan *Love of Money* sebagai Variabel Intervening”**. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Sugiantari (2016) dan Arrindla (2016), dimana peneliti ingin mengetahui pengaruh dari variabel-variabel terhadap persepsi etis mahasiswa di Indonesia mengenai krisis etika akuntan. Penelitian ini perlu dilakukan kembali mengingat tindak kecurangan dan manipulasi terhadap laporan keuangan yang melibatkan profesi akuntan masih banyak dan mempengaruhi keberadaan profesi akuntan. Penelitian ini dilakukan karena masih banyak ketidak konsistensian dalam penelitian sebelumnya dan penggunaan sampel yang berbeda yang memungkinkan jawaban yang dihasilkan akan berbeda pula.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni menambahkan satu variabel independen dan merubah satu variabel independen menjadi variabel intervening. Penelitian terdahulu hanya memiliki tiga variabel independen yakni, idealisme, relativisme dan *love of money*. Namun dalam penelitian ini di tambahkan status sosial ekonomi dalam hal ini pendapatan serta merubah satu variabel independen terdahulu menjadi variabel intervening yaitu *love of money*. Penambahan variabel independen dan perubahan variabel independen menjadi intervening didasarkan atas penelitian terdahulu (Arridla, 2016). Dalam penelitian ini juga lebih mengacu praktik *creative accounting*

karena penyajian laporan keuangan di tentukan oleh profesi akuntan yang memiliki berbagai alternative pihan untuk menyajikan laporan keuangan.

Perbedaan juga terdapat pada sampel penelitian dimana penelitian terdahulu mengambil sampel pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana namun dalam penelitian ini menggunakan sampel Mahasiswa S1 yang telah menerima mata kuliah pendidikan etika profesi dan bisnis maupun belum menerima pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penggunaan sampel bagi mahasiswa akuntansi yang belum menerima pendidikan etika profesi menarik karena mahasiswa tersebut belum sepenuhnya mengetahui kode etik profesi yang nantinya sebagai acuan dalam profesi akuntan. Sedangkan Mahasiswa yang telah menerima mata kuliah profesi akuntan telah memiliki pengetahuan terhadap kode etik profesi akuntan yang nantinya akan menjadi landasan mereka untuk tujuan profesi akuntannya (Gunawan & Sukirman, 2018).

TINJAUAN LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori Moral Kognitif

Teori Perkembangan moral oleh (Pieget, 1932) dalam buku *The Moral Judgement of a Child* yang mengemukakan mengenai perkembangan moral termasuk keputusan anak. Dalam teori ini menjelaskan bagaimana anak mampu beradaptasi dengan lingkungan dan mengintrepretasikan suatu kejadian yang terjadi. Penelitian etika yang dilakukan oleh Kohlberg (1969) yang di dasarkan antas teori Pieget (1932), memiliki bagaimana cara berfikir seorang anak melalui sebuah pengalaman yang di dapat. Pemahaman konsep moral tersebut yaitu keadilan, hak, kesetaraan, dan kesejahteraan manusia.

Untuk mengukur tinggi rendahnya moral anak maka dapat di lihat dari perkembangan moral. Menurut Kohlberg (1969) perkembangan moral memiliki tiga perkembangan moral yaitu pra-konvensional, konvensional dan pasca-

konvensional. Dalam setiap tahapan perkembangan moral akan mempengaruhi tingkat pengetahuan yang dimilikinya. Sehingga teori moral kognitif dapat mencakup segala perilaku psikologi manusia untuk dapat mengoptimalkan kemampuan rasionalnya (Kohlberg, 1969).

Etika

Dalam bahasa Yunani etika adalah Etika “ethos” yang berarti kebiasaan. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah suatu penilaian masyarakat dan golongan mengenai penilaian benar atau salah. Kebiasaan dalam kaitan ini berdasarkan atas kebiasaan baik kepada orang lain maupun masyarakat sekitar. Etika merupakan suatu pedoman berperilaku agar mampu di terima di lingkungan masyarakat dengan melakukan perbuatan baik untuk mendapat pengakuan dari masyarakat untuk meningkatkan harkat dan martabat seseorang (Munawir, 2005).

Persepsi

Dalam bahasa Inggris perception yakni persepsi apabila dilatinkan berarti suatu penerimaan atau mengambil. Persepsi etis merupakan suatu pandangan untuk menilai mengenai tindakan perilaku tidak etis atau tindakan kecurangan. Menurut Normadewi, (2012) persepsi merupakan suatu penerimaan, pengorganisasian dan penafsiran tertentu yang dapat mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap seseorang. Robbins dan Judge (2007) mengemukakan terdapat tiga factor yang mempengaruhi persepsi yakni situasi, objek dan pemersepsi. Berdasarkan teori Robbins dan Judge (2007) terdapat beberapa factor yang

mempengaruhi sebuah persepsi yaitu orientasi etis (idealisme dan relativisme) dan status sosial ekonomi.

Akuntansi Kreatif (*Creative Accounting*)

Akuntansi kreatif (*creative accounting*) atau dapat dikenal dengan window dressing merupakan suatu praktik yang dilakukan oleh profesi akuntan dengan kemampuan yang dimilikinya untuk memanipulasi penyajian pelaporan keuangan. Menurut Sulistiawan (2006), *creative accounting* merupakan bagian dari suatu organisasi atau entitas yang tidak lepas dari penggunaan berbagai metode untuk menghasilkan kebijakan akuntansi yang diinginkan. *Creative accounting* menjadi suatu dilema etika ketika harus sesuai dalam menggunakan berbagai metode akuntansi yang sesuai hukum dan standar akuntansi agar tidak menyebabkan misrepresentasi pelaporan

Idealisme

Idealisme menurut Fichte merupakan suatu pandangan untuk menyadarkan moral dan etika manusia menjadi lebih ideal. Comunale (2006), mengemukakan bahwa individu yang idealis akan memegang teguh prinsip untuk selalu berperilaku etis ketika menjalankan profesinya. Karena prinsip yang melekat selalu digunakan maka sebisa mungkin individu akan menghindari perilaku yang membuat rugi orang lain dan menghasilkan konsekuensi negative untuk diri sendiri maupun orang lain. Idealisme juga merupakan sikap dimana tindakan yang tepatlah yang akan menimbulkan hasil yang diinginkan. Forsyth (1992), individu yang memiliki sikap idealis akan bersikap lebih tegas sehingga tidak akan merugikan orang lain ketika menyikapi suatu pandangan yang melanggar perilaku etis. Dari uraian asumsi yang didasarkan pada penelitian terdahulu tersebut, dapat diturunkan hipotesis 1 sebagai berikut:

H1: Idealisme berpengaruh negatif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi pada akuntansi kreatif.

