

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

1. Deskripsi Data Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi sampel adalah mahasiswa fakultas ekonomi program studi akuntansi dari Universitas Negeri Yogyakarta dan Universitas Islam Indonesia, dalam penelitian ini mahasiswa yang dibagikan kuesioner adalah mahasiswa yang sudah atau sedang menjalani mata kuliah akuntansi keuangan menengah 1 dan akuntansi keuangan menengah 2, mata kuliah pengauditan 1 dan pengauditan 2, serta mata kuliah etika bisnis. Kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa sejumlah 356 kuesioner. Pada Universitas Negeri Yogyakarta kuesioner yang disebar sebanyak 107 kuesioner kemudian kuesioner yang kembali sebanyak 103 kuesioner dan yang sesuai dengan kriteria adalah 98 kuesioner. Kuesioner yang disebar untuk Universitas Islam Indonesia adalah sebanyak 249 kuesioner dan kuesioner yang kembali adalah 232 kuesioner. Berikut penjabaran penyebaran dan pengembalian kuesioner:

Tabel 8. Kuesioner yang Disebar dan Kembali

Universitas	Kuesioner yang disebar	Kuesioner yang dikembalikan
UNY	107	103
UII	249	232
Jumlah	356	335

Sumber: Data primer diolah, 2018

2. Deskripsi Kuesioner yang Sesuai Kriteria

Pada penelitian ini responden wajib memenuhi syarat atau kriteria yang diminta peneliti. Syarat atau kriteria yang dimaksud adalah responden sedang atau sudah menjalankan matakuliah akuntansi keuangan menengah 1 dan akuntansi keuangan menengah 2, matakuliah pengauditan 1 dan pengauditan 2, serta matakuliah etika bisnis, selanjutnya data akan dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 9. Kuesioner yang Sesuai Kriteria

Universitas	Kuesioner yang Sesuai Kriteria	
	Frekuensi	Persentase
UNY	98	48,5%
UII	104	51,5%
Jumlah	202	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan dari data tersebut terdapat 98 mahasiswa UNY telah menempuh semua mata kuliah yang menjadi syarat peneliti dengan persentase 48,5% dan UII sebanyak 104 mahasiswa dengan persentase 51,5% yang telah menempuh semua matakuliah yang menjadi syarat dari peneliti.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

Tabel 10. Umur Responden

No	Usia	UNY		UII	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.	≤ 19 tahun	18	18,4%	12	11,5%
2.	20-22 tahun	58	59,2%	65	62,5%
3.	> 22 tahun	22	22,4%	27	26%
Jumlah		98	100%	104	100%

Sumber: data primer diolah, 2018

Tabel diatas menunjukan data responden berdasarkan umur yaitu mahasiswa UNY yang berumur ≤ 19 tahun berjumlah 18 responden (18,4%) sedangkan mahasiswa UII yang berumur ≤ 19 tahun berjumlah 12 responden

(11,5%), mahasiswa UNY yang berumur 20-22 tahun berjumlah 58 responden (59,2%) sedangkan mahasiswa UII yang berumur 20-22 tahun berjumlah 65 responden (62,5%) dan mahasiswa UNY yang berumur > 22 tahun berjumlah 22 responden (22,4%) sedangkan mahasiswa UII yang berumur > 22 tahun berjumlah 27 responden (26%).

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 11. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	UNY		UII	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	45	45,9%	42	40,4%
Perempuan	53	54,1%	62	59,6%
jumlah	98	100	104	100

Sumber: data primer diolah, 2018

Tabel data diatas menyatakan yang menjadi mayoritas dalam penelitian ini merupakan perempuan, baik dari UNY ataupun UII. Berdasarkan data diatas jumlah laki-laki dari UNY sebanyak 45 mahasiswa (45,9%) dan mahasiswa perempuan UNY sebanyak 53 mahasiswa (54,1%) sedangkan jumlah laki-laki dari UII sebanyak 42 mahasiswa (40,4%) dan mahasiswa perempuan UII sebanyak 62 mahasiswa (59,6%).

