

**PENGARUH RELIGIUSITAS, *LOVE OF MONEY*, *MACHIAVELLIAN*, DAN
PENDIDIKAN ETIKA BISNIS TERHADAP PERSEPSI ETIS MAHASISWA
AKUNTANSI**
(Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Malang)

Safitri Yustisianingsih*, **Maslichah****, **Hariri*****
tiaasafitri@gmail.com

Universitas Islam Malang

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the Effect of Religiosity, Love of Money, Machiavellian, and Business Ethics Education on the Ethical Perceptions of Accounting Students. The population in this study were students of the Accounting Study Program Faculty of Economics and Business, Malang Islamic University class of 2016. The sample was selected using purposive sampling and the calculation of the number of samples using the Slovin formula and then obtained as many as 134 students based on established criteria. This research uses multiple linear regression models. The results of this study indicate that simultaneously the variable of religiosity has a significant positive effect on the ethical perceptions of accounting students. Simultaneously the love of money variable has no effect on the ethical perceptions of accounting students. Simultaneously Machiavellian variables negatively affect the ethical perceptions of accounting students. Simultaneously the business ethics education variable has a positive effect on the ethical perceptions of accounting students.

Keywords: *Religiosity, Love of Money, Machiavellian, Business Ethics Education, and Ethical Perception*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Religiusitas, *Love of Money*, *Machiavellian*, dan Pendidikan Etika Bisnis Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang angkatan 2016. Sampel dipilih menggunakan purposive sampling dan perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus *slovin* lalu diperoleh sebanyak 134 mahasiswa berdasarkan kriteria yang ditetapkan. Penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi. Secara simultan variabel *love of money* tidak berpengaruh terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi. Secara simultan variabel *machiavellian* berpengaruh negatif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi. Secara simultan variabel pendidikan etika bisnis berpengaruh positif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi.

Kata kunci: Religiusitas, *Love of Money*, *Machiavellian*, Pendidikan Etika Bisnis, dan Persepsi Etis

PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial dimana memiliki hubungan dengan manusia lainnya untuk menjalin komunikasi dalam suatu masyarakat yang juga terdapat berbagai macam aturan atau nilai-nilai yang harus dipatuhi bersama (Wibowo, 2011). Dalam kehidupan sehari-hari sekarang dapat ditemukan permasalahan yang terjadi antara satu orang ke orang lain, maupun konflik antara suatu golongan. Yang mana dapat merugikan banyak pihak, maka dari itu nilai-nilai etika biasa berfungsi guna mengurangi terjadinya pertikaian.

Persepsi adalah suatu cara pandang seorang individu yang terkait dengan wawasan ilmu yang sudah ada dalam diri seseorang dalam memandang satu persoalan. Etika sendiri memiliki hubungan atas persoalan cara apa yang digunakan seorang individu bertingkah laku dengan individu lainnya (Jusup, 2010: 90). Purnamasari (2006) menyebutkan ada 2 aspek mengenai dampak perilaku etis individu, yaitu: 1.) pandangan dalam mengambil sebuah tindakan yang tidak etis itu lebih dominan karena kepribadian moral seorang individu, dan 2.) perilaku tidak etis seorang individu lebih dominan karena tempat tinggal dimana mereka berada. Lantaran hal tersebut, sangat dibutuhkannya etika dalam setiap diri individu untuk mengatur segala tindakan dan perbuatan yang dilakukannya.

Profesi akuntan dalam bertugas haruslah memiliki prinsip dasar etika profesi seorang akuntan. Hal tersebut sangat berarti sebab pekerjaan seorang akuntan rentan oleh penyelewengan. Sampai sekarang, bisa diketahui pelanggaran etika yang terjadi dikalangan karier akuntan bertambah tinggi, yang mana terkait karier akuntan publik pada taraf nasional ataupun di tingkat internasional. Akibat dari hal ini membuat turunnya keyakinan masyarakat pada karier akuntan. Skandal Enron Corp adalah salah satu kasus terbesar yang pernah terjadi dalam kaitannya profesi akuntan. Dalam kasus ini para manajer Enron Corp melakukan manipulasi data keuangan, serta diketahui bahwa Kantor Akuntan Publik (KAP) Arthur Andersen benar telah mengadakan manipulasi pada laporan keuangan Enron Corp selanjutnya menyembunyikan barang bukti berupa dokumen-dokumen penting terkait penyelidikan pada kasus kebangkrutan Enron Corp.

Dari kasus Enron Corp tersebut harusnya menjadi pelajaran agar kedepannya perusahaan lain jangan sampai terjatuh dalam kesalahan yang sama. Namun ternyata masalah serupa masih sering terjadi. Salah satunya adalah masalah kredit macet yang ditangani Bias Sitepu (Akuntan Publik) yang disangka ikut serta pada skandal korupsi dalam mengembangkan usaha Perusahaan Raden Motor. Sehingga menyebabkan pelanggaran pada saat jalannya kredit serta disangka melakukan penggelapan uang. Atas kejadian ini membuktikan bahwa masih banyak tingkah laku akuntan yang meremehkan standar etika profesi, sampai-sampai mengakibatkan turunnya kepercayaan khalayak umum pada pekerjaan seorang akuntan publik.

