Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
5 (2) 2025, Page: 3672-3682

Pengaruh Pengetahuan Etika Profesi Dan Religiusitas Terhadap Persepsi Mahasiswa S1 Akuntansi Mengenai Praktik Creative Accounting

Aras Aira[1], Rimet[2], Anna Nurlita[3], Jasmina Syafei[4]
[1,2,3,4] Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Corresponding Author: Aras Aira, E-mail: aras.aira@uin-suska.ac.id

Published: May , 2025

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji pengaruh Pengetahuan Etika Profesi Dan Religiusitas Terhadap Persepsi Mahasiswa S1 Akuntansi Mengenai Praktik Creative Accounting, Penelitian dilakukan pada mahasiswa Akuntansi S1 Univeristas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, metode sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Pengolahan data menggunakan Smart PLS 3 dengan melakukan tahapan pengujian Inner Model dan Outer Model. Hasil penelitan menunjukkan bahwa pengetahuan etika profesi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap persepsi mahasiswa S1 Akuntansi mengenai praktik creative accounting, sedangkan Religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi mahasiswa S1 Akuntansi mengenai praktik creative accounting. Nilai R^2 0.36, Hal ini dapat diartikan bahwa variabel pengetahuan etika profesi dan religiusitas mampu menjelaskan 36% dari variabel Creative Accounting , sisanya 0,64 atau 64% % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

Kata kunci: Creative Accounting, Pengetahuan Etika Profesi, Religiusitas

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Pada bidang akuntansi dan bisnis, penerapan akuntansi kreatif (Creative Accounting) sudah banyak digunakan. Hal ini dikarenakan Aturan akuntansi menjadi lebih fleksibel setelah standar akuntansi berubah dari US GAAP (*Generally Accepted Accounting Principles*) ke IFRS. IFRS hanya mengatur hal-hal penting (Tambunan & Silitonga, 2020). Pada IFRS seorang akuntan menggunakan pertimbangan dan interpretasi yang digunakan dalam penentuan penerapan pada kondisi tertentu. Dengan perubahan ini, akuntan sekarang dapat melakukan pemilihan metode akuntansi pada saat menyusun laporan keuangan. Praktik akuntansi kreatif melibatkan individu yang mahir dalam akuntansi mengubah laporan keuangan. Walaupun PSAK menetapkan standar untuk laporan keuangan, banyak perusahaan tidak melakukannya. Dengan mengubah data atau laporan agar menarik investor dan kreditor untuk berinvestasi, tujuan mereka adalah untuk meningkatkan reputasi dan kinerja perusahaan mereka (Sevi et al., 2021).

Menurut Diana (2008) dan Yadav (2013) menyatakan penggunaan creative accounting ini tidak termasuk dalam perbuatan yang curang , karena pada creative accounting adanya celah yang terdapat pada

standar akuntansi yang digunakan dan interpretasi akuntan. Hal yang sama diungkapkan oleh (Kaminski, 2014) yang berpendapat "penerapan creative accounting tidak termasuk dalam tindakan kriminal selagi tidak melebihi batas hukum dan bermanfaat dalam jangka panjang".

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) mengupayakan agar akuntan bekerja secara profesional, upaya tersebut dapat dilihat dengan adanya Kode Etik akuntan. Hal ini dengan tujuan meminimalisir perbedaan persepsi akuntan tentang sebuah kondisi bisnis yang terjadi.Terdapat beberapa prinsip dasar dalam kode etik profesi akuntan yaitu integritas, objektifitas, kompeten, kerahasian dan perilaku profesional. Prinsip-prinsip ini akan memandu seorang akuntansi dalam bekerja. Jika dikaitkan dengan creative accounting, maka seharusnya Kode etik ini mampu mengendalikan persepsi akuntan dalam menggunakan metode akuntansi dan menginterpretasikan sebuah kejadian bisnis dengan memanfaatkan celah aturan akuntansi yang berlaku. Tanpa ada pihak yang harus dirugikan dari penyusunan laporan keuangan yang dilakukan.