Relativisme

Relativisme menurut Forsyth (2001), merupakan suatu bentuk penolakan terhadap nilai dan norma yang berlaku dalam suatu perilaku etis. Relativisme juga berpandangan bahwa tidak adanya aturan pasti yang mengatur mengenai standar berperilaku tidak etis karena individu tersebut lebih melihat pada kondisi lingkungan sebelum memberikan sebuah tanggapan atas tindakan tidak etis. Forsyth (1992), perilaku etis dan tidak etis tergantung pada pandangan masyarakat sekitar. Individu yang memiliki relativitas yang tinggi akan cenderung mengabaikan prinsip-prinsip yang ada namun lebih beradaptasi pada kondisi lingkungan. Sehingga berdasarkan uraian asumsi di atas, maka dapat di turunkan hipotesis 2 sebagai berikut:

H2: Relativisme berpengaruh positif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi pada akuntansi kreatif.

Status Sosial Ekonomi

Status sosial ekonomi dalam hal ini mengacu pada pendapatan seseorang yang berdasarkan berbagai bidang baik dalam penghasilan, pekerjaan maupun dalam perkumpulan sosial (Arrindla, 2016). Dalam penelitian lain yang di lakukan oleh Erni (2013) mengemukakan bahwa individu dengan status sosial ekonomi yang tinggi dalam hal pendapatan akan berperilaku konsumtif untuk memenuhi kebutuhannya. Sedangkan kebalikannya ketika individu memiliki pendapatan atau penghasilan yang rendah maka cenderung memiliki tingkat konsumsi terhadap kebutuhan yang rendah. Berdasarkan asumsi penelitian diatas dapat di uraikan hipotesis 3 sebagai berikut:

H3: Status sosial ekonomi berpengaruh negative terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi pada akuntansi kreatif.

H4: Status sosial ekonomi berpengaruh positif terhadap love of money

Love of money

Uang merupakan sesuatu yang di gunkan secara universal, namun hakikat arti dari uang tidak mampu di terima secara luas (Mc Clelland, 1976). Individu yang memiliki tingkat love of money yang tinggi akan selalu menganggap bahwa

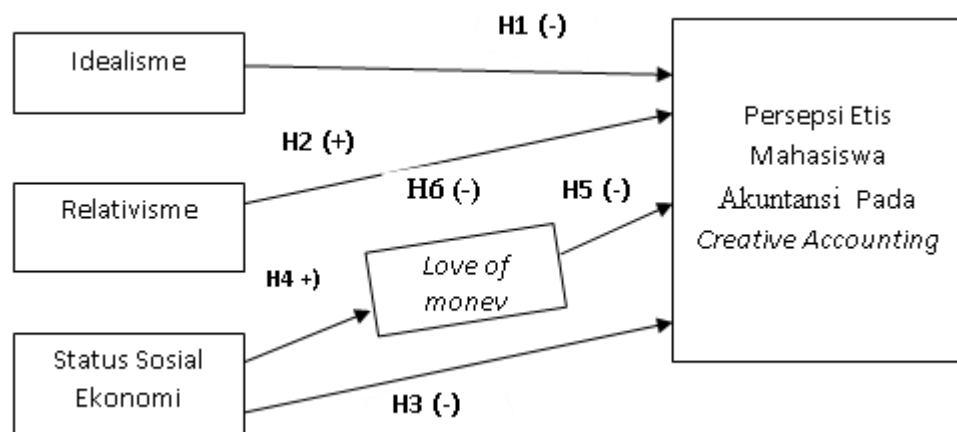
uang adalah suatu kebutuhan yang utama dan selalu memiliki keinginan untuk mendapatkan uang yang banyak. Ketika seseorang terlalu mencintai uang ia dapat melakukan berbagai macam cara untuk mendapatkannya salah satunya melakukan pelanggaran etika. Berdasarkan uraian asumsi di atas dapat di turunkan hipotesis 5 sebagai berikut:

H5: *Love of money* berpengaruh negatif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi pada akuntansi kreatif.

H6: Status sosial ekonomi berpengaruh negatif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi pada akuntansi kreatif melalui *love of money*.

Model Penelitian

Model penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1
Model Peneliti

METODE PENELITIAN

Objek dan Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan populasi mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang merupakan salah satu Perguruan tinggi yang memiliki akreditasi program studi akuntansi A di Yogyakarta. Sampel yang di gunakan adalah mahasiswa aktif S1 baik mahasiswa tingkat akhir maupun mahasiswa aktif yang sudah menempuh mata kuliah etika profesi dan bisnis dan belum menempuh mata kuliah etika profesi dan bisnis yang meliputi angkatan 2016, 2017, 2018.

Jenis Data

Data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang di peroleh dengan dari kuesioner sebagai instrumen utama yang di gunakan. Dimana perolehan data tersebut diperoleh secara langsung melalui jawaban dari responden ketika mengisi kuesioner yang diberikan.