Dari kedua contoh kasus tersebut, penulis ingin meneliti pengaruh religiusitas, *love of money*, *machiavellian*, dan pendidikan etika bisnis terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi. Yang mana dipercaya sebagai sosok akuntan andal dimasa yang akan datang, oleh karena itu perlu berpegangan oleh agama yang kuat, bisa mengontrol atau mengelola keuangan dengan baik, harus peduli lingkungan sekitar tidak boleh mementingkan diri sendiri, dan juga yang terpenting adalah harus paham dan bisa menjalankan kode etik profesi akuntan yang telah dipelajari selama proses perkuliahan, agar kelak memiliki tingkah laku yang baik dan berperilaku etis. Karena diketahui bahwa penyebab terjadinya kecurangan oleh akuntan publik itu bisa karena nilai religiusitas yang kurang, bagaimana tingkat kecintaannya terhadap uang, karena individu tersebut hanya mementingkan keuntungan semata, ataupun pendidikan etika yang rendah.

TINJAUAN PUSTAKA

Persepsi Etis

Lubis (2010: 93) memberi penjelasan tentang persepsi adalah proses dalam seseorang memilih, dan bagaimana usahanya untuk menafsirkan rangsangan ke dalam sesuatu gambaran yang harmonis dan memiliki banyak makna, maka persepsi seorang individu dengan individu yang lain menanggapi suatu objek memiliki kemungkinan terjadi perbedaan terhadap satu objek yang sama. Etis berdasarkan KBBI memiliki pengertian nilai atau norma yang digunakan sebagai paduan oleh seseorang, yang telah sinkron atas prinsip dan tingkah laku yang sudah disetujui serta berlaku umum. Thoha (2007: 142) menjelaskan persepsi adalah proses bagaimana seseorang untuk dapat menguasai daerah sekitar yang terdiri atas manusia sebagai objek, serta simbol atau tanda yang menyangkutkan reaksi kognitif (mengenal) atas indera penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Persepsi etis sendiri adalah gabungan dari persepsi dan etika. Jadi bisa disimpulkan bahwa persepsi etis yaitu proses dimana seseorang untuk dapat mengolah segala stimulus (rangsangan) yang diterima alat oleh alat indera untuk selanjutnya dituangkan kedalam sebuah perilaku dan dapat membentuk suatu sikap etis ataupun sikap yang tidak etis.

Religiusitas

Berdasarkan Glock dan Stark pada Ancok (2011: 76) religiusitas itu merupakan tanda, bentuk kepercayaan, nilai, serta tingkah laku yang tersusun, dimana seluruhnya lebih fokus kepada permasalahan yang ada di kehidupan dan yang paling memberi arti lebih (*ultimate meaning*). Religiusitas adalah sikap dari keagamaan yang mana merupakan satu situasi yang terdapat didalam pribadi individu yang merasa mendapat dorongan agar berperilaku sesuai dengan tingkat ketaatannya pada agama yang dianut (Jalaluddin, 2011: 303). Jadi dapat disimpulkan bahwa religiusitas merupakan tingkat seberapa dalam individu mendalami ilmu agama dan keyakinannya pada Allah SWT dimana kelak yang digunakan sebagai pegangan atas segala perilaku yang akan dikerjakannya. Saat tingkat religiusitas seseorang itu tinggi maka mereka akan merasa terdorong untuk melakukan perilaku yang positif yang

dapat memberi manfaat bagi diri sendiri dan sekitarnya. Sebaliknya jika tingkat religiusitas seseorang itu rendah mereka cenderung melakukan hal-hal negatif yang dilarang oleh agama dan akan berdampak buruk untuk dirinya maupun orang lain yang berada disekitarnya. Jadi bisa disimpulkan religiusitas itu adalah suatu bentuk kepercayaan seseorang terhadap agama yang dianutnya untuk selanjutnya dijadikan sebagai dasar untuk berperilaku baik sesuai dengan ajaran agama masing-masing.