Teori agency menggambarkan adanya kemungkinan perbedaan kepentingan antara agen dan principal yang akan menimbulkan pertentangan antar pihak dalam perusahaan, hal ini akan membuat masing masing pihak untuk melindungi dan mempertahankan kepentingan masing masing, perilaku ini akan mengakibatkan agen untuk melakukan creative accounting untuk mencapai kepentingan pribadi. Disisi lain sebagai penyusun laporan keuangan, seorang akuntan akan dihadapkan pada aturan etika profesi yang dimiliki, aturan profesi mengatur bagaimana berperilaku sebagai akuntan yang berintegritas, profesional dalam penerapan aturan dalam penyusunan laporan keuangan. Adanya pengetahuan akuntan mengenai kode etik profesi yang digeluti akan membuat akuntan paham implementasi creative accounting yang diperbolehkan sesuai aturan.

(Yasin et al., 2023) meneliti tentang pengetahuan etika profesi pada mahasiswa akuntansi Universitas Sahid menyimpulkan adanya pengaruh etika profesi akuntansi terhadap persepsi creative accounting. Penelitian yang dilakukan (Dhamayanti & Sari, 2018) memerlihatkan bahwa terdapat pengaruh creative accounting terhaadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai creativ accounting di Univestitas Negeri Yogyakarta. (Rahayu, 2018), (Tambunan & Silitonga, 2020), (Rahajaan, 2019) memperlihatkan terdapatnya pengaruh yang positif pengetahuan etika profesi terhadap persepsi creative accounting, Namun hasil yang berbeda dibuktikan oleh penelitian (Syah et al., 2023) hasil penelitiannya menenjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara persepsi kode etik mahasiswa Politeknik Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia Makasar

Selain Kode etik yang menjadi panduan dalam bekerja, agama merupakan sumber panduan utama. Agama memberi aturan yang jelas mengenai apa yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan dalam lingkup formal, Religiusitas adalah adanya ikatan yang erat antara sang pencipta dengan individu, yang dihayati dalam diri seseorang dan diwujudkan dalam bentuk perilaku sehari-hari. (Ali, 1993, Pepinsky 2013 dan Shihab; 2000). Religius merupakan suatu sikap yang menjadikan wahyu yang berasal dari Allah SWT sebagai sumber untuk mendapatkan inspirasi yang digunakan untuk pengembangan ilmu dan

memberikan pelayananan, orang yang religius akan bersikap taat dan selalu konsisten dalam melaksanakan semua perintah yang diberiklan oleh Allah SWT. Individu yang yang religius akan terlihat dari perilaku sehari hari yang menjadikan Alquran dan hadist sebagai acuan dalam berperilaku, sehingga acuan dalam melakukan sesuatu bukan lingkungan sekitar tetapi nilai- nilai agama yang dihayati dalam kehidupan sehari hari. Salah satu ajaran Islam adalah larangan dalam berbuat curang, curang dalam menyusun laporan keuangan tentu saja tidak diperbolehkan. Al-Qur'an menjelaskan tentang kecurangan dalam surat Al-Muthaffifin/83:1-3 sebagai berikut"Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi". Pada surat Al-Baqarah/2:188 dijelaskan bahwa adanya perintah untuk bermuamalah sesama manusia dilakukan dengan rasa adil dan keridhaan, bentuk adil dan ridho ini adalah dengan penyempurnaan timbangan dan takaran.

Mahasiswa S1 Akuntansi mendapatkan kurikulum keagamaan, hal ini tentu berbeda dengan mahasiswa S1 Akuntansi pada universitas umum, diharapkan hal ini akan membuat persepsi mahasiswa akuntansi mengenai creativ accounting yang diperbolehkan semakin baik karena didukung akan pemahaman agama mengenai perilaku yang boleh atau tidak sesuai, atau memiliki prinsip yang jelas tentang makna kecurangan, sehingga implementasi creativ accounting tidak mengarah pada "Fraud" dan tidak merugikan pihak-pihak pengguna laporan keuangan.