Teknik Pengambilan Sampel

Pemilihan sampel yang digunakan menggunakan metode purposive sampling, merupakan suatu metode pemilihan sampel yang telah memiliki karakteristik yang telah di tentukan sebelumnya. Dalam hal ini sampel yang di gunakan adalah mahasiswa aktif S1 jurusan akuntansi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang sedang menempuh dan belum menempuh mata kuliah etika profesi dan bisnis angkatan 2016, 2017 dan 2018.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan membagikan kuesioner secara langsung pada mahasiswa S1 jurusan akuntansi yang sudah dan belum menempuh mata kuliah etika profesi dan bisnis. Kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaann tersebut dibagikan langsung kepada responden yakni mahasiswa. Kuesioner yang telah diisi oleh responden (mahasiswa) kemudian langsung dikembalikan kepada peneliti.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu persepsi etis mahasiswa akuntansi tentang *creative accounting*. Untuk mengukur persepsi etis mahasiswa akuntansi tentang *creative accounting*, penelitian ini menggunakan skenario Sugiantari (2016) dan Arrindla (2016) untuk mengetahui bagaimana seseorang bersikap dan mampu menilai suatu keadaan yang berkaitan dengan pelanggaran etis. Penelitian ini berisi 5 item pertanyaan dengan 4 point skala likert.

Variabel Independen

Idealisme

Idealisme merupakan suatu pandangan dalam menyadarkan moral untuk menjadi individu yang lebih ideal. Forsyth (1992), menyatakan bahwa individu yang memiliki pandangan idealis yang tinggi akan bersikukuh pada aturan yang telah ditetapkan dan akan menghindari perilaku yang merugikan orang lain. Dalam penelitian ini instrumen diukur dengan menggunakan kuesioner milik Hanny (2018). Kuesioner tersebut terdiri dari 10 item pertanyaan dengan memiliki 4 skor skala likert.

Relativisme

Relativisme merupakan suatu pandangan individu mengenai suatu pelanggaran etika dengan melihat situasi dan kondisi lingkungan sekitar. Individu yang memiliki relativitas yang tinggi akan cenderung mengabaikan aturan universal yang telah ada dan tidak menganggap bahwa pandangan mengenai pelanggaran etis memiliki aturan yang absolute. Untuk mengukur variabel relativisme menggunakan 10 item pertanyaan yang memuat pandangan terhadap etika dengan 4 skor skala likert.

Status Sosial Ekonomi

Status sosial ekonomi dapat diukur melalui pendapatan maupun penghasilan yang diperoleh. Seorang mahasiswa kebanyakan pendapatannya diperoleh dari orang tua. Pendapatan seseorang dapat mempengaruhi sikap konsumtif seseorang. Dalam penelitian ini status sosial ekonomi terdiri dari 3 unsur pertanyaan yang meliputi pendidikan terakhir orang tua, penghasilan orang tua, dan fasilitas yang dimiliki meliputi jenis fasilitas dan kondisi tempat tinggal.

Variabel Intervening

Love of money merupakan variabel yang memoderasi variabel independen. Variabel ini merupakan variabel untuk mengukur nilai seseorang terhadap kecintaan uang dalam memenuhi kebutuhannya (Arocas dan Tang, 2004). Variabel *love of money* dapat diukur dengan menggunakan *money ethics scale* (MES) yang telah dikembangkan oleh Tang (1992).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta angkatan 2016, 2017, 2018 yang telah dan belum menerima salah satu mata kuliah Pendidikan Etika Profesi dan Bisnis, Pengauditan dan Akuntansi Keprilakuan. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan 150 lembar kuesioner. Berikut uraian selengkapnya di sajikan dalam tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1
Tingkat Pengembalian Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kuesioner yang Disebar	130	100%
Kuesioner yang Tidak Kembali	2	1,55%
Kuesioner yang Tidak Diisi Lengkap	8	6,15%
Kuesioner yang Digunakan	120	92,3%

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019

Analisis Karakteristik Responden

Berikut adalah karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 2
Data Statistik Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah Responden	Presentase
Usia:		
19-21 tahun	113	94,17%
22-25 tahun	7	5,83
Gender:		
Laki-laki	48	40%
Perempuan	72	60%
Angkatan:		
2016	50	41,17

2017	30	25%
2018	40	33,33%

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019

Uji Kualitas Instrumen dan Data

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 3
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Idealisme	120	16	40	32.98	5.097
Relativisme	120	18	40	30.98	3.426
Status Sosial Ekonomi	120	18	40	32.46	3.737
<i>Love of money</i>	120	16	40	32.43	4.576
Persepsi Etis Mahasiswa	120	5	20	13.95	2.697
Valid N (listwise)	120				

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019

Pada tabel 3 menunjukkan data yang digunakan peneliti sebanyak 120 sampel untuk masing-masing variabel, adapun hasil statistik sebagai berikut:

1. Variabel Idealisme memperoleh total nilai minimum 16 dan nilai maksimum 40. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 32,98 dengan simpangan baku (*standar deviation*) sebesar 5,097.
2. Variabel Relativisme memperoleh total nilai minimum 18 dan nilai maksimum 40. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 30,98 dengan simpangan baku (*standar deviation*) sebesar 3,426.
3. Variabel Status Sosial Ekonomi memperoleh total nilai minimum 18 dan nilai maksimum 40. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 32,46 dengan simpangan baku (*standar deviation*) sebesar 3,737.
4. Variabel *Love of Money* memperoleh total nilai minimum 16 dan nilai maksimum 40. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 32,43 dengan simpangan baku (*standar deviation*) sebesar 4,576.

5. Variabel Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi memperoleh total nilai minimum 5 dan nilai maksimum 20. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 13,95 dengan simpangan baku (*standar deviation*) sebesar 2,697.