5. Deskripsi Responden Berdasarkan Variabel Penelitian

Berikut merupakan hasil dari analisis deskriptif variabel penelitian dari religiusitas, orientasi etis, dan persepsi mahasiswa pada *creative accounting*:

Tabel 12. Hasil Uji Statistik Deskriptif Penelitian

Variabel	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Religiusitas	9	36	24,88	6,308
Orientasi Etis	15	44	33,00	5,469
Persepsi Mahasiswa pada <i>creative accounting</i>	9	36	24,74	6,717

Sumber: Data diolah, 2018

Adapun berdasarkan kriteria yang dipakai pada kategori jawaban responden, maka untuk lebih memudahkan digunakan 3 kategori yang meliputi: tinggi, sedang, dan rendah dengan rumus:

Tabel 13. Kategorisasi jawaban responden

Tinggi : $X \geq M + SD$

Sedang : $M - SD \leq X < M + SD$

Rendah : $X < M - SD$

(Azwar, 2009:108)

Berdasarkan hasil statistik deskriptif dapat diketahui kategori jawaban responden setiap masing-masing variabel sebagai berikut:

a. Religiusitas

Data variabel religiusitas yang diperoleh dari kuesioner yang disebarluaskan kepada mahasiswa sebanyak 202 mahasiswa, sehingga dapat dilihat bahwa nilai tertinggi dari religiusitas adalah 36 dan nilai terendah sebesar 9 dengan mean sebesar 24,88 serta standar deviasi sebesar 6,308. Data dikategorikan menjadi tiga kategori yaitu:

Tabel 14. Kategorisasi Variabel Religiusitas

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X \geq 31,19$	41	20,3
Sedang	$18,57 \leq X < 31,19$	133	65,8
Rendah	$X < 18,57$	28	13,9
Jumlah		202	100

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa skor religiusitas dalam kategori tinggi sebanyak 41 mahasiswa (20,3%), sebanyak 133 mahasiswa (65,8%) dalam kategori sedang, dan sebanyak 28 mahasiswa (13,9%) dalam kategori rendah yang berarti mayoritas mahasiswa memiliki religiusitas dalam kategori sedang. Dari data ini dapat diartikan mahasiswa akuntansi mempunyai tingkat keagamaan yang seimbang, baik mahasiswa akuntansi UNY dan UII.

b. Orientasi Etis

Dari kuesioner yang disebarluaskan sebanyak 202 kepada mahasiswa, dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dari orientasi etis adalah 44 dan nilai terendah sebesar 15 dengan mean sebesar 32,90 serta standar deviasi sebesar 5,461. Data dikategorikan menjadi tiga kategori yaitu:

Tabel 15. Kategorisasi Variabel Orientasi Etis

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X \geq 38,47$	36	17,8
Sedang	$27,53 \leq X < 38,47$	142	70,3
Rendah	$X < 27,53$	24	11,9
Jumlah		202	100

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan dari data diatas dapat diketahui bahwa skor dalam orientasi etis dengan kategori tinggi sebanyak 36 mahasiswa (17,8%), sedangkan dalam kategori sedang sebanyak 142 mahasiswa (70,3%), dan kategori rendah

sebanyak 24 mahasiswa (11,9%). Artinya mayoritas pada orientasi etis termasuk dalam kategori sedang. Hal ini menunjukan bahwa mahasiswa akuntansi UNY dan UII memiliki tingkat orientasi etis yang sama atau seimbang.

c. Persepsi Mahasiswa Pada *Creative Accounting*

Dari kuesioner yang disebarluaskan sebanyak 202 kepada mahasiswa, dapat diketahui bahwa nilai tertinggi dari persepsi mahasiswa pada *creative accounting* adalah 36 dan nilai terendah sebesar 9 dengan mean sebesar 24,74 serta standar deviasi sebesar 6,717. Data dikategorikan menjadi tiga kategori yaitu:

Tabel 16. Kategorisasi Variabel Persepsi Etis Mahasiswa pada *Creative Accounting*

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X \geq 31,46$	48	23,8
Sedang	$18,02 \leq X < 31,46$	125	61,9
Rendah	$X < 18,02$	29	14,4
Jumlah		202	100

Sumber: Data diolah pada 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa skor persepsi etis mahasiswa pada *creative accounting* dalam kategori tinggi sebanyak 48 mahasiswa (23,8%), kategori sedang sebanyak 125 mahasiswa (61,9%), dan rendah sebanyak 29 mahasiswa (14,4%) yang berarti bahwa mayoritas mahasiswa untuk variabel persepsi etis mahasiswa pada *creative accounting* dalam kategori sedang. Hal ini berarti bahwa mahasiswa UNY dan mahasiswa UII akan memberikan persepsi tidak etisnya terhadap tindakan *creative accounting*.