Penelitian (Asprilliadita & Aisyah, 2019) membuktikan bahwa religiusitas berpengaruh pada persepsi creative accounting pada mahasiswa akuntansi UNY dan Univeresitas berbasis keagamaan di Yogyakarta, (Jaya & Sukirno, 2020) membuktikan bahwa adanya pengaruh religiusitas terhadap persepsi mahasiswa UII tentang creative accounting,namun hasil yang berbeda ditunjukkan oleh (Sevi et al., 2021) yaitu tidak terdapat pengaruh antara religusitas yang dimiliki mahasiswa akuntansi di Jawa barat dengan persepsi mereka mengenai creative accounting, (Ardani & Arza, 2023) , (Pratiwi & Fajar, 2023a) juga menggambarkan tidak adanya pengaruh religiusitas terhadap persepsi creative accounting.

Berdasarkan penelusuran penelitian terdahulu belum ada penelitian yang mengukur persepsi creative accounting mahasiswa S1 Akuntansi UIN Suska Riau. Religiusitas dipilih sebagai variabel X2 adalah mahasisswa Uin Suska memiliki kurikulum yang bermuatan agama pada perkuliahaan, yang membedakan mahasiswa Uin Suska Riau dengan Mahasiswa dari Universitas yang umum.alasan lainnya adalah temuan peneliti-peniliti terdahulu masih menunjukkan adanya perbedaan temuan yang belum konsisten.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian adalah kuantitatif, alasan pemilihan kuantiatif adalah adanya kejelasan mengenai jumlah populasi dan sampel, jumlah data yang banyak, dan penelitian ini dilakukan untuk melakukan pengujian atas hipotesis yang sudah dirumuskan. **Penelitian kuantitatif adalah** "merupakan sebuah

proses pengumpulan data, analisa data dan pengambilan kesimpulan dengan melibatkan teori, desain, hipotesis dan penentuan subjek terlebih dahulu, penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang menggunakan logico hypothectico (Berryman)".

Populasi adalah seluruh mahasiswa S1 Akuntansi yang berjumlah 1058 mahasiswa pada tahun ajaran 2023/2024. Sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria : yang akan menjadi sampel adalah mahasiswa akuntansi yang telah mengambil MK akuntansi keuangan dan audit I dan audit II. Jumlah sampel menggunakan rumus slovin . Pada penelitian ini menggunakan 2 variabel Eksogen dan 1 endogen. Variabel Eksogen dalam penelitian ini adalah pengetahuan etika profesi *d*an Religiusitas. Sedangkan variabel Endogen adalah Persepsi Creative Accounting. Pengetahuan etika profesi (X1) menggunakan 6 indikator yaitu Integritas, Objektivitas, Kompetensi, Kehati-hatian, Kerahasiaan, Perilaku Profesional (Andi, 2011)., untuk variabel Religiusitas menggunakan 5 indakator yaitu : Keyakinan, Praktik Ibadah, Pengalaman, Pengetahuan agama, Konsekuensi (Glock dan Stark, 2019), sedangkan untuk variabel persepsi creative accounting (Y) menggunakan 4 indikator yaitu : .*Income Minimization , Income Maximization*, Kepentingan Pribadi, Kepentingan Orang terdekat.

Data yang digunakan adalah data primer, yang dilakukan dengan cara wawancara langsung pada responden dan kuesioner diajukan kepada responden. Skala yang digunakan skala likert.pernyataan yang diberikan kepada responden berupa pernyataan-pernyataan yang dapat mengukur masing-masing indikator penelitian. Data sekunder juga digunakan dalam penelitian ini, data ini dapat berupa penelitian-penelitian terdahulu yang dikaji dan studi pustaka yang dilakukan.

Pernyataan-pernyataan yang diukur dengan skla likert, akan ditabulasi dalam format excel, kemudian akan diolah dengan menggunakan alat pengolahan data Smart-PLS Versi 3. SEM-PLS adalah suatu model struktural yang memiliki basis komponen atau varian, pada SEM-PLS penggunaan lebih ke arah prediksi bukan berdasarkan banyaknya asumsi. Penggunaan SEM_PLS untuk melakukan verifikasi terhadap teori, memberi penjelasan atas ada atau tidaknya hubungan yang terjadi diantara variabel laten dan melakukan analisis kontruk yang telah dibentuk dengan menggunakan indikator reflektif atau indikator formatif (Juliandi, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner dibagikan dengan menggunakan link google form pada mahasiswa/mahasiswa akuntansi S1, jumlah mahasiswa yang mengisi kuesioner adalah 181 mahasiswa.