Uji Validitas

Tabel 4
Uji Validitas

No	Variabel	Nilai Komponen Matriks	Ket.	
1	Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi	Persepsi Etis 1	0.851	Valid
		Persepsi Etis 2	0.803	
		Persepsi Etis 3	0.760	
		Persepsi Etis 4	0.850	
		Persepsi Etis 5	0.793	
2	Idealisme	Idealisme 1	0.742	Valid
		Idealisme 2	0.708	
		Idealisme 3	0.814	
		Idealisme 4	0.790	
		Idealisme 5	0.851	
		Idealisme 6	0.884	
		Idealisme 7	0.711	
		Idealisme 8	0.818	
		Idealisme 9	0.820	
		Idealisme 10	0.759	
3	Relativisme	Relativisme 1	0.673	Valid
		Relativisme 2	0.670	
		Relativisme 3	0.627	
		Relativisme 4	0.625	
		Relativisme 5	0.694	
		Relativisme 6	0.725	
		Relativisme 7	0.611	
		Relativisme 8	0.668	
		Relativisme 9	0.714	
		Relativisme 10	0.634	
4	Status Sosial Ekonomi	Status Sosial Ekonomi 1	0.656	Valid
		Status Sosial Ekonomi 2	0.753	
		Status Sosial Ekonomi 3	0.712	
		Status Sosial Ekonomi 4	0.722	
		Status Sosial Ekonomi 5	0.682	
		Status Sosial Ekonomi 6	0.728	
		Status Sosial Ekonomi 7	0.658	
		Status Sosial Ekonomi 8	0.520	
		Status Sosial Ekonomi 9	0.697	
		Status Sosial Ekonomi 10	0.629	

5	Love of Money	Love of Money 1	0.760	Valid
		Love of Money 2	0.753	
		Love of Money 3	0.712	
		Love of Money 4	0.722	
		Love of Money 5	0.682	
		Love of Money 6	0.728	
		Love of Money 7	0.658	
		Love of Money 8	0.520	
		Love of Money 9	0.697	
		Love of Money 10	0.629	

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019

Dari tabel 4 menunjukkan bahwa setiap indikator butir pernyataan dalam setiap variabel dinyatakan valid karena setiap variabel memiliki nilai signifikan > 0.05.

Uji Reliabilitas

Tabel 5
Uji Reliabilitas

Variabel	α Hitung	Keterangan
Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi	0,870	Reliabel tinggi
Idealisme	0,931	Reliabel sempurna
Relativisme	0,855	Reliabel tinggi
Status Sosial Ekonomi	0,867	Reliabel tinggi
<i>Love of Money</i>	0,905	Reliabel sempurna

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019

Dari tabel 5, menunjukkan bahwa nilai hitung untuk semua variabel dinyatakan reliabel karena tidak ada nilai hitung dibawah 0,50

Uji Normalitas

Tabel 6
Uji Normalitas

Uji Kolmogorov-	<i>Unstandardize</i>	Ket.
-----------------	----------------------	-------------

<i>Smirnov</i>	<i>Residual</i>	
Nilai <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	0.05	
Sig.	0.344	Data Berdistribusi Normal

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019

Berdasarkan tabel 6, didapatkan bahwa nilai hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* memiliki signifikansi $0,344 > 0.05$. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa antara variabel independen (X) dan dependen (Y) memiliki data berdistribusi normal dan model regresi pada penelitian tersebut telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 7
Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF	Ket.
<i>(Constant)</i>			
Idealisme	0.750	1.333	Tidak terjadi Multikolinearitas
Relativisme	0.994	1.006	Tidak terjadi Multikolinearitas
Status Sosial Ekonomi	0.752	1.331	Tidak terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019

Dari tabel 7 hasil uji multikolinearitas yang dilakukan memiliki nilai *variance inflation factor* (VIF) ketiga variabel < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$ maka dapat dikatakan tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dan memiliki korelasi dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8
Uji Heteroskedastisitas

Model	<i>Standardized coefficients</i>	T	Sig.	Ket.
<i>(Constant)</i>				

Idealisme	0.025	0.231	0.818	Tidak terkena Heteroskedastisitas
Relativisme	-0.117	-1.266	0.208	Tidak terkena Heteroskedastisitas
Status Sosial Ekonomi	0.025	0.240	0.811	Tidak terkena Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019

Pada tabel 8 hasil uji heteroskedastisitas didapatkan hasil nilai signifikansi ketiga variabel > 0.05 , dengan demikian dapat dikatakan bahwa data penelitian tidak terjadi atau terbebas dari heteroskedastisitas pada model regresi tersebut.

Uji Hipotesis dan Analisis Data

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9
Uji Koefisien Determinasi Model Persamaan I

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.482 ^a	.232	.212	2.394

a. Predictors: (Constant), Status Sosial Ekonomi, Relativisme, Idealisme

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019

Berdasarkan tabel 9 uji koefisien determinasi model persamaan I didapatkan hasil bahwa besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) adalah 0.212 atau 21.2% hal ini menunjukkan variabel Idealisme, Relativisme, dan Status Sosial Ekonomi mampu menjelaskan 21.2% variabel Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi Dalam Akuntansi Kreatif, sedangkan sisanya 78.8% di jelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Tabel 10
Uji Koefisien Determinasi Model Persamaan II

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.460 ^a	.211	.205	2.405

a. Predictors: (Constant), Love of money

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019

Berdasarkan tabel 10, uji koefisien determinasi model persamaan II didapatkan hasil bahwa besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) adalah 0.205 atau 20.5% hal ini menunjukkan variabel *Love of Money* mampu menjelaskan 20.5% variabel Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi Dalam Akuntansi Kreatif, sedangkan sisanya 79.5% di jelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Tabel 11
Uji Koefisien Determinasi Model Persamaan III

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.422 ^a	.178	.171	4.165

a. Predictors: (Constant), Status Sosial Ekonomi
Sumber: Data Primer yang Diolah 2019

Berdasarkan tabel 11, uji koefisien determinasi model persamaan III didapatkan hasil bahwa besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) adalah 0.171 atau 17.1% hal ini menunjukkan variabel Status Sosial Ekonomi mampu menjelaskan 17.1% variabel *Love of Money*, sedangkan sisanya 82.9% di jelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Uji Simultan (F)

Tabel 12
Uji Simultan (F) Model Persamaan I

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	201.024	3	67.008	11.694	.000 ^b
	Residual	664.676	116	5.730		
	Total	865.700	119			

a. Dependent Variable: Persepsi Etis Mahasiswa

b. Predictors: (Constant), Status Sosial Ekonomi, Relativisme, Idealisme

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019

Berdasarkan tabel 12 , uji simultan (F) pada model persamaan I menunjukkan hasil signifikan nilai F sebesar $0.000 > 0.05$. Ini menunjukkan bahwa variabel independen Idealisme, Relativisme, dan Status Sosial Ekonomi berpengaruh bersama-sama secara simultan terhadap variabel dependen yakni Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi dalam Akuntansi Kreatif.