Love of Money

Tang (2008) memberitahukan sebuah rancangan yaitu “*the love of money*” yang digunakan menjadi literatur psikologis yang berupa sebuah tolok ukur atas perasaan tiap individu terhadap uang. Luna dan Tang (2004) memberikan ringkasan mengenai pengertian dari *love of money* yaitu sebagai berikut: 1.) *Love of Money* adalah pengukuran tentang nilai seorang individu atas keinginannya terhadap uang tetapi tidak termasuk dalam keperluannya; 2.) *Love of Money* merupakan arti dari seberapa pentingnya uang serta bagaimana perilaku seseorang terhadap uang tersebut. Ketika masih sering didapati banyak bentuk perilaku yang tidak benar pada dunia kerja, hal tersebut berakibat terhadap tingkah laku seseorang yang mana akan mengerjakan berbagai usaha untuk mendapatkan uang. Perihal ini menerangkan jika pengaruh *love of money* akan memberi pengaruh negatif terhadap persepsi etis seseorang. Menurut Yeltsinta (2013) orang yang selalu tunduk dengan berbagai macam godaan saat melakukan pekerjaannya, orang tersebutlah yang rentan untuk berperilaku tidak etis. Bisa ditarik kesimpulan jika *love of money* adalah bagaimana perasaan cinta seorang individu pada uang, bisa jadi *love of money* ini bisa memberikan dampak positif apabila dijadikan motivator agar seseorang lebih semangat dalam bekerja, tetapi bisa juga memberi dampak negatif apabila orang tersebut merasa kurang sehingga timbul keinginan untuk berperilaku tidak etis hanya untuk mendapatkan uang dengan jumlah yang lebih besar.

Machiavellian

Sifat Machiavellianism pertama kali diperkenalkan oleh Niccolo Machiavelli sekitar tahun 1469-1527, yaitu seorang ahli filsuf politik yang berasal dari Italia. Sifat *machiavellian* ini diartikan sebagai suatu keyakinan atau persepsi yang dipercayai tentang hubungan yang terjadi antar personal. Dari persepsi nanti dapat mencetak satu personalitas yang menjadi dasar perilaku seseorang dalam menjalin hubungan dengan orang lain. *Machiavellian* umumnya berkaitan dengan sifat individu yang manipulatif, dengan perilaku yang persuasif dalam menjalankan pekerjaannya guna mencapai tujuan pribadi, dan terkesan berperilaku agresif (Shafer dan Simmon, 2008). Dalam konteks langsung, *machiavellian* biasa diartikan sebagai proses dimana orang yang melakukan manipulasi akan mendapatkan imbalan lebih atas apa yang dilakukannya, sementara orang lain mendapat imbalan yang biasa saja atau kurang karena tidak melakukan manipulasi (Richmond, 2001). Jadi dapat disimpulkan *machiavellian* adalah sikap atau kepribadian seseorang yang hanya mementingkan diri sendiri, kurang peduli dengan keadaan sekitar, lebih agresif

karena menampakkan bahwa dia lebih unggul, dan orang yang memiliki kepribadian seperti ini akan melakukan segala cara untuk bisa memperoleh apa yang diinginkan sekalipun dengan melakukan kecurangan.

Pendidikan Etika Bisnis

Pendidikan berdasarkan KBBI adalah prosedur untuk merubah sikap atau perilaku seseorang atau kelompok dalam usaha untuk mendewasakan diri melalui upaya pengajaran atau pelatihan. Etika juga biasa dikenal sebagai moralitas, dari bahasa latin dikatakan mores yang berarti kebiasaan. Moralitas sendiri lebih fokus kepada perilaku manusia tentang mana yang benar dan mana yang salah. Menurut Sukrisno dan Ardana (2009: 162-164) kode etik umum profesi akuntan tersusun atas 8 kaidah etik yang wajib untuk di taati yang menjadi dasar dalam bertingkah laku, antara lain sebagai berikut:

- | | |
|---------------------------|---------------------------------|
| a. Tanggung jawab profesi | e. Kompetensi dan kehati-hatian |
| b. Kepentingan publik | f. Kerahasiaan |
| c. Integritas | g. Professional |
| d. Objektivitas | h. Standar teknis |

Atas dasar tersebut, kode etik akuntan adalah sebuah peraturan yang digunakan sebagai prinsip dasar saat mengambil tindakan demi mencegah perbuatan yang dapat membawa mudarat dan mencoret nama baik profesi akuntan. Mahasiswa akuntansi yang nantinya menjadi calon akuntan wajib memahami dan melaksanakan sebaik-baiknya kode etik tersebut. Jadi dapat disimpulkan pendidikan etika bisnis adalah proses pembelajaran seseorang yang sesuai dengan kode etik profesi supaya apa yang dikerjakannya dapat dipertanggungjawabkan dengan baik.

METODE PENELITIAN

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang mana datanya berupa angka-angka dan analisisnya dengan statistis (Sugiono, 2011: 7). Penelitian ini bertujuan untuk menentukan hubungan antar variabel yaitu Pengaruh Religiusitas, *Love of Money*, *Machiavellian*, dan Pendidikan Etika terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi (Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). Penelitian ini dilakukan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. Penelitian ini dilakukan mulai bulan Januari 2020 sampai dengan bulan Juli 2020.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang angkatan 2016 yang sampai saat penelitian ini dilaksanakan masih aktif berkuliah. Sampel adalah suatu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Dalam penelitian ini digunakan teknik *Purposive Sampling* yang berarti dimana pengambilan sampel berdasarkan dari

pertimbangan tertentu (Sugiono, 2011: 85). Karakteristik yang digunakan sebagai penilaian dalam pengambilan sampel yaitu:

- a. Mahasiswa Prodi Akuntansi angkatan tahun 2016 yang masih aktif berkuliah sampai dengan penelitian ini dilaksanakan;
- b. Mahasiswa akuntansi yang telah menempuh mata kuliah etika bisnis dan profesi

Perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus *Slovin* dengan jumlah 134 mahasiswa.