B. Uji Asumsi

1. Uji Normalitas

**Tabel 17. Hasil Uji Normalitas
One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		202
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5,68695186
Most Extreme Differences	Absolute	0,051
	Positive	0,046
	Negative	-0,051
Kolmogorov-Smirnov Z		0,718
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,681

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan dari hasil uji normalitas menunjukkan hasil yaitu 0,681 yang didapatkan dari *asymp. Sig. (2 tailed)* dan menggunakan *Kolmogorov-smirnov test*.

2. Uji Linearitas

Variabel dikatakan memiliki hubungan linier jika nilai signifikansi pada *linearity* < 0,05 serta perolehan nilai deviation linearitas yaitu > 0,05. Selain itu, variabel bebas dan terikat dikatakan linear apabila nilai F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} . Hasil dapat dilihat pada tabel 17.

Tabel 18. Hasil Uji Linearitas

Variabel	<i>Deviation from Linearity</i>		Keterangan
	F	Sig	
Persepsi Mahasiswa pada Creative Accounting*	1,113	0,332	Linear
Orientasi Etis (Y →X2)			

Sumber: Data diolah pada 2018

Berdasarkan hasil uji linearitas menunjukkan bahwa variabel independen Orientasi Etis menghasilkan nilai sejumlah 0,332. Nilai ini lebih besar dari 0,05 yang dilihat dari *deviation from linearity*. Ini dapat disimpulkan adanya hubungan yang linear disetiap variabel.

3. Uji Multikolinearitas

Berikut merupakan perhitungan data pengujian multikolonearitas

Tabel 19. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Religiusitas	0,969	1,032	Tidak terjadi multikolinearitas
Orientasi Etis	0,969	1,032	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah pada 2018

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas diatas dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* religiusitas (X1) sebesar 0,969 dan orientasi etis sebesar 0,969, sedangkan untuk nilai VIF pada religiusitas sebesar 1,032 dan orientasi etis 1,032. Hal ini dapat disimpulkan yaitu tidak adanya multikolinearitas yang terjadi pada semua variabel bebas karena nilai yang terdapat pada variabel bebas memiliki nilai toleran $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 .

4. Uji Heteroskedastisitas

Hasil dari Heterokedasitas dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 20. Hasil Uji Heterokedasitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	4,343	1,491			2,912	0,004
Religiusitas	-0,006	0,035	-0,013		-0,183	0,855
Orientasi Etis	0,017	0,041	0,031		0,425	0,672

Sumber: Data diolah pada 2018

Dari perhitungan data pada pengujian heterokedasitas didapatkan nilai signifikan dari religiusitas (X_1) sejumlah 0,855 dan orientasi etis (X_2) sejumlah 0,672. Ini dapat diartikan tidak adanya variabel bebas yang terindikasi terjadi heterokedasitas karena semua variabel bebas lebih besar dari 0,05.

C. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sehingga didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 21. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	4,306	2,734			1,575	0,117
RELIGIUSITAS	0,485	0,065	0,456		7,477	0,000
ORIENTASI	0,253	0,075	0,206		3,383	0,001

a. Dependent Variable: PERSEPSI

Sumber: Data diolah pada 2018

Berdasarkan tabel 21 hasil analisis regresi linear berganda diatas menunjukan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 4,306 + 0,485X_1 + 0,253X_2 + e$$

Keterangan:

Y = persepsi mahasiswa pada *creative accounting*

X_1 = Religiusitas

X_2 = Orientasi Etis

β = Koefisien Regresi

α = Konstanta

e = *error*

D. Hasil Pengujian Hiipotesis

Tujuan dari uji hipotesis untuk penelitian ini yaitu membuktikan pengaruh religiusitas dan orientasi etis terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi pada *creative accounting* baik secara parsial maupun silmultan.

1. Uji T

Tujuan dilakukannya Pengujian hipotesis secara parsial agar dapat diketahui ada atau tidak pengaruh antar variabel bebas dan variabel terikat dan pada pengujian ini derajat keyakinan 95% serta menggunakan uji-t. Ketentuan yang dipakai yaitu:

H_0 : Jika nilai statistik hitung > statistik tabel (0,05), maka H_0 diterima.