Tabel 13
Uji Simultan (F) Model Persamaan II

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	183.091	1	183.091	31.650	.000 ^b
Residual	682.609	118	5.785		
Total	865.700	119			

a. Dependent Variable: Persepsi Etis Mahasiswa

b. Predictors: (Constant), Love of money

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019

Berdasarkan tabel 13 , uji simultan (F) pada model persamaan II menunjukkan hasil signifikan nilai F sebesar $0.000 > 0.05$. Ini menunjukkan bahwa variabel Intervening atau Mediasi yakni *Love of Money* berpengaruh bersama-sama secara simultan terhadap variabel dependen yakni Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi dalam Akuntansi Kreatif.

Tabel 14
Uji Simultan (F) Model Persamaan III

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	444.200	1	444.200	25.603	.000 ^b
Residual	2047.267	118	17.350		
Total	2491.467	119			

a. Dependent Variable: Love of money

b. Predictors: (Constant), Status Sosial Ekonomi

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019

Berdasarkan tabel 14 , uji simultan (F) pada model persamaan III menunjukkan hasil signifikan nilai F sebesar $0.000 > 0.05$. Ini menunjukkan bahwa variabel Independen (X) yakni Status Sosial Ekonomi berpengaruh bersama-sama secara simultan terhadap variabel Intervening (Z) yakni *Love of Money*.

Uji Parsial (t)

Tabel 15
Uji Parsial (t) Model Persamaan I

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.527	2.813		4.808	.000
1 Idealisme	-.106	.050	-.201	-2.137	.035
Relativisme	.268	.064	.340	4.171	.000
Status Sosial Ekonomi	-.135	.068	-.187	-1.989	.049

a. Dependent Variable: Persepsi Etis Mahasiswa

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019

Tabel 16
Uji Parsial (t) Model Persamaan II

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.652	3.338		4.689	.000
1 Status Sosial Ekonomi	.517	.102	.422	5.060	.000

a. Dependent Variable: Love of money

Sumber: Data Primer yang Diolah 2019

Tabel 17
Uji Parsial (t) Model Persamaan III

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	22.742	1.578		14.411	.000
1 Love of money	-.271	.048	-.460	-5.626	.000

a. Dependent Variable: Persepsi Etis Mahasiswa
Sumber: Data Primer yang Diolah 2019

Hasil perhitungan regresi pada tabel 15 di peroleh persamaan sebagai berikut:

$$PE = 13.527 - 0.106 ID + 0.268 REL - 0.135 SSE + e$$

Hasil perhitungan regresi pada tabel 16 di peroleh persamaan sebagai berikut:

$$MES = 15.652 + 0.422 SSE + e$$

Hasil perhitungan regresi pada tabel 17 di peroleh persamaan sebagai berikut:

$$PE = 22.742 - 0.460 MES + e$$

Tabel 18
Hasil Uji Hipotesis

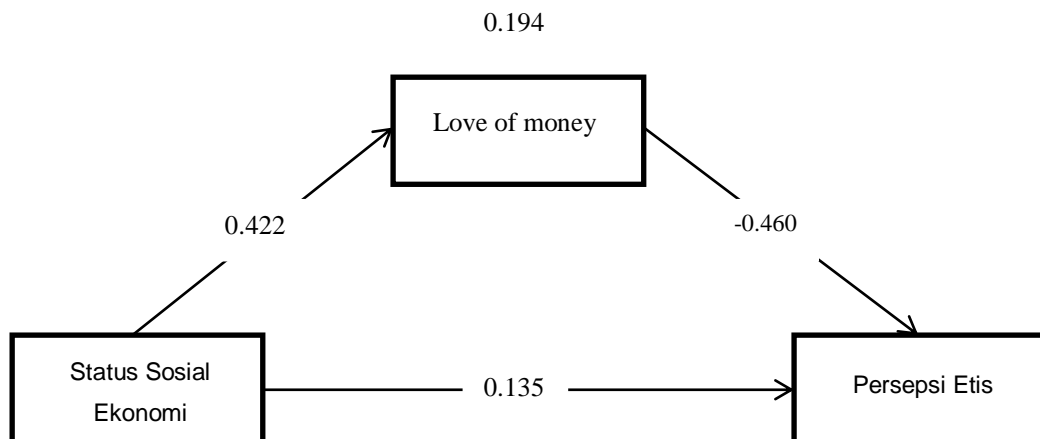
No.	Hipotesis	Ket.
1.	Idealisme berpengaruh negatif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi pada <i>creative accounting</i>	Diterima
2.	Relativisme berpengaruh positif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi pada <i>creative accounting</i>	Diterima

3.	Status sosial ekonomi berpengaruh negatif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi pada <i>creative accounting</i>	Diterima
4.	Status sosial ekonomi berpengaruh positif terhadap <i>love of money</i>	Diterima
5.	<i>Love of money</i> berpengaruh negatif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi pada <i>creative accounting</i>	Diterima
6.	Status sosial ekonomi berpengaruh negatif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi pada <i>creative accounting</i> melalui <i>love of money</i>	Diterima

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Gambar 2

Analisis Jalur (*Path Analysis*)



Analisis Jalur (*Path Analysis*) menunjukkan bahwa status sosial ekonomi dapat berpengaruh langsung ke Persepsi Etis Mahasiswa dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu dari variabel status sosial ekonomi ke *love of money* (variabel intervening) lalu ke persepsi etis mahasiswa. Besarnya pengaruh langsung sebesar 0.187, sedangkan besarnya pengaruh tidak langsung di hitung dengan mengalikan antara koefisien tidak langsung yaitu $(0.422) \times (-0.460) = -$

0.195. Dari hasil perhitungan di atas, maka nilai $-0.135 < -0.195$ yang berarti pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan pengaruh langsung.