Definisi Operasional Variabel

1. Religiusitas

Religiusitas merupakan tingkat pemahaman dalam pengetahuan agama dan keyakinan kepada Allah YME dimana nantinya dijadikan sebagai prinsip yang berpengaruh pada semua aktivitas yang dilakukan. Indikator pengukuran dalam religiusitas (Ancok, 2011) yang terdiri atas: (1) Dimensi keyakinan biasa disebut akidah islam, (2) Dimensi peribadatan biasa disebut praktik agama, (3) Dimensi pengalaman biasa disebut penghayatan, (4) Dimensi pengetahuan biasa disebut Ilmu, serta (5) Dimensi pengamalan biasa disebut akhlak.

Religiusitas diukur memakai alat ukur yang dikembangkan oleh penelitian Wati dan Sudibyo (2016) dengan skala *Likert* yang penilaiannya meliputi 5 poin, antara lain: 1. Sangat Tidak Setuju (STS), 2. Tidak Setuju (TS), 3. Netral (N), 4. Setuju (S), dan 5. Sangat Setuju (SS).

2. Love of Money

Love of money memiliki arti rasa cinta atau sayang individu pada uang dimana dalam semua perilaku yang dikerjakan itu hanya berlandaskan uang semata. Parameter pengukuran kecintaan seseorang terhadap uang (Tang, 1992) terdiri atas: (1) *Budget*, (2) *Evil*, (3) *Equality*, (4) *Success*, (5) *Self Expression*, (6) *Social Influence*, (7) *Power of Control*, (8) *Happiness*, (9) *Richness*, dan (10) *Motivator*.

Love of Money diukur memakai alat ukur yang dikembangkan oleh penelitian Aziz (2015) dengan skala *Likert* yang penilaiannya meliputi 5 poin, antara lain: 1. Sangat Tidak Setuju (STS), 2. Tidak Setuju (TS), 3. Netral (N), 4. Setuju (S), dan 5. Sangat Setuju (SS)

3. Machiavellian

Dalam konteks langsung, *machiavellian* biasa diartikan sebagai proses dimana orang yang melakukan manipulasi akan mendapatkan imbalan lebih atas apa yang dilakukannya, sementara orang lain mendapat imbalan yang biasa saja atau kurang karena tidak melakukan manipulasi (Richmond, 2001). Indikator pengukuran *machiavellian* meliputi: (1) Afeksi, (2) Komitmen Ideologi Rendah, (3) Egois, (4) Manipulatif, dan (5) Agresif.

Machiavellian diukur memakai alat ukur yang dikembangkan oleh penelitian Aziz (2015) dengan skala *Likert* yang penilaiannya meliputi 5 poin, antara lain 1.

Sangat Tidak Setuju (STS), 2. Tidak Setuju (TS), 3. Netral (N), 4. Setuju (S), dan 5. Sangat Setuju (SS)

4. Pendidikan Etika Bisnis

Pendidikan etika adalah proses pembelajaran mengenai pengetahuan tentang segala nilai-nilai atau aturan yang ada agar dapat diterima. Dalam pendidikan etika bisnis, kita diajarkan kode etik profesi akuntan agar kelak menjadi calon akuntan yang beretika dan bermoral tinggi. Menurut Sukrisno dan Ardana (2009: 162-164) menyebutkan kode etik profesi akuntan tersusun atas 8 kaidah etik yang harus dipatuhi sebagai dasar dalam berperilaku, antara lain sebagai berikut:

- | | | |
|---------------------------|---------------------------------|-------------------|
| a. Tanggung jawab profesi | d. Objektivitas | g. Professional |
| b. Kepentingan publik | e. Kompetensi dan kehati-hatian | h. Standar teknis |
| c. Integritas | f. Kerahasiaan | |

Pendidikan etika bisnis diukur memakai alat ukur yang dikembangkan oleh penelitian Wati dan Sudiby (2016) dengan skala *Likert* yang penilaiannya meliputi 5 poin, antara lain: 1. Sangat Tidak Setuju (STS), 2. Tidak Setuju (TS), 3. Netral (N), 4. Setuju (S), dan 5. Sangat Setuju (SS).

5. Persepsi Etis

Persepsi etis mahasiswa akuntansi adalah cara mendefinisikan atas kejadian etis dari seorang mahasiswa. Indikator yang digunakan sebagai pengukuran persepsi (Lubis, 2010) yaitu: (1) Sikap, (2) Motif, dan (3) Kepentingan.