Deskripsi Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden terdapat 2 kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Dari data yang diperoleh dan yang dapat digunakan, penelitian mendapatkan sebanyak 37 responden atau 20,44%% berjenis kelamin laki-laki dan 144 responden atau 79,56% berjenis kelamin perempuan. Dengan data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah berjenis kelamin

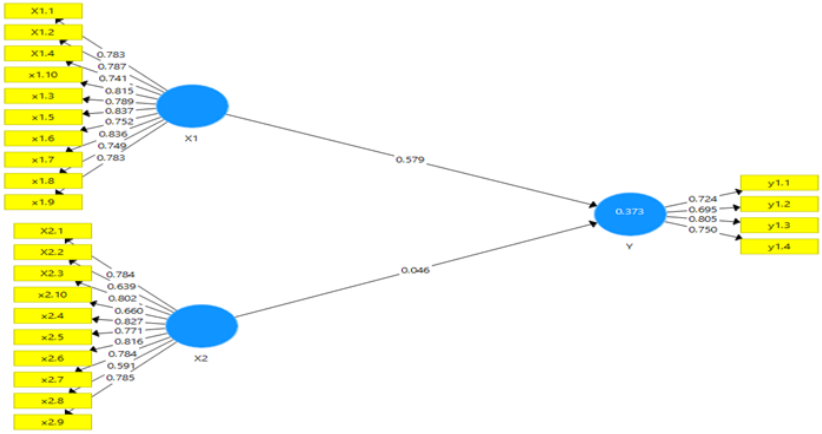
perempuan.Sedangkan berdasarkan semester, mahasiswa dibagi dalam beberapa kelompok yaitu berasal dari semester V, VII dan IX. Responden yang berada pada semester V berjumlah 48,06%, semester VII berjumlah 28,73% sedangkan yang berasal dari semester IX berjumlah 23,21%.

Hasil Uji Outer Model atau *Measurement Model*

Convergent Validity adalah salah satu kriteria dalam pengujian analisa data dengan SmartPLs, hasil terlihat dari gambar berikut :

Gambar 1

Convergent Validity



Hasil Pada gambar 4.1 tersebut menjelaskan bahwa semua indikator mempunyai nilai *Loading factor >0.6*. Hasil ini menunjukkan bahwa data sudah valid atau mempunyai *convergent validity*. Convergent validity mempunyai cara untuk mengukur kevalidan sebuah intrumen, jika *Loading factor* dilakukan untuk menilai kevalidan sebuah indikator, maka Average Variance Extracted (AVE) merupakan cara untuk menilai kevalidan sebuah variabel, berikut ini hasil perhitungan AVE pada penelitian ini dengan Smart PLS, nilai AVE pada variabel indikator adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Average Variance Extracted

Variabel	AVE
Pengetahuan Etika Profesi	0,621
Religiusitas	0,563
Creative Accounting	0,554

Nilai Discriminant validity dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing model laten berbeda dengan variabel lainnya. Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa tepat suatu alat ukur melakukan fungsi pengukurannya (Ghozali, 2016). Dalam SMART-PLS pengujian discriminant validity dapat dinilai berdasarkan fornell-larcker criterion dan cross loading.