PEMBAHASAN

Pengaruh Idealisme Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi Dalam Creative Accounting

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa terdapat hubungan pengaruh negatif yang signifikan antara idealisme terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi dalam akuntansi kreatif. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan nilai thitung sebesar $0.035 < 0.05$, sedangkan koefisien regresi menunjukkan arah negatif sebesar -0.106 . Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap idealisme seseorang dalam hal ini mahasiswa akuntansi maka, akan cenderung memberikan opini atau persepsi yang negatif terhadap suatu skandal kecurangan.

Hal tersebut sejalan dengan pandangan Fichte yang mengemukakan bahwa idealisme digunakan untuk menyadarkan moral dan etika manusia menjadi lebih baik. Ini diakibatkan karena seorang individu yang idealis akan memegang teguh prinsip agar selalu berperilaku etis. Berdasarkan teori moral kognitif bahwa kepatuhan terhadap prinsip untuk beretika juga diciptakan dari kecil oleh lingkungan mereka yang menunjukkan bahwa tindakan tidak etis itu merupakan tindakan yang menyalahi aturan yang ada. Oleh karena, individu yang idealis akan selalu memberikan tanggapan yang negatif ketika terjadi suatu tindakan yang baginya tidak etis dan akan mengambil tindakan tegas terhadap kejadian tersebut. Individu yang Idealis juga akan menghindari perilaku yang dapat merugikan orang lain, ini menunjukkan bahwa individu yang idealis akan menjunjung kesejahteraan orang lain karena individu tersebut mempertimbangkan perilaku yang dilakukan tidak melanggar nilai-nilai moral (Dzakirin, 2016).

Hasil penelitian ini sejalan dengan (Comunale, et.al, 2006; Sugiantari, 2016; Dhamayanti, 2017) yang menyatakan semakin tinggi sikap idealisme mahasiswa akuntansi maka akan cenderung memberikan persepsi negative terhadap kejadian tidak etis tersebut dalam hal ini akuntansi kreatif.

Pengaruh Relativisme Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi Dalam Creative Accounting

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa terdapat hubungan pengaruh positif yang signifikan antara relativisme terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi dalam akuntansi kreatif. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan nilai thitung sebesar $0.000 < 0.05$, sedangkan koefisien regresi menunjukkan arah positif sebesar 0.268. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap relativisme seseorang dalam hal ini mahasiswa akuntansi maka, akan cenderung memberikan opini atau persepsi yang positif terhadap kejadian tidak etis.

Relativisme merupakan suatu sikap dimana tidak didasarkan atas aturan yang ada namun lebih melihat kondisi lingkungan sebelum bertindak dan menanggapi suatu pelanggaran etika. Individu yang memiliki sikap relativisme juga akan menolak prinsip universal yang telah ada dan beranggapan bahwa tidak ada aturan yang pasti yang mengatur perilaku etis dan tidak etis. Ini sejalan dengan penelitian Comunale et al., (2006) bahwa seseorang yang memiliki relativitas tinggi akan lebih memberikan toleransi dan membimbing terhadap perilaku tidak etis akuntan dan akan menemukan solusi atas tindakan pelanggaran moral sesuai dengan kondisi lingkungan sekitar.

Penelitian ini sejalan dengan (Forsyth, 1992; Comunale et al., 2006; Sugiantari, 2016) yang menyatakan bahwa semakin tinggi sikap relativisme akuntan maka akan memberikan persepsi yang positif terhadap perilaku tidak etis akuntan.

Pengaruh Status Sosial Ekonomi Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi Dalam Creative Accounting

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) menunjukkan bahwa terdapat hubungan pengaruh positif yang signifikan antara status sosial ekonomi terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi dalam akuntansi kreatif. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan nilai thitung sebesar $0.049 < 0.05$, sedangkan koefisien regresi menunjukkan arah negatif sebesar -0.135. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi status

sosial ekonomi seseorang dalam hal ini mahasiswa akuntansi maka, akan cenderung memberikan opini atau persepsi yang negatif terhadap kejadian tidak etis.

Status sosial ekonomi dapat di tentukan dari berbagai aspek seperti pendapatan, penghasilan bahkan tingkat pendidikan seseorang. Seorang yang memiliki status sosial ekonomi yang tinggi akan cenderung bersikap konsumtif. Menurut Noe et al. (1994) motivasi seseorang ketika melakukan pekerjaan akan berbeda-beda satu dengan yang lain.

Hal ini di perkuat dengan penelitian Pemayun dan Budiasih, (2018); Purnamaningsih dan Ariyanto, (2016) yang menyatakan semakin tinggi status sosial ekonomi maka akan berpengaruh negatif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi dalam akuntansi kreatif.

Pengaruh Status Sosial Ekonomi Terhadap Love Of Money

Hasil pengujian hipotesis empat (H4) menunjukkan bahwa terdapat hubungan pengaruh positif yang signifikan antara status sosial ekonomi terhadap love of money. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan nilai thitung sebesar $0.000 < 0.05$, sedangkan koefisien regresi menunjukkan arah positif sebesar 0.517. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi status sosial ekonomi seseorang dalam hal ini mahasiswa akuntansi maka akan berpengaruh positif terhadap love of money.

Status sosial ekonomi berkaitan erat dengan kondisi kekayaan seseorang. Semakin tinggi status sosial yang di miliki maka kekayaan yang di miliki juga akan semakin besar, derajat yang dimiliki seseorang juga akan semakin tinggi (Arridla, 2016). Status sosial ekonomi juga dapat mengindikasikan keberhasilan seseorang dalam pekerjaannya karena kekayaan yang di dapatkan juga akan besar. Ini menimbulkan rasa kecintaan terhadap uang juga besar karena motivasi untuk mendapatkan uang dan kedudukan juga meningkat.

Penjelasan ini diperkuat oleh penelitian Sipayung dan Cahyonowati, (2015); Arridla, (2016); Arshinta dll., (2017) yang menyatakan bahwa status sosial ekonomi seseorang berpengaruh positif terhadap *love of money*.