Persepsi etis diukur memakai instrument yang dikembangkan oleh penelitian Wati dan Sudiby (2016) dengan skala *Likert* yang penilaiannya meliputi 5 poin, antara lain: 1. Sangat Tidak Setuju (STS), 2. Tidak Setuju (TS), 3. Netral (N), 4. Setuju (S), dan 5. Sangat Setuju (SS).

Metode Analisis Data

Digunakan metode regresi linier berganda, dimana metode tersebut merupakan hubungan yang terjalin antara dua atau lebih variabel bebas ($X_1, X_2, X_3 \dots X_n$) atas variabel terikat (Y).

Guna menunjukkan hipotesis yang diajukan, oleh sebab itu digunakan analisis linier berganda dengan persamaan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \epsilon$$

Keterangan:

Y: Persepsi etis mahasiswa akuntansi

X1: Religiusitas

X2: *Love of Money*

X3: *Machiavellian*

X2: Pendidikan Etika

α : Konstanta

ε : *Error of term* (variabel lain yang tidak terungkap)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sampel pada penelitian ini yaitu semua mahasiswa akuntansi angkatan 2016 dimana sampai saat penelitian ini dilaksanakan masih aktif kuliah, dan telah menempuh mata kuliah etika bisnis dan profesi, yang berjumlah 134 orang. Hal tersebut didapat dari perhitungan *sampling* menggunakan rumus *Slovin* dari total populasi sebanyak 202 mahasiswa, yaitu:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{[1 + (N \times e^2)]} \\ &= \frac{202}{[1 + (202 \times 0,05^2)]} \\ &= \frac{202}{[1 + (202 \times 0,0025)]} \\ &= \frac{202}{[1 + 0,505]} \\ &= \frac{202}{1,505} \\ n &= 134,2193 \text{ (dibulatkan 134)} \end{aligned}$$

Statistik Deskriptif

Tabel 4.4 Hasil Statistik Deskriptif

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Religiusitas	134	1	5	4,5541	0,50606
<i>Love of money</i>	134	2	5	3,7333	0,61072
<i>Machiavellian</i>	134	1	5	2,8903	0,72401
Pend. etika bisnis	134	1	5	3,9912	0,61469
Persepsi etis	134	1	5	3,4059	0,77165
<i>Valid N (listwise)</i>	134				

(Sumber: Data penelitian diolah, 2020)

Berdasarkan data yang tercantum pada Tabel 4.4 maka dapat diuraikan, sebagai berikut:

- a. Kuesioner variabel religiusitas yang dijawab oleh 134 responden diketahui nilai minimumnya 1 dan maksimumnya 5, serta nilai *mean* 4,5541 maka diketahui standar deviasinya 0,50606.

- b. Kuesioner variabel *love of money* yang dijawab oleh 134 responden diketahui nilai minimumnya 2 dan maksimumnya 5, serta nilai *mean* 3,7333 maka diketahui standar deviasinya 0,61072.
- c. Kuesioner variabel *Machiavellian* yang dijawab oleh 134 responden diketahui nilai minimumnya 1 dan maksimumnya 5, serta nilai *mean* 2,8903 maka diketahui standar deviasinya 0,72401.
- d. Kuesioner variabel pendidikan etika bisnis yang dijawab oleh 134 responden diketahui nilai minimumnya 1 dan maksimumnya 5, serta nilai *mean* 3,9912 maka diketahui standar deviasinya 0.61469.
- e. Kuesioner variabel persepsi etis yang dijawab oleh 134 responden diketahui nilai minimumnya 1 dan maksimumnya 5, serta nilai *mean* 3,4059 maka diketahui standar deviasinya 0,77165.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan seluruh variabel menunjukkan nilai *mean* lebih besar daripada standar deviasinya, yang berarti bahwa sebaran data skor kuesioner seluruh variabel adalah baik.

Uji Normalitas

Tabel 4.7 Hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>						
	Religiusitas	<i>Love of money</i>	<i>Machiavellian</i>	Pend. etika bisnis	Persepsi etis	
<i>N</i>	134	134	134	134	134	134
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>						
<i>Mean</i>	72.87	70.93	28.90	47.90	17.03	
<i>Std. Deviation</i>	8.097	11.604	7.240	7.376	3.858	
<i>Most Extreme Differences</i>						
<i>Absolute</i>	.189	.070	.132	.068	.090	
<i>Positive</i>	.189	.070	.132	.053	.090	
<i>Negative</i>	-.130	-.067	-.081	-.068	-.068	
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	2.189	.814	1.532	.782	1.045	
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	.124	.521	.188	.573	.224	
a. Test distribution is Normal.						
b. Calculated from data.						