Tabel dibawah ini menunjukkan hasil Discriminant Validity dengan menggunakan Fornell-Larcker criterion dengan aplikasi Smart PLS*:*

Tabel 2 :Hasil Uji Fornell-Larcker

	Pengetahuan Etika profesi	Religiusitas	Creative Accounting
Pengetahuan Etika Profesi	0,788		
Religiusitas	0,662	0,750	
Creative Accounting	0,609	0,429	0,745

Nilai *Discriminant validity* dilakukan dengan Fornell-Larcker Criterion menggambarkan ada atau tidaknya korelasi antar variabel, Assesment yang dilakukan adalah nilai korelasi suatu variabel dengan variabel itu sendiri > dari korelasi variabel tersebut dengan variabel lain. Pada Tabel diatas yang merupakan gambaran korelasi adalah nilai teratas (kolom warna hijau) harus lebih tinggi dari pada nilai yang terdapat pada kolom dibawahnya dan disampingnya. Pada tabel diatas nilai korelasi suatu variabel dengan variabel itu sendiri > dari nilai korelasi variabel tersebut dengan variabel lain. Sehingga bisa disimpulkan bahwa memenuhi kriteria Fornell Locker untuk diuji lebih lanjut.

Composite Reliability

Nilai composite reliability adalah nilai untuk menentukan atau menilai reliabilitas dengan nilai yang lebih besar dari 0,70. Selain reliabilitas konstruk juga dapat dilihat dari hasil tes Cronbachs Alpha. Berikut hasil nilai dari composite reliability:

Tabel 3. Hasil Uji Composite Realibility

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
X1	**0,932**	**0,934**	**0,942**
X2	**0,913**	**0,926**	**0,927**
Y	**0,736**	**0,744**	**0,832**

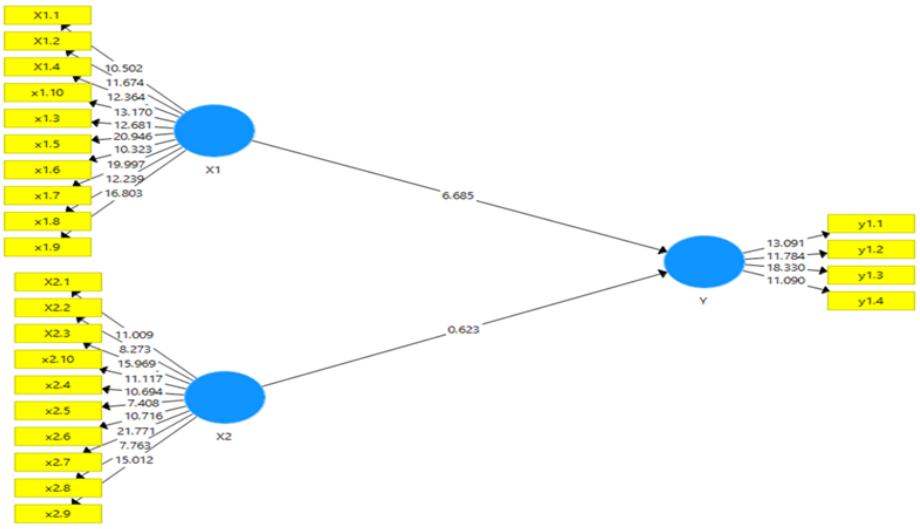
Pada tabel 3. di atas dapat diartikan bahwa nilai *composite Reliability* pada semua konstruk adalah lebih besar dari 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa semua konstruk pada penelitian ini adalah reliabel dan dapat diandalkan atau dengan kata lain nilai tersebut telah memenuhi *composite reliability*. Nilai hasil olah

pada uji reliabilitas di atas juga menunjukkan konsistensi serta stabilitas instrumen yang digunakan sangat tinggi.

Hasil Uji Inner Model atau *Model Struktural*

Untuk mengetahui hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan R- square dari model penelitian maka dilakukan pengukuran pada inner model atau model struktural dilakukan untuk melihat. Dapat dilihat pada gambar 2

Gambar 2 : Hasil Uji Inner Model



Nilai R-Square

Tabel Hasil Uji R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Y	**0,373**	**0,365**

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan SmartPLS 3.0 diperoleh nilai R-Square 0,365. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel pengetahuan etika profesi dan religiusitas mampu menjelaskan 36% dari variabel Creative Accounting , sisanya 0,64 atau 64% % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

Hasil Uji Path Coefficient dan Uji Hipotesis

Hasil Uji Path Cofficient digunakan untuk melakukan analisis atas hipotesis. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan program SmartPLS 3.0 melalui bootstrapping. Sebelum melakukan pengujian pada tiap-tiap hipotesis, langkah yang dilakukan adalah melakukan setting

SmartPLS 3.0 dengan melakukan calculate pada bootstrapping. Apabila terdapat nilai positif di original sample maka ada hubungan positif begitu pula sebaliknya, apabila nilai negatif pada original sample maka mempunyai hubungan negatif. Apabila P-value > 0,05 maka ada pengaruh yang signifikan pada variabel dependennya.