H_a : Jika nilai statistik hitung < statistik tabel (0,05), maka H_0 ditolak.

Berikut penjelasan dari masing-masing variabel:

- a) Pengaruh religiusitas (X_1) terhadap persepsi mahasiswa pada *creative accounting* (Y)

H_{01} : $\beta \leq 0$ Artinya, religiusitas tidak berpengaruh positif terhadap persepsi mahasiswa pada *creative accounting*.

H_{a1} : $\beta > 0$ Artinya, religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi mahasiswa pada *creative accounting*.

Dari hasil pengujian regresi berganda yang terdapat pada tabel 21 dapat dilihat hasil variabel religiusitas sejumlah 7,477 dan signifikan 0,000. Hal ini memperlihatkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari religiusitas terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi pada *creative accounting* karena nilai t hitung dan nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.

- b) Pengaruh orientasi etis (X_2) terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi pada *creative accounting* (Y).

H_{01} : $\beta \leq 0$ Artinya, orientasi etis tidak berpengaruh positif terhadap persepsi mahasiswa pada *creative accounting*.

H_{a1} : $\beta > 0$ Artinya, orientasi etis berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi mahasiswa pada *creative accounting*.

Dari hasil pengujian regresi berganda yang terdapat pada tabel 21 dapat dilihat hasil variabel orientasi etis sejumlah 3,383 dan signifikan 0,000. Hal ini memperlihatkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari orientasi etis terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi pada *creative accounting* karena

nilai t hitung dan nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga H_01 ditolak dan H_{a1} diterima.

2. Uji F

Tujuan dari pengujian ini agar dapat diketahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan dengan model regresi. Berikut merupakan hasil dari data dengan menggunakan uji F, sebagai berikut:

Tabel 22. Hasil Uji Simultan (Uji F Hitung)
ANOVA^b

		Sum of					
		Model	Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2568,468	2	1284,234	39,314	0,000 ^a	
	Residual	6500,626	199	32,666			
	Total	9069,094	201				

Sumber: data diolah pada 2018

Dari hasil pengujian pada tabel 21, dapat diketahui nilai F 39,314 dan signifikan 0,000. Hal ini dapat ditarik kesimpulan religiusitas dan orientasi etis berpengaruh dan signifikan terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi pada *creative accounting* karena nilai F tabel ($39,314 > 3,04$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

3. Koefisien Determinan (Adjusted R²)

Berikut merupakan hasil dari uji koefisien determinasi, disajikan dalam bentuk tabel 23:

Tabel 23. Hasil Uji Determinasi (R^2)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,532 ^a	0,283	0,276	5.715

Sumber: data diolah 2018

Dari hasil pengujian pada tabel 23, dapat dilihat nilai R^2 untuk penelitian ini sejumlah 0,276. Ini dapat diartikan bahwa pengaruh dari variabel bebas yaitu religiusitas dan orientasi etis terhadap variabel terikat yaitu persepsi etis mahasiswa akuntansi pada *creative accounting* hanya 0,276.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Secara Parsial

a. Pengaruh Religiusitas Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Pada *Creative Accounting*

Pada hasil dipengujian hipotesis yang pertama nilai koefisien dari regresi yaitu 0,485, untuk hasil dari pengujian variabel religiusitas sejumlah 7,477 dan signifikan 0,000. Hal ini dapat diartikan ada pengaruh positif dan signifikan variabel religiusitas terhadap variabel persepsi etis mahasiswa akuntansi pada *creative accounting* sehingga hipotesis yang diajukan dapat diterima, karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mirna Wati dan Bambang Sudibyo (2016) yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap persepsi etis mahasiswa atas perilaku tidak etis akuntan. Penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian dari James M. Bloodgood, William H. Turnley, dan Peter Mudrack (2008) yang berpendapat

bawa mahasiswa yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, tidak akan melakukan tindak kecurangan atau menipu dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki tingkat religiusitas yang rendah. Sikap religius manusia untuk selalu memikirkan norma-norma kebaikan pada setiap tindakan baik saat dirumah, kantor, dijalan, dan dimanapun mereka berada, karena manusia yang memiliki religiusitas cenderung percaya bahwa menaati peraturan-peraturan agama akan mudah menjalani kehidupan yang hakiki.

b. Pengaruh Orientasi Etis Terhadap Persepsi Mahasiswa Pada *Creative Accounting*