(Sumber: Data penelitian diolah, 2020)

Berdasarkan Tabel 4.7, diketahui hasil uji normalitas data (*Kolmogorov-Smirnov Test*) menunjukkan variabel religiusitas (X_1) nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu $0,124 > 0,05$, variabel *love of money* (X_2) nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu $0,521 > 0,05$, variabel *Machiavellian* (X_3) *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu $0,188 > 0,05$, variabel pendidikan etika bisnis (X_4) *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu $0,573 > 0,05$, serta variabel persepsi etis (Y) *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu $0,224 > 0,05$. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa data masing-masing variabel dalam penelitian ini seluruhnya berdistribusi normal, karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* semua variabel $> 0,05$.

Uji Regresi Linier Berganda (*Multiple Linear Regressions*)

Tabel 4.10 Hasil Analisis *Multiple Linear Regressions*

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.130	2.418		.881	.038		
Religiusitas	.233	.037	.437	6.292	.000	.712	1.405
Love of money	.009	.026	.026	.324	.747	.576	1.735
Machiavellian	-.001	.034	-.001	-.017	.042	.756	1.323
Pend. etika bisnis	.246	.036	.470	6.749	.000	.750	1.333

a. *Dependent Variable*: Persepsi etis

(Sumber: Data penelitian diolah, 2020)

Berdasarkan Tabel 4.10 maka bisa disusun persamaan regresinya, sebagai berikut:

$$Y = 2,130 + 0,233X_1 + 0,009X_2 - 0,001X_3 + 0,246X_4 + \varepsilon$$

(sig 0,000) (sig 0,747) (sig 0,042) (sig 0,000)

Pembahasan

Tabel 4.11 Hasil Uji F/ Uji Anova

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1049.493	4	262.373	36.379	.000 ^a
	Residual	930.387	129	7.212		
	Total	1979.881	133			

a. *Predictors*: (Constant), Pend. etika bisnis, Machiavellian, Religiusitas, Love of money

b. *Dependent Variable*: Persepsi etis

(Sumber: Data penelitian diolah, 2020)

Berdasarkan Tabel 4.11, diketahui nilai *F* ialah 36,379 dengan signifikansi (Sig.) 0,000. Oleh karena nilai *Sig F* lebih kecil daripada nilai signifikansi yang ditentukan ($0,000 < 0,05$), maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Jadi data dalam penelitian ini adalah signifikan. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan secara simultan variabel independen (religiusitas, *love of money*, *Machiavellian*, dan

pendidikan etika bisnis) berpengaruh signifikan terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi.

Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Tabel 4.12 Koefisien Determinasi (*R Square*)

<i>Model Summary^b</i>										
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Change Statistics</i>					<i>Durbin-Watson</i>
					<i>R Square Change</i>	<i>F Change</i>	<i>df1</i>	<i>df2</i>	<i>Sig. F Change</i>	
1	.728 ^a	.530	.516	2.68557	.530	36.379	4	129	.000	1.503

a. *Predictors: (Constant), Pend. etika bisnis, Machiavellian, Religiusitas, Love of money*

b. *Dependent Variable: Persepsi etis*

(Sumber: Data penelitian diolah, 2020)

Berdasarkan Tabel 4.12, diketahui nilai *adjusted R square* sebesar 0,516. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 51,6% prediktor yang dapat mempengaruhi persepsi etis mahasiswa akuntansi dapat dijelaskan oleh variabel religiusitas, *love of money*, *Machiavellian*, dan pendidikan etika bisnis. Sementara itu, 48,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.

Uji *t* (uji parsial)

Tabel 4.13 Hasil Uji *t*

<i>Model</i>		<i>Coefficients^a</i>				
		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>St. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(<i>Constant</i>)	2.130	2.418		.881	.038
	Religiusitas	.233	.037	.437	6.292	.000
	<i>Love of money</i>	.009	.026	.026	.324	.747
	<i>Machiavellian</i>	-.001	.034	-.001	-.017	.042
	Pend. etika bisnis	.246	.036	.470	6.749	.000

a. *Dependent Variable: Persepsi etis*
 (Sumber: Data penelitian diolah, 2020)

a. Pengaruh Religiusitas (X_1) Terhadap Persepsi Etis (Y)

Bersumber pada data hasil uji *t* dalam Tabel 4.9, diketahui nilai *t* variabel religiusitas yaitu 6,292 dan signifikansi (Sig.) 0,000. Sebab itu nilai signifikansi hitung *t* variabel religiusitas lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditentukan ($0,000 < 0,05$), jadi H_{1a} diterima dan H_0 ditolak. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel religiusitas memberi pengaruh positif signifikan atas persepsi etis mahasiswa akuntansi Universitas Islam Malang.