Tingkat kepercayaan yang dipakai adalah 95%, sehingga batas ketidakakuratan sebesar (α) = 5% = 0,05 artinya: Jika nilai probabilitas < 0,05 maka hipotesis diterima. Jika nilai probabilitas > 0,05 , maka hipotesis ditolak , Hasil *Path Coefficients* dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Hasil Uji *Path Coefficients*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
X1-> Y	0,579	0,570	6,685	0,000
X2 -> Y	0,046	0,067	0,623	0,539

Sumber : Pengolahaan SmartPls, 2025

Hasil diatas merupakan hasil uji *Path Coefficient,* yang menghasilkan pengujian secara langsung (*direct effect*), sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengetahuan etika profesi memiliki hubungan yang positif terhadap creative accounting dengan nilai t-statistik 6,685 dengan nilai P 0.000
2. Religiusitas memiliki hubungan yang positif terhadap Creative accounting dengan nilai t-statistik 0.623 dengan nilai P 0.539

Diskusi

H1: Pengetahuan etika profesi berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa S1 Akuntansi mengenai praktik creative accounting

Pada tabel 5 dapat dilihat bahwa koefisien (*original sample*) variabel pengetahuan etika profesi (X1) senilai 0,579 dan nilai signifikansi (*p-value*) senilai 0,000. Hasil pada tingkat signifikansi 5% koefisien tersebut dapat dikatakan signifikan sebab p 0,000 < 0,05. Jika dilihat dari nilai t hitung dibandingkan t-tabel maka dapat disimpulkan bahwa 6,685 (t-hitung) > 1.96 (t-tabel) yang memiliki arti bahwa pengetahuan etika profesi memengaruhi persepsi mahasiswa S1 Akuntansi mengenai praktik Creative Accounting, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yasin et al., 2023) meneliti tentang pengetahuan etika profesi pada mahasiswa akuntansi Universitas Sahid menyimpulkan bahwa adanya pengaruh etika profesi akuntansi terhadap persepsi creativ accounting. Penelitian yang dilakukan

(Dhamayanti & Sari, 2018) memerlihatkan bahwa pengetahuan etika profesi akuntansi memiliki pengaruh terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai creative accounting di Univestitas Negeri Yogyakarta. (Rahayu, 2018) membuktikan hal yang sama, yaitu adanya pengaruh antara pengetahuan kode etik profesi dengan persepsi mahasiswa akuntansi, (Tambunan & Silitonga, 2020) menyimpulkan bahwa adanya pengaruh antara pengetahuan kode etik profesi dengan persepsi mahasiswa studi akuntansi pada Universitas HKBP Nommensen Medan, Penelitian (Rahajaan, 2019) membuktikan bahwa adanya pengaruh yang positif pengetahuan kode etik dengan mahasiswa akuntansi pada Universitas Kristen Duta Wacana.

H1: Religiusitas berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa S1 Akuntansi mengenai praktik creative accounting