Pengaruh Love Of Money Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi Dalam Creative Accounting

Hasil pengujian hipotesis lima (H5) menunjukkan bahwa terdapat hubungan pengaruh negatif yang signifikan antara love of money terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi dalam akuntansi kreatif. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil pengujian tersebut menunjukkan nilai thitung sebesar $0.000 < 0.05$, sedangkan koefisien regresi menunjukkan arah negatif sebesar -0.271 . Hasil pengujian tersebut berarti semakin tinggi sikap love of money maka akan semakin rendah persepsi etis mahasiswa akuntansi dalam akuntansi kreatif.

Love of money merupakan suatu sikap terhadap kepemilikan uang dan keinginan seseorang untuk mendapatkan uang. Individu yang memiliki tingkat love of money yang tinggi akan selalu menganggap bahwa uang adalah suatu kebutuhan yang utama dan selalu memiliki keinginan untuk mendapatkan uang yang banyak. Ketika seseorang terlalu mencintai uang ia dapat melakukan berbagai macam cara untuk mendapatkannya salah satunya melakukan pelanggaran etika (Sugiantari, 2016).

Pembahasan tersebut sejalan dengan Tang dan Chiu, (2003); Sugiantari (2016) yang mengatakan bahwa cinta uang (love of money) memiliki hubungan yang negatif pada persepsi etis seseorang. Ini di karenakan semakin tinggi rasa kecintaan terhadap uang maka tanggapan terhadap pelanggaran etika akan semakin rendah. Individu dengan rasa cinta uang yang tinggi akan memiliki sifat tamak dan akan melakukan berbagai macam cara agar tujuannya terpenuhi.

Pengaruh Status Sosial Ekonomi Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi Dalam Creative Accounting Melalui Love Of Money Sebagai Variabel Intervening

Hasil pengujian hipotesis keenam (H6) menunjukkan bahwa terdapat hubungan pengaruh negatif tidak langsung yang signifikan antara status sosial ekonomi terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi dalam akuntansi kreatif melalui love of money. Pengaruh langsung ditunjukkan dengan hasil Status sosial ekonomi ke Persepsi etis mahasiswa sebesar 0.187 sedangkan pengaruh tidak langsung Status

sosial ekonomi ke love of money lalu ke persepsi sebesar $(0.422) \times (-0.460) = -0.195$ dan menunjukkan hasil negatif.

Status sosial ekonomi dalam hal pendapatan adalah suatu ukuran penentuan posisi seseorang yang dapat di dasarkan atas beberapa aspek baik pekerjaan, penghasilan dan lain sebagainya. Dalam menopang hidup seseorang peran uang di perlukan untuk menentukan suatu kelas ekonomi tertentu (Arshinta et al., 2017). Kelas ekonomi seseorang dapat di lihat dari penghasilan besar yang di hasilkan seperti pada kalangan pengusaha dan kelas ekonomi menengah. Namun untuk kelas ekonomi rendah dan menengah belum tentu tidak memiliki rasa kecintaan terhadap uang namun karena kondisi yang menuntut untuk mengatur kondisi keuangan dengan baik. Sehingga ketika status soaial mereka tinggi dan motivasi terhadap uang juga tinggi maka akan berpengaruh tidak langsung terhadap perilaku etis. Karena mereka akan melakukan berbagai macam cara agar kelas sosialnya meningkat dan mendapatkan uang yang besar maka perilaku etis akan diabaikan.

Penjelasan diatas didukung oleh penelitian Tang dan Chen, (2008); Arshinta dll., (2017); Arridla, (2016) yang mengatakan bahwa status sosial ekonomi akan berpengaruh tidak langsung terhadap persepsi etis mahasiswa melalui love of money dan akan menghasilkan pengaruh tidak langsung dengan arah yang negatif.

SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN

Kesimpulan

Berdasarkan pengujian dan analisis yang dilakukan maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Idealisme berpengaruh negatif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi dalam creative accounting.
2. Relativisme berpengaruh positif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi dalam creative accounting.
3. Status Sosial ekonomi berpengaruh negatif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi dalam creative accounting.
4. Status Sosial ekonomi berpengaruh positif terhadap love of money.
5. Love of money berpengaruh negatif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi dalam creative accounting.
6. Status sosial ekonomi berpengaruh negatif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi pada creative accounting melalui love of money.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitian dengan tidak hanya berfokus pada etika profesi tetapi juga melihat dari sisi sensitivitas etis dan penerapan etika.
2. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel bebas lain dari faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi etis mahasiswa seperti budaya, tingkat pendidikan, tingkat religiositas dan faktor-faktor lainnya.
3. Peneliti selanjutnya dapat menambah objek penelitian, seperti melakukan wawancara secara langsung kepada mahasiswa akuntansi berkaitan dengan masalah etika.
4. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sampel atau responden, karena dalam penelitian ini responden hanya mencakup mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain:

1. Penelitian hanya dilakukan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta saja sehingga hasilnya tidak dapat di generalisasikan secara luas karena hanya didasarkan pada satu lokasi saja dan cakupannya sempit.
2. Penyebaran sampel harus lebih besar agar hasilnya dapat mewakili populasi, karena dalam penelitian ini menggunakan sampel mahasiswa disarankan menggunakan mahasiswa yang telah bekerja sehingga pola pemikirannya kemungkinannya akan berbeda dengan yang belum bekerja. Selain itu dapat melibatkan responden yang berbeda tidak hanya mahasiswa akuntansi S1 tetapi juga dosen, karyawan bagian akuntan, auditor maupun akuntan.
3. Pengukuran variabel hanya didasarkan pada pengetahuan responden yang disampaikan melalui kuesioner sehingga belum mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Karena keterbatasan pengetahuan responden banyak kuesioner yang tidak diisi dengan lengkap.