Koefisien regresi variabel religiusitas bernilai positif (0,233), yang berarti apabila bertambah meningkat religiusitas maka bertambah meningkat pula persepsi etis mahasiswa akuntansi. Sedangkan, semakin rendah religiusitas maka semakin menurunkan persepsi etis mahasiswa akuntansi. Hal tersebut menunjukkan bahwa religiusitas mahasiswa akuntansi di Universitas Islam Malang baik, yakni mahasiswa memahami ilmu agama serta memiliki keimanan kepada Allah SWT yang menjadi dasar baginya untuk menjalankan segala aktivitas. Mahasiswa akuntansi yang religius akan mampu memegang teguh keyakinan atau akidah Islam, mampu bekerja dengan menjunjung tinggi kaidah peribadatan atau keagamaan, memiliki pengalaman atau penghayatan terhadap moral keagamaan, menggunakan ilmu pengetahuannya dalam kerja sesuai dengan anjuran agama, serta menjunjung tinggi akhlak saat bekerja.

Hasil penelitian ini konsisten mendukung hasil penelitian Nikara dan Mimba (2019), serta Wati dan Sudiby (2016) yang menyimpulkan bahwa religiusitas memberi pengaruh positif signifikan terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi.

b. Pengaruh *Love of Money* (X_2) Terhadap Persepsi Etis (Y)

Bersumber pada data hasil uji t dalam Tabel 4.9, diketahui nilai t variabel *love of money* yaitu 0,324 dan signifikansi (Sig.) 0,747. Sebab itu nilai signifikansi hitung t variabel *love of money* lebih besar daripada nilai signifikansi yang ditentukan ($0,747 > 0,05$), jadi H_{1b} ditolak dan H_0 diterima. Sehingga bisa ditarik kesimpulan jika variabel *love of money* tidak memberi pengaruh pada persepsi etis mahasiswa akuntansi Universitas Islam Malang.

Tidak adanya pengaruh variabel *love of money* terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi Universitas Islam Malang dikarenakan mahasiswa akan mempertimbangkan tekanan sosial (norma subjektif) ketika akan berperilaku tidak etis. Dengan demikian, maka tingkat kecintaan mahasiswa akuntansi terhadap uang tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi etisnya.

Hasil penelitian ini konsisten mendukung hasil penelitian terdahulu Gunawan dan Sukirman (2018), serta Aziz (2015) yang menyimpulkan bahwa *love of money* tidak memberi pengaruh terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi.

c. Pengaruh *Machiavellian* (X_3) Terhadap Persepsi Etis (Y)

Bersumber pada data hasil uji t dalam Tabel 4.9, diketahui nilai t variabel *Machiavellian* yaitu 0,017 dan signifikansi (Sig.) 0,042. Sebab itu nilai signifikansi hitung t variabel *Machiavellian* lebih kecil dibanding dengan nilai signifikansi yang ditentukan ($0,042 < 0,05$) jadi H_{1c} diterima dan H_0 ditolak. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel *machiavellian* memberi pengaruh negatif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi Universitas Islam Malang.

Meskipun demikian, koefisien regresi variabel *Machiavellian* bernilai negatif (-0,01), sehingga arah pengaruhnya terhadap persepsi etis adalah negatif. Hal ini berarti semakin tinggi *Machiavellian* mahasiswa akuntansi maka semakin

menurunkan persepsi etisnya. Sebaliknya, semakin rendah *Machiavellian* mahasiswa akan tambah meningkatkan persepsi etisnya.

Hasil penelitian ini konsisten mendukung hasil penelitian terdahulu Aziz (2015), serta Nikara dan Mimba (2019) yang menyimpulkan *Machiavellian* memberi pengaruh negatif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi.

d. Pengaruh Pendidikan Etika Bisnis (X_4) Terhadap Persepsi Etis (Y)

Bersumber pada data hasil uji t dalam Tabel 4.9, diketahui nilai t variabel pendidikan etika bisnis yaitu 6,749 dan signifikansi (Sig.) 0,000. Sebab itu nilai signifikansi hitung t variabel pendidikan etika bisnis lebih kecil dibanding dengan nilai signifikansi yang ditentukan ($0,000 < 0,05$), jadi H_{1d} diterima dan H_0 ditolak. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel pendidikan etika bisnis memberi dampak positif signifikan terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi Universitas Islam Malang.

Koefisien regresi variabel pendidikan etika bisnis bernilai positif (0,246), yang artinya apabila bertambah tinggi pendidikan etika bisnis sehingga meningkatkan persepsi etis mahasiswa akuntansi. Sebaliknya, semakin rendah pendidikan etika bisnis maka semakin menurunkan persepsi etis mahasiswa akuntansi. Perihal ini memberikan bukti bahwa adanya pemahaman yang baik dari mahasiswa tentang kode etik profesi akuntan agar kelak menjadi seorang akuntan yang beretika dan memiliki moral yang baik, antara lain mahasiswa mampu memahami tanggung jawab profesi, mendahulukan kepentingan publik, mempunyai integritas tinggi, menjunjung tinggi objektivitas, memiliki kompetensi dan kehati-hatian yang tinggi, menjunjung tinggi kerahasiaan, bersikap profesional, serta memahami standar teknis. Hasil penelitian ini sesuai mendukung hasil penelitian Wati dan Sudibyo (2016) yang menyimpulkan pendidikan etika bisnis berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi.