Pada tabel 5 dapat dilihat bahwa koefisien (*original sample*) variabel Religiusitas (X2) senilai 0,046 dan nilai signifikansi (*p-value*) senilai 0,539. Hasil pada tingkat signifikansi 5% koefisien tersebut dapat dikatakan tidak signifikan sebab p 0,539 >0,05. Jika dilihat dari nilai t hitung dibandingkan t-tabel maka dapat disimpulkan bahwa (t-hitung) < 1.96 (t-tabel) yang memiliki arti bahwa religiusitas tidak memengaruhi persepsi mahasiswa S1 Akuntansi mengenai praktik Creative Accounting, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua ditolak. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pratiwi & Fajar, 2023b) yang menyimpulkan bahwa religiusitas tidak memiliki dampak terhadap praktik creative accounting pada mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta dan pada mahasiswa Akuntansi Universitas Muhamadiyah Yogyakarta, selain itu penelitian yang dilakukan (Anggraini & Aziza, 2022) menyimpulkan bahwa religiusitas tidak berperan sebagai variabel yang memperkuat/memperlemah hubungan antara machiveliian dan persepsi etis terhadap praktik creative accounting pada karyawan yang bekerja sebagai akuntan, penelitian (Masrika Puspa, 2024) menemukan bahwa religiusitas tidak berperan sebagai pemoderasi antara persepsi etis dan praktik creative accounting pada mahasiswa Akuntansi Universitas Muhamadiyah Riau.

Pada penelitian ini persepsi mahasiswa Akuntansi terlepas dari faktor relegiusitas, McKerchar et al. (2013) menyatakan bahwa integritas pribadi dianggap memiliki efek yang lebih kuat pada sikap dibandingkan dengan keyakinan agama. Akan tetapi pada hasil analsis deskriptif variabel religiusitas bahwa mahasiswa akuntansi memiliki tingkat religiusitas yang tinggi. Hal tersebut bisa terjadi karena seseorang yang paham akan ajaran agama yang dipercayai dan dianutnya belum tentu akan berperilaku baik atau berperilaku etis sesuai dengan aturan agamanya, karena adanya faktor tekanan yang membuat mereka berperilaku tidak etis (Sevi et al., 2021). Sikap tersebut dijelaskan dalam teori disonansi kognitif, dimana teori ini mengemukakan bahwa perilaku manusia sering tidak sesuai dengan pendapat serta sikapnya atau apa yang dilakukan sering bertentangan dengan keyakinannya atau hati nuraninya sendiri. Seseorang yang seperti ini biasanya lebih cepat menerima persuasi yang seolah-olah membenarkan

perilakunya meskipun hati nuraninya sendiri tetap tidak dapat dibenarkan (Setiadi, 2003 dalam Novar, 2008). Maka meskipun mahasiswa akuntansi memiliki tingkat religiusitas yang tinggi belum tentu akan memiliki persepsi bahwa praktik creative accounting itu merupakan tindakan yang tidak etis.

Sebenarnya kehendak menjalankan agama secara utuh dan sempurna sudah tumbuh dari masing-masing orang yang bergama. Rasanya tidak ada orang yang tidak menginginkan kebaikan dan kesempurnaan. Akan tetapi kesempurnaan itu selalu saja tidak mudah dijalankan. Sebagai seorang Islam pasti menginginkan agar mampu meniru perilaku yang ditunjukkan oleh Nabi Muhammad SAW., sebagai pembawa ajaran Islam. Mereka meyakini bahwa perilaku Utusan Allah itu adalah ideal dan sangat terpuji. Akan tetapi tatkala akan menjalankannya sendiri ternyata dirasakan banyak hal yang menghambat, baik yang datang dari dalam diri sendiri maupun yang datang dari luar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara pengetahuan etika profesi dengan persepsi mahasiswa S1 Akuntansi, hal ini menunjukkan bahwa Hipotesis pertama dalam penelitian diterima, oleh karena itu mahasiswa sebagai calon Akuntan harus membekali diri untuk meningkatkan kualitas diri dengan mengetahui Etika-Etika profesi yang akan dipraktekkan dalam dunia kerja nantinya demi mengurangi terjadinya praktek akuntansi yang merugikan pengguna laporan keuangan. Namun Religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan untuk membentuk persepsi mahasiswa dalam memiliki persepsi tentang Creative Accounting, karena dalam bersikap manusia dihadapkan banyak faktor ekternal yang akan mempengaruhi, meskipun religiusitas Mahasiswa S1 Akuntansi dilihat dari hasil deskriptif tinggi tapi ternyata hal ini tidak mempengaruhi persepsi karena itu dapat disimpulkan hipotesis ke 2 ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, D. T., & Aziza, N. A. (2022). Dapatkah Religiusitas Islami Memoderasi Pengaruh Sifat Machiavellian Dan Pengetahuan Akuntansi Terhadap Persepsi Praktik Creative Accounting? *Jurnal Akuntansi Dan Governance*, *2*(2), 76. Https://Doi.Org/10.24853/Jago.2.2.76-93