Pada hasil dipengujian hipotesis yang pertama nilai koefisien dari regresi yaitu 0,253 untuk hasil dari pengujian variabel religiusitas sejumlah 3,383 dan signifikan 0,001. Hal ini dapat diartikan ada pengaruh positif dan signifikan variabel orientasi etis terhadap variabel persepsi etis mahasiswa akuntansi pada *creative accounting* sehingga hipotesis yang diajukan dapat diterima, karena nilai signfikan lebih kecil dari 0,05

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian A. C. Greenfield, Jr, Carolyn Strand Norman, dan Benson Wier (2007) menyatakan bahwa orientasi etis seseorang memediasi dampak dari memanfaatkan perilaku manajemen laba. Penelitian ini juga menyatakan bahwa semakin idelistik orientasi etis seseorang semakin kecil kemungkinan dia untuk terlibat dalam perilaku manajemen laba. Hasil penelitian ini juga di perkuat oleh penelitian Comunale et al. (2006) yang menyatakan bahwa tingkat orientasi etis berpengaruh pada opini mahasiswa terhadap tindakan auditor, sehingga

mahasiswa yang memiliki tingkat orientasi etis yang tinggi akan menilai tindakan auditor dengan lebih tegas. Pengaruh orientasi etis terhadap persepsi mahasiswa dapat dilihat saat seorang mahasiswa memiliki dasar pemikiran untuk menentukan sikap apakah sudah baik. Mahasiswa yang memiliki orientasi etis dalam memutuskan tindakannya akan cenderung mengarah pada pedoman atau aturan yang telah ditetapkan sebelumnya sehingga mahasiswa tersebut akan cenderung berperilaku etis. Hal ini juga diungkapkan oleh Audry (2010) yang menyatakan bahwa seseorang dengan tingkat orientasi etis yang tinggi akan menemukan adanya masalah etika dalam memutuskan suatu tindakan lebih mengarah pada pedoman atau aturan yang telah ditetapkan sehingga lebih berperilaku etis. Sehingga orientasi etis baik idealism maupun relativisme memiliki pengaruh terhadap persepsi mahasiswa.

2. Pengaruh Secara Silmutan

Berdasarkan hasil uji nilai R Square pada pengaruh variabel religiusitas dan orientasi etis terhadap persepsi mahasiswa pada *creative accounting* diperoleh 0,276. Hal ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas dan orientasi etis mempengaruhi variabel persepsi mahasiswa pada *creative accounting* sebesar 27,6% dan sisanya 72,4% dipengaruhi variabel diluar penelitian ini. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa signifikansi F hitung dalam penelitian ini sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang diharapkan yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan

bahwa religiusitas dan orientasi etis berkontribusi secara simultan dan signifikan terhadap persepsi mahasiswa.

Munculnya *creative accounting* disebabkan kerana banyaknya tekanan yang ditimbulkan. Manager atau pemilik perusahaan selalu memiliki standar yang tinggi terhadap bisnisnya, kemudian menjadikan *creative accounting* tumbuh dan semakin berkembang dikalangan bisnis dan dilaporan keuangan. Sulistawan (2006) menyatakan bahwa tindakan *creative accounting* merupakan tindakan yang tidak etis dan melanggar norma-norma yang berlaku, tindakan ini juga dianggap sebagai tindakan kriminal karena pada tindakan ini akuntan dan auditor mengubah data keuangan dari yang seharusnya menjadi yang mereka inginkan agar tetap mampu memenuhi kualitas laporan keuangan perusahaannya. Pada dasarnya *creative accounting* merupakan tindakan yang boleh dilakukan karena pada tindakan ini prinsip yang digunakan masih diterima dan sesuai dengan standar akuntansi, asal pada laporan keuangan yang dilaporkan kepada pemegang saham tidak memunculkan persepsi yang berbeda. Hal yang sama yang diungkapkan oleh Aviyanti (2006), tindakan *creative accounting* bukan merupakan hal yang mudah untuk dibuktikan karena beberapa bentuk *creative accounting* memang secara akuntansi tidak bertentangan. Pandangan tentang *creative accounting* ini dilakukan salah satu caranya dengan memberikan pemahaman dini di dunia akademis, yaitu kepada mahasiswa akuntansi yang nantinya akan terjun ke dunia bisnis.