4. Pada penelitian ini masih terbatas pada metode penyebaran kuesioner dalam rangka mengumpulkan data dan informasi, sehingga memiliki beberapa kelemahan dalam perihal kualitas informasi yang diberikan, seperti jawaban responden kemungkinan tidak jujur, adanya kemungkinan responden yang tidak paham dengan pernyataan yang diajukan, serta ketidaksesuaian persepsi peneliti dengan responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N. U. R. R. (2015). Pengaruh Etika Auditor Terhadap Kemampuan Mendeteksi Praktik Akuntansi Kreatif Di Kota Makassar. *Jurnal Universitas Negeri Makassar*.
- Amat, O. and Gowthorpe, C. (2004). Creative Accounting: Nature, Incidence and Ethical Issue. In *Economics Working Paper*. New York: Newman Press.
- Arridla, A. (2016). Pengaruh Pendapatan Dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Dengan Love Of Money Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 4(2), 193–203.
- Arshintia, F., Djasuli, M., & Rimawati, Y. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Etika Mahasiswa Akuntansi dengan Love of Money sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 13(2), 128–140.
- Comunale, C., Thomas, S., & Stephen, C. (2006). Professional Ethical Crises: A Case Study of Accounting Majors. *Managerial Auditing Journal*, 21(6), 636–656.
- Damayanthi, P. D. A., & Juliarsa, G. (2016). Pengaruh Idealisme, Relativisme, Pengetahuan, Gender Dan Umur Pada Perilaku Tidak Etis Akuntan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 15, 1–15.
- Dhamayanti, M. D. (2017). Pengaruh Pengetahuan Etika Profesi Akuntan Dan Orientasi Etis Terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Creative Accounting. *The Influence Of Knowledge Of Accountants Professional Ethics*. (1), 1–14.
- Dzakirin, M. K. (2016). Orientasi Idealisme, Relativisme, Tingkat Pengetahuan, dan Gender: Pengaruhnya pada Persepsi Mahasiswa tentang Krisis Etika Akuntan Profesional. *Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijay*, 2(1), 1–25.
- Forsyth, D. (1992). Judging the Morality of Business Practices: the Influence of Personal Moral Philosophies. *Journal of Business Ethics*, 11, 416–470.
- Gibson, J., L., John, M., I., & James, H., D. J. (1996). *Organisasi: Perilaku, Struktur, dan Proses* (5th ed.; Erlangga, ed.). Jakarta.
- Gunawan, A., & Sukirman, A. S. (2018). Pengaruh pendidikan etika dan love of money terhadap persepsi mahasiswa akuntansi. *Prosiding Seminar Hasil Penelitian (SNP2M)*, 2018, 126–130.

- Hayes, J. V. (2006). Money Attitudes Economic Locus of Control and Financial Strain Among College Students. *A Desertation Texas Tech University*.
- Kohlberg, L. (1969). *Stages of moral development as a basis of moral education*. Dlm. Beck, C.M., Crittenden, B.S. & Sullivan, E.V (pnyt.). *moral education: interdisciplinary approaches*. 16(2), 23–92.
- Munawir. (2005). *Auditing Modern* (5th ed.). Yogyakarta: BPF.
- Nazaruddin, I., Rezki, S. B., & Rahmanda, Y. (2018). Love of money , gender , religiosity : The impact on ethical perceptions of future professional accountants. *BEH - Business and Economic Horizons*, 14(2), 424–436.
- Normadewi, B. (2012). Analisis Pengaruh Jenis Kelamin dan Tingkat Pendidikan terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi dengan Love of Money sebagai Variabel Intervening. *Journal of Accounting Semarang*.
- Pemayun, A. A. G. A. W., & Budiasih, I. G. A. N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Status Sosial Ekonomi dan Love Of Money Pada Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23, 1600–1628.
- Purnamaningsih, N. K. A., & Ariyanto, D. (2016). Pengaruh Gender, Usia, Tingkat Pendidikan, Dan Status Sosial Ekonomi Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 17(2).
- Robbins, & Judge. (2007). *Perilaku Organisasi* (D. Angelica, ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Shahid, M., & Ali, H. (2016). Influence of Creative Accounting on Reliability and Objectivity of Financial Reporting (Factors Responsible for Adoption of Creative Accounting Practices in. *Journal of Accounting and Finance in Emerging Economies*, 2(2), 75–82.
- Sipayung, E. R., & Cahyonowati, N. (2015). Analisis Pengaruh Aspek Demografi, Status Sosial Ekonomi Dan Pengalaman Kerja Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi Dengan Love Of Money Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 4(2), 1–15.
- Smith, B. (2009). Ethical Ideology And Cultural Orientation: Understanding The Individualized Ethical Inclinations Of Marketing Students. *American Journal Of Business Education*, 2(8).
- Sugiantari, N. K. (2016). Pengaruh Idealisme, Relativisme, Dan Love Of Money Pada Persepsi Mahasiswa Akuntansi Tentang Krisis Etika Akuntan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 17, 2474–2502.
- Tang, T., Tillery, K., Lazarevski, B., & Luna-Arocas, R. (2004). The love of money and work related attitudes: money profiles in Macedonia. *Journal of Managerial Psychology*, 19(5), 8–542.

- Tang, T. L. ., & Chen, Y. . (2008). Intelligence Vs. Wisdom: The Love of Money, Machiavellianism, and Unethical Behavior across College Major and Gender. *Journal Business Ethic*, 82, 1–26.
- Tang, T. L. P., & Chiu, R. . (2003). Income Money Ethic, Pay, Satisfaction, Commitment, and Unethical Behaviour: Is the Love of Money The Root of Evil for Hongkong Employees ? *Journal Business Ethic*, 46(8–542).
- Tang, T. L. P., Kim, J. K., & D.S.H, T. (2000). Does Attitude Towards Money Moderate the Relationship Between Intrinsic Job Satisfaction and Voluntary Turnover ? *Human Relations*, 52(2), 542–548.
- Usurelu, V. Ioan. (2010). Accounting Ethnics – Responsibility Versus Creativity. *Annals of the University of Petrosani, Economics*, 349–356.
- Wyatt, A. . (2004). Accounting Professionalism-They just don't get it! *Accounting Horizons*, 18, 45–53.