Ardani, F. A., & Arza, F. I. (2023). Pengaruh Pemahaman Kode Etik Akuntan Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Etis Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, *5*(3), 1168–1180. Https://Doi.Org/10.24036/Jea.V5i3.783

Asprilliadita, A., & Aisyah, M. N. (2019). Pengaruh Pengetahuan Etika, Religiusitas, Dan Sensitivitas Etis Terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Praktik Creative Accounting The Effect Of Ethical Knowledge , Religiosity And Ethical Sensitivity On The Accounting Student ' S. *Profita Kajian Ilmu Akuntansi*, *7*(3), 1–16.

Dhamayanti, M., & Sari, R. C. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Etika Profesi Akuntan Dan Orientasi Etis Terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Creative Accounting*. Https://Www.Semanticscholar.Org/Paper/95ba7a76551e4a00a940e78e9b44147fef3999a4

Jaya, I. P., & Sukirno, S. (2020). The Effect Of Religiosity And Ethical Orientation On Perceptions Of Undergraduate Accounting Students On Creative Accounting. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, *12*(1), 68–76. Https://Doi.Org/10.15294/Jda.V12i1.17701

Masrika Puspa, D. (2024). Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Mengenai Praktik Creative Accounting Dengan Religiusitas Islami Sebagai Pemoderasi. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, *9*(1), 156–175. Https://Doi.Org/10.20473/Baki.V9i1.54899

Pratiwi, D. A., & Fajar, M. A. (2023a). The Effect Of Ethical Knowledge, Religiosity And Moral Reasoning On Accounting Student's Perception Of Creative Accounting Practices. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, *Null*, Null. Https://Doi.Org/10.21831/Nominal.V12i2.30296

Pratiwi, D. A., & Fajar, M. A. (2023b). The Effect Of Ethical Knowledge, Religiosity And Moral Reasoning On Accounting Student's Perception Of Creative Accounting Practices. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, *12*(2), 140–149. Https://Doi.Org/10.21831/Nominal.V12i2.30296

Rahajaan, C. V. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Creative Accounting (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Universitas Kristen Duta Wacana)*. Https://Www.Semanticscholar.Org/Paper/25cb56804fe9b25abea4674f3f533875fe5b83dc

Rahayu, S. (2018). *Pengaruh Gender, Pengetahuan Etika Profesi Akuntan, Dan Jenis Perguruan Tinggi Terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Creative Accounting*. Https://Www.Semanticscholar.Org/Paper/Bcabbb5a79076af65d4fcc2dda1a4837aeb964ab

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. *ACCRUALS (Accounting Research Journal Of Sutaatmadja)*, *5*(01), 63–88. Https://Doi.Org/10.35310/Accruals.V5i01.685

Syah, S. R., Merdekawaty, E. G., & Syahrier, N. (2023). Pengaruh Pengetahuan Etika Profesi Akuntan Dan Orientasi Etis Terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Creative Accounting Pada Politeknik Lembaga Pendidikan Dan Pengembangan Profesi Indonesia Makassar. *Jurnal EconominA*, *Null*, Null. Https://Doi.Org/10.55681/Economina.V2i11.983

Tambunan, B., & Silitonga, A. G. A. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Etika Profesi Akuntan Terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Creative Accounting*. Https://Doi.Org/10.30596/JRAB.V20I2.6767

Yasin, L., Anggraini, D., & Wulandari, E. (2023). Pengaruh Pengetahuan Etika Profesi Akuntan Terhadap Persepsi Mahasiswa Mengenai Praktik Creative Accounting. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, *Null*, Null. Https://Doi.Org/10.36441/Snpk.Vol2.2023.185