SIMPULAN

Penelitian ini mempunyai maksud guna mencari tahu Pengaruh Religiusitas, *Love of Money*, *Machiavellian*, dan Pendidikan Etika Bisnis terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). Dari hasil pengujian dengan menggunakan model regresi linear berganda dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan variabel religiusitas, *love of money*, *Machiavellian*, dan pendidikan etika bisnis berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi Universitas Islam Malang
2. Secara simultan variabel religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi Universitas Islam Malang
3. Secara simultan variabel *love of money* tidak berpengaruh terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi Universitas Islam Malang

4. Secara simultan variabel Machiavellian memberi pengaruh negatif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi Universitas Islam Malang
5. Secara simultan variabel pendidikan etika bisnis berpengaruh positif terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi Universitas Islam Malang

Saran

Dari kesimpulan penelitian dan keterkaitannya yang sudah dijelaskan, jadi bisa dituliskan untuk saran dalam penelitian ini antara lain:

- a. Peneliti selanjutnya disarankan menggunakan populasi atau sampel yang lebih besar jumlahnya, misalnya meneliti mahasiswa akuntansi di seluruh universitas di Kota Malang sehingga dapat memperluas hasil penelitian ini.
- b. Peneliti selanjutnya disarankan menambah variabel independen yang dikaji, misalnya menambahkan variabel motif, kepentingan, pengalaman, waktu kerja, keadaan tempat kerja, keadaan sosial, latar belakang, kedekatan, dan lain-lain agar dapat diketahui pengaruhnya terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi.
- c. Untuk peneliti selanjutnya disarankan menggunakan metode eksperimen atau kualitatif (wawancara mendalam) dengan tujuan agar diperoleh validitas internal yang tinggi terhadap data penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, Sukrisno dan I cenik Ardana. (2009). *Etika Bisnis dan Profesi (tantangan membangun manusia seutuhnya)*. Jakarta. Penerbit: Salemba Empat.
- Ancok, Djamaludin dan Fuat Nashori Suroso. 2011. *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Gunawan, Andi dan Sukirman, Anna Sutrisna. 2018. Pengaruh pendidikan etika dan *love of money* terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi
- Ida Ayu Gde Intan Kusumawathi Nikara dan Ni Putu Sri Harta Mimba. (2019). Pengaruh *love of money, machiavellian, idealisme* dan religiusitas pada persepsi etis mahasiswa akuntansi
- Jalaluddin. 2011. *Psikologi Agama*. Jakarta:Rajawali
- Jusup, Al Haryono. 2010. *Pengauditan*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
- Lubis, Arfan Ikhsan. 2010. *Akuntansi Keperilakuan*, Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat
- Luna-Arocas, R, dan Tang, T.L.P. 2004. The Love of Money,Satasfication, and The Protestant Work Ethic: Money Profiles Among University Professors in the USA and Spain. *Journal of Business Ethics*, Vol.50, hal 329-354

- Purnamasari, St. Vena dan Agnes Advensia C. (2006). "Dampak Reinforcement Contingeny Terhadap Hubungan Sifat Machiavellian dan Perkembangan Moral". *Simposium Nasional IX*, Padang
- Richmond, Kelly Ann. 2001. Ethical Reasoning Machiavellian Behavior and Gender: The Impact on Accounting Student Ethical Decision Making. *Dissertation. Virginia polytechnic institute*
- Shafer, W., dan Simmons R. 2998. Social Responsibility, Machiavellians, and Tax Avoidance Accounting. *Audit and Accountability Journal*. No.21. issue 5 pp.695-720
- Sugiono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tang, T. 1992. The Meaning of Money Revisited. *Journal of Organizational Behavior. Vol.13*.
- Thoha, Miftah. 2007. *Perilaku organisasi: Konsep dasar dan aplikasinya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Toriq Ibnu Aziz. (2015). Pengaruh *love of money* dan *Machiavellian* terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi (studi empiris pada mahasiswa akuntansi uny angkatan 2013 dan angkatan 2014). Yogyakarta: Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta
- Wibowo, Arif (2011) Manusia Sebagai Makhluk Sosial. Diakses pada tanggal 13 April 2020 di <http://arifwibowo158.blogspot.com/2011/11/manusia-sebagai-makhluk-sosial.html>
- Yeltsinta, Ratih. 2013. *Love of Money, Pertimbangan Etis, Machiavellian, Questionable Action: Implikasi terhadap Pengambilan Keputusan Etis Mahasiswa Akuntansi dengan Variabel Moderasi Gender*. *Jurnal Akuntansi Universitas Diponegoro*.
- *) Safitri Yustisianingsih adalah Alumni Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.
- **) Maslichah adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang.
- ***) Hariri adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang.