

## Bantahan Atas Hexagon Fraud Theory

**Sudrajat Martadinata**

Universitas Teknologi Sumbawa

Email: [sudrajat.martadinata@uts.ac.id](mailto:sudrajat.martadinata@uts.ac.id).

**Eka Haryanti**

Universitas Teknologi Sumbawa

Email: [eka.haryanti@uts.ac.id](mailto:eka.haryanti@uts.ac.id)

**Fadli Faturrahman**

Universitas Teknologi Sumbawa

Email: [fadli.faturrahman@uts.ac.id](mailto:fadli.faturrahman@uts.ac.id)

Alamat: Sumbawa, Nusa Tenggara Barat

Korespondensi penulis: [sudrajat.martadinata@uts.ac.id](mailto:sudrajat.martadinata@uts.ac.id)

**Abstract.** *This paper aims to understand reality in the private sector. The reality that we encounter is very strong in providing a rebuttal to the Hexagon Fraud Theory. Taken from a movie scene entitled In The Heart of The Sea (2015). Using a dramaturgical research method with a performance approach. The results of this study enrich the diversity of fraud theory which provides an antithesis of even the latest fraud theory. Various factors that cause fraud are mentioned in various theories. All of them are perfectly refuted when we analyze the reality we encounter.*

**Keywords:** *accounting, dramaturgy, fraud, hexagon theory, post positivism.*

**Abstrak.** Tulisan ini bertujuan untuk memahami tentang sebuah realitas di lingkup privat sektor. Realitas yang kami jumpai ini sangat kuat memberikan bantahan atas Hexagon Fraud Theory. Diambil dari adegan film berjudul In The Heart of The Sea (2015). Menggunakan metode penelitian dramaturgi dengan pendekatan performance. Hasil penelitian ini memperkaya keragaman teori fraud dimana memberikan antitesis dari teori fraud yang mutakhir sekalipun. Berbagai faktor penyebab fraud yang disebutkan di dalam berbagai teori. Seluruhnya terbantahkan dengan sempurna ketika kami melakukan analisis terhadap realitas yang kami jumpai ini.

**Kata kunci :** akuntansi, dramaturgi, fraud, hexagon theory, post positivism.

### LATAR BELAKANG

Fenomena fraud kerap menjadi pelengkap perjalanan entitas manusia. Dimana pun dan kapan pun. Terlebih ketika manusia dipersatukan ke dalam berbagai perkumpulan atau organisasi. Apakah perkumpulan itu berada pada lingkup publik maupun di lingkup privat. Kasus fraud umumnya terjadi berkaitan dengan praktik-praktik kecurangan keuangan.

Beberapa contoh seperti kasus Enron dan Arthur Andersen di Amerika Serikat pada tahun 2001 (Winantyadi & Waluyo, 2014). Menjadi kasus fraud terbesar di dunia yang meruntuhkan kepercayaan masyarakat kepada profesi akuntan saat itu. Disinyalir adanya kerjasama antara akuntan dengan manajemen Enron agar laporan keuangannya terlihat baik. Selain Enron, ada juga Olympus dan Toshiba yang juga tersandung kasus fraud (Fransiska & Utami, 2019).

Di Indonesia fraud juga terjadi di beberapa Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Diantaranya PT Kimia Farma Tbk tahun 2001 dan PT Kereta Api Indonesia tahun 2005 (M. Adam Prayoga & Eka Sudarmaji, 2019). Pada tahun 2018 tercatat nama PT Sunprima Finance yang merupakan bagian dari perusahaan Columbia juga melakukan fraud keuangan. Salah satu bank menderita kerugian sebagai akibat kegiatan PT Sunprima Finance yaitu bank PT Bank Mandiri Tbk. Menyalurkan kredit hingga 4 triliun rupiah dan melibatkan KAP Deloitte di sebagai afiliasinya (Fransiska & Utami, 2019).

Mengapa tindakan fraud bisa terjadi ? beberapa ahli telah merumuskan ini menjadi formula teori. Pada tahun 1953 diawali oleh Cressey yang menamakan teorinya dengan fraud triangle. Cressey mengatakan bahwa kecurangan laporan keuangan dapat terjadi karena disebabkan oleh tiga hal yakni tekanan (pressure), kesempatan (opportunity), dan rasionalisasi (rationalization). Berikutnya tahun 2004 berkembang menjadi fraud diamond theory. Diajukan oleh Wolfe dan Hermanson dengan menambahkan kapasitas (capability) sebagai faktor yang ikut menyebabkan terjadinya kecurangan laporan keuangan (M. Adam Prayoga & Eka Sudarmaji, 2019). Berkembang lagi pada tahun 2011 oleh Crowe. Menurutnya terdapat tambahan satu faktor lagi dari teori Wolf dan Hermanson sebelumnya yakni faktor kompetensi. Disebutkan bahwa kompetensi individu dapat merubah niat seseorang untuk berbuat kejahatan (Khairi, 2019).

## **KAJIAN TEORITIS**

Ternyata teori fraud berkembang cukup pesat dimana oleh Marks pada tahun 2012 mengajukan fraud pentagon theory. Teori ini menambah unsur arogan sebagai penyebab terjadinya fraud. Kemudian muncul lagi tahun 2019 diajukan oleh Voutsinas dengan menambahkan unsur collusion sebagai faktor penyebab terjadinya fraud (Larkum et al., 2021). Teorinya dinamakan dengan fraud hexagon theory.

Albrecht (2011), mendefinisikan fraud (penipuan) adalah istilah umum, dan mencakup semua cara aneka yang dapat dirancang oleh kecerdikan manusia, yang terpaksa oleh satu individu, untuk mendapatkan keuntungan di atas yang lain dengan representasi palsu. Artinya, fraud merupakan hal yang bersifat umum dan memiliki banyak makna, yang terjadi karena

kecerdikan manusia dan ditujukan untuk satu pihak untuk memperoleh keuntungan lebih dengan penyajian yang salah.

Beberapa hasil penelitian menyebutkan bahwa dari masing-masing teori yang digunakan menjelaskan hasil yang beragam. Seperti penelitian tentang fraud triangle teori hasilnya menyatakan bahwa pemahaman teori fraud triangle yang berkaitan dengan pencegahan dan pendeteksian korupsi yang terjadi, kiranya dapat menjadi cara yang baik dan ampuh bagi kita dalam upaya melakukan penanggulangan korupsi (Aksa, 2018). Ada juga penelitian yang membahas tentang Predator vs. Accidental Fraudster Diamond theory hasilnya menyebutkan bahwa hal itu merupakan refleksi dari triangle fraud, tetapi berbanding terbalik dengan teori triangle fraud. Teori ini merefleksikan predator sebagai satu pelaku yang memiliki sikap Opportunities, Criminal Mindset, dan Sikap Arrogance (Arles, 2014). Penelitian lain menjelaskan hanya nature of industry yang berpengaruh signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan.

Sementara itu, external pressure, financial stability, ineffective monitoring dan change in auditor tidak berpengaruh signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan (Fernando Pasaribu & Kharisma, 2018). Berbeda lagi dengan hasil penelitian Santoso, S.H. (2019) menunjukkan bahwa financial target, perubahan auditor dan arogansi berpengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia, aneka industri dan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI, sedangkan ketidakefektifan pengawasan dan perubahan direksi tidak berpengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia, aneka industri dan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Penelitian juga menunjukkan bahwa komite audit sebagai pemoderasi memperlemah hubungan antara financial target dan perubahan auditor terhadap kecurangan laporan keuangan, sedangkan komite audit sebagai pemoderasi tidak memperlemah ketidakefektifan pengawasan, perubahan direksi dan arogansi terhadap kecurangan laporan keuangan.

Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa financial target, external pressure, ineffective monitoring, change in auditor, change in director, dan frequent number of CEO's picture tidak memiliki pengaruh dalam mendeteksi financial statement fraud. Sedangkan, variabel collusion memiliki pengaruh dalam mendeteksi financial statement fraud (Handoko, 2021). Berbeda dengan penelitian berikut Hasil penelitian menunjukkan bahwa stabilitas keuangan dan target keuangan sebagai pengukur elemen tekanan, serta ketidakefektifan pengawasan sebagai pengukur elemen peluang terbukti berpengaruh terhadap kecurangan laporan keuangan. Sedangkan tekanan eksternal sebagai pengukur elemen tekanan, pergantian direksi sebagai

pengukur elemen kapabilitas, pergantian auditor, rasio total akrual terhadap total aset, dan kualitas auditor eksternal sebagai pengukur elemen rasionalisasi, serta eksistensi perusahaan sebagai pengukur elemen arogansi terbukti tidak berpengaruh terhadap kecurangan laporan keuangan (Mukaromah & Budi Witjaksono, 2021).

Penelitian di bawah ini juga memberikan hasil berikut. Hasil penelitiannya menemukan bahwa elemen tekanan yang diprosikan financial target dan financial stability berpengaruh signifikan terhadap fraudulent laporan keuangan. Sedangkan pergantian direksi, ineffective monitoring, change in auditor, frequent number of CEO's picture, proyek pemerintah, koneksi politik dan state-owned enterprises tidak berpengaruh signifikan terhadap fraudulent laporan keuangan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2019 (Sagala & Siagian, 2021). Dari paparan latar belakang di atas kami tertarik untuk melakukan kajian penelitian dengan topik fraud pada konteks yang berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Perbedaan-perbedaan yang kami maksud akan lebih rinci disampaikan pada bagian metode dalam naskah tulisan ini.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah mengenai pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Buying Pada Masyarakat Kecamatan Sumbawa Pengguna Aplikasi Shopee menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan Asosiatif. Tujuan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu dengan mengumpulkan data menggunakan instrumen kajian, analisis data adalah statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Hardani, 2020). Pendekatan Asosiatif adalah pendekatan dengan menggunakan dua atau lebih variabel guna mengetahui hubungan atau pengaruh yang satu dengan yang lain (Hardani, 2020).

Secara umum penelitian akuntansi menggunakan metode kuantitatif yang secara pasti merupakan bagian dari ide positivism. Kami ingin mengajukan penelitian akuntansi dengan metode yang berbeda. Yakni metode dramaturgi dengan pendekatan performance. Metode ini masuk ke dalam ranah kualitatif membawa ideology filsafat post positivism. Dramaturgi ini pertama kali muncul di tahun 1956. Dicitus oleh seorang sosiolog bernama Erving Manual Goffman. Di bawah ini terdapat gambaran alur pekerjaan metode dramaturgi dengan pendekatan performance.



Source: Kamayanti (2016)

Menurut Goffman sebuah realitas yang ada tidak lain merupakan teater/drama/pertunjukan (Kamayanti, 2016). Sehingga karya-karya pertunjukan dan karya sastra lainnya dapat dijadikan sebagai situs kajian penelitian untuk didalami lebih lanjut. Lirik lagu yang berjudul lir-ilir (Darti Djuhari et al., 2019) dikaji dari sudut pandang akuntansi dengan pendekatan semiotika. Lirik lagu yang berjudul ketika ku pulang dengan pendekatan semiotika juga telah dikaji dengan sudut pandang akuntansi (Martadinata, 2023). Jadi karya sastra bukan hanya sekedar ilusi, khayalan, atau angan-angan semata (Wahyuni, 2015). Justru fenomena kehidupan sosial yang ada di masyarakat dijadikan karya monumental untuk diambil hikmah dan nilai yang terkandung di dalamnya (Martadinata & Faturrahman, 2022). Di penelitian ini adegan film *In The Heart of The Sea* akan dianalisis secara dramaturgis dengan pendekatan performance.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Film *In The Heart of The Sea* sebuah kisah nyata yang menentang tentang perusahaan pemburu minyak paus. Perusahaan pemburu minyak paus ini bernama Essex yang sekaligus menjadi nama kapal buruan mereka. Secara struktur perusahaan ini dimiliki oleh seorang bernama Mason. Seorang kapten kapal bernama George Pollard dan kelasi pertama bernama Owen Chase. Tiga orang tokoh utama ini akan menjadi sentral pembahasan di dalam naskah penelitian ini.

Kita mulai dari analisis front. Analisis front menjelaskan tentang ekspresi, gestur, wajah, juga setting. Adegan ini terjadi di dalam kantor Essex. Mason laki-laki yang sudah cukup berumur. Tidak menepati janji kepada Owen Chase dimana Owen Chase akan dijadikan sebagai kapten kapal Essex. Keputusannya berubah ketika ada seorang investor yang menitipkan anaknya untuk bekerja dengan Mason. Anak tersebut bernama George Pollard, dan

dijadikan kapten oleh Mason. Karena ayah Pollard merupakan investor bagi Essex. Owen Chase sangat kecewa, tetapi sebagai seorang suami yang bertanggung jawab ia menerima keputusan tersebut walaupun dengan berat hati. Karena istrinya sedang mengandung. Owen Chase menemui istrinya di rumah. Untuk menyampaikan keputusan Mason yang berubah dari janji sebelumnya.

Dari segi dramatic realization terlihat ketika amukan badai datang pada saat kapal Essex tengah berlayar. Seorang Owen Chase memberikan keputusan yang tepat untuk memotong tali layar, agar kapal menjadi seimbang. Di sini ia menegaskan diri bahwa pengalamannya membuktikan bahwa ia lebih andal. Dibandingkan dengan kapten George Pollard yang baru pertama kali melakukan pelayaran berburu minyak paus. Di tahapan ini aktor menyampaikan pesan yang dramatis, guna menegaskan interaksinya.

Berikut melihat dari idealization, meskipun Owen Chase begitu berpengalaman ia tetap menghormati George Pollard yang ditunjuk sebagai kapten kapal. Owen Chase mampu memosisikan diri sebagai seorang kelasi pertama secara profesional. Sehingga organisasi lapangan perburuan minyak paus tetap berjalan sebagaimana mestinya. Pada tahap ini kita melakukan pendalaman atas adegan yang menunjukkan adanya kelas sosial antar aktor. Dalam hal ini adanya kapten dan kelasi pertama.

Tahapan berikut kita masuk ke bagian maintenance expressive. Tahapan ini aktor memberikan petunjuk-petunjuk kecil yang terus menerus disampaikan kepada penonton tentang pesan dari aktor. Dalam film ini Owen Chase selalu menampilkan dirinya sebagai sosok yang bertanggung jawab. Tadi di awal bertanggung jawab kepada anak dan istrinya, bertanggung jawab kepada pemilik perusahaan, di lautan bertanggung jawab juga atas keselamatan para kru kapal, juga bertanggung jawab kepada George Pollard sang kapten kapal.

Tahapan berikutnya ialah misrepresentation yang menjelaskan bagaimana penonton memahami petunjuk actor secara benar atau sebaliknya secara salah. Terdapat adegan yang awalnya menurut pemahaman kami sebagai penonton, Owen Chas akan goyah dengan berbagai iming-iming uang dan hadiah dari Mason si pemilik perusahaan. Ikut serta pula George Pollard mengajak Owen Chase untuk mengikuti saran yang diusulkan oleh Mason. Agar Owen Chase memberikan keterangan palsu atas karamnya kapal Essex. Jika Owen Chase mengikuti arahan dari Mason dan Pollard, maka perusahaan Essex akan memperoleh ganti rugi dari asuransi.

Namun ternyata Owen Chase tidak terpengaruh akan iming-iming dan hadiah. Ia menolak untuk membuat keterangan palsu mengenai sebab karamnya kapal Essex. Di adegan ini kita secara tidak langsung telah memasuki tahapan analisis terakhir dramaturgi dengan pendekatan performance, yakni tahap mystification. Artinya Owen Chase telah mampu

memunculkan dugaan sementara dari penonton pada beberapa adegan sebelumnya. Pada akhirnya dugaan itu kurang tepat dan bertolak belakang dengan apa yang diputuskan oleh Owen Chase sendiri. Owen Chase tetap menjadi figure yang bertanggung jawab dan berintegritas sebagaimana ia menampakkan dirinya sejak awal adegan dalam film *In The Heart of The Sea* ini. Ia menjelaskan secara detail kejadian sebenarnya. Bahwa kapal Essex hancur dihantam oleh ikan paus monster, bukan karena kecelakaan lain selain itu.

Dari hasil dan pembahasan ini selanjutnya kita membangun konsep pemahaman dengan bersandar kepada hexagon fraud theory. Voutsinas sebagai pencetusnya mengembangkan elemen SCORE (Stimulus, Capability, Collusion, Opportunity, Rationalization, dan Ego) dalam mengkaji fraud. Jika ditelaah lebih lanjut berkaitan dengan situs teliti ini. Secara keseluruhan dari tiap elemen SCORE hexagon teori, sebenarnya memenuhi kriteria yang disyaratkan. Akan tetapi, aktualnya actor utama di film ini yakni Owen Chase tidak merubah hati dan pikirannya. Artinya elemen-elemen pembentuk hexagon fraud teori terbantahkan dengan sempurna dalam konteks situs teliti ini. Owen Chase tetap berpegang teguh kepada tanggung jawab dan integritas yang dia miliki.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dari hasil dan pembahasan yang telah dianalisis dengan metode dramaturgi pendekatan performance. Dalam konteks situs teliti ini berupa adegan film yang berjudul *In The Heart of The Sea*. Terdapat sikap tanggung jawab dan integritas yang mampu menguatkan seseorang untuk menjadi pribadi yang unggul. Kesimpulan penelitian ini memperkaya pemahaman kita untuk kemudian memberikan wacana pengembangan fraud teori. Dengan mempertimbangkan elemen tanggung jawab dan integritas di dalamnya.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Agus. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Noah Aletheia
- Amalia, S. H., & Syahril, M. (2017). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Proses Keputusan Pembelian Ponsel. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM)*.
- Astri Serliani, Sahidillah Nuridin, YSR (2019). Pengaruh Keterlibatan Fashion Dan Gaya Hidup Belanja Terhadap Pembelian Impulsif. *Jurnal Sain manajemen*,1(1), 174–180.
- Bertha. (2017). “ Internet Marketing: Konsep dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran”.*Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No. 1.
- Budiman Remy, Agus Supandi, R. L. Samadi. (2021). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Behaviour (Survey Pada Konsumen Pt.Matahari Department Store Mega Mall Manado). *Emba*, 9(4), 1282–1292.

- Burundi. (2018). Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Pembelian Impulsif Pada Produk Fashion Yang Dimediasi Oleh Emosi Positif. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01, 334–350.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani dkk. (2020). *Metode penelitian Kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta:Pustaka Ilmu.
- Hermawan. (2018). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayat, R., & Tryanti, I. K. (2018). Pengaruh Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Mahasiswa Politeknik Negeri Batam.*Journal of Applied Business Administration*, 2(2), 174– 180.
- Hursepuny, C. V., & Oktafani, F. (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee Id. *E-Proceeding of Management*, 5(1), 1041–1048.
- Japarianto. (2012). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud* 2016, Vol. 5, No. 8, pp. 5264-5273. *Journal of Accounting, Finance and Auditing* Vol. 3 No.1 (2021), pp 74
- Kotler, (2019). *Marketing Management*. 15th Edition, Pearson Education,Inc. Minor M. (2017). *Perilaku konsumen*. Bandung: Erlangga.
- O’Cass. (2017). *Consumer Self Monitoring, Materialism and Involvement in FashionClothing*. *Australian Journal*. Vol.9, No.1.
- Oktafani, F. (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee \_ Id. *E- Proceeding of Management*, 5(1), 1041–1048.
- Peter, J. Paul. (2017). *Consumer Behaviour: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Jilid 2*. Edisi Keempat, Jakarta Erlangga. Ristiana, E. (2016). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan Ketertarikan Fashion Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pakaian Distribution.
- Store (Distro) di Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Seprizola, W. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada Pelanggan Tokopedia di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01, 360–368.
- Shinta. (2017). Analisis Positioning produk UMKM Milo Jelly Bubble (MJB)berdasarkan persepsi pelanggan, Batam: *Journal Business Administration*. Vol. 1 No 2 September 2017.
- Sucidha, I. (2019). Pengaruh Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Value Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Pada Pelanggan Duta Mall Banjarmasin. *AtTadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(1), 1–10.
- Sunarti. (2016). Pengaruh Nilai Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Toko Online Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Perantara. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*.Bandung: Alfabeta.



- Thidi. (2018). Presents Shopee Situs Marketplace. Thidiweb.com
- Sunarti. (2016). Pengaruh Nilai Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Toko Online Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Perantara. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2).
- Utami, B. (2016). Pengaruh Nilai Belanja Hedonik Terhadap Impulse *Journal of Accounting, Finance and Auditing* Vol. 3 No.1 (2021), pp 75
- Buying dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Perantara (Studi Kasus pada Pelanggan di Ambarukmo Plaza Yogyakarta ).
- Umboh, Z., Mananeke, L., & Samadi, R. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Sales Promotion Terhadap impulse Buying Behaviour Konsumen Wanita Di Mtc Manado. The Influence of Shopping Lifestyle, Fashion Involvement and Sales Promotion To impulse Buying Behavior of Women Consumer At Mtc Manado. *Pengaruh Shopping.1638 Jurnal EMBA*, 6(3), 1638–1647.
- Wahyono. (2018). Influence of Sales Promotion, Hedonic Shopping motivation, and Fashion Involvement Toward Impulse Buying Through a Positive Emotion. Pada Konsumen House of Smith Kota Semarang. *ISSN 2252-6552. Management Analysis Journal* 7 (4).
- Widianingrum, Nia. (2017). “Pengaruh Shopping Lifestyle, Merchandising, Price Reduction dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying Behavior pelanggan swalayan Luwes Delanggu”. Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN, Surakarta.
- Wulan Alimudin, Rachma, dan Fahrurrozi Rahman. (2020). Pengaruh Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Shopee. *E-Jurnal Riset Manajemen. Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang*
- Aksa, A. F. (2018). Pencegahan dan Deteksi Kasus Korupsi pada Sektor Publik dengan Fraud Triangle. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi (JEBA)*, 20(4), 2.
- Albrecht, W. S. (2011). *Fraud Examination (Fourth ed.)*. South-Western: Mason.
- Arles, L. (2014). Faktor – Faktor Pendorong Terjadinya Fraud : Predator vs. Accidental Fraudster Diamond theory Refleksi Teori Fraud Triangle (Klasik) Suatu Kajian Teoritis.
- Darti Djuharni, Sonhaji, S., & Azis, N. A. (2019). Internalisasi nilai “ilir-ilir” pada pendidikan akuntansi: Dari “sandang” menuju “ageman.” *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 4(2), 24–43. <https://doi.org/10.34202/imanensi.4.2.2019.24-43>
- Fernando Pasaribu, R. B., & Kharisma, A. (2018). Fraud Laporan Keuangan Dalam Perspektif Fraud Triangle. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 14(1), 53. <https://doi.org/10.21460/jrak.2018.141.299>.
- Fransiska, I. S., & Utami, H. (2019). Perilaku Kecurangan Akademik Mahasiswa: Perspektif Fraud Diamond Theory. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 6(2), 316–323. <https://doi.org/10.17977/um004v6i22019p316>.
- Handoko, B. L. (2021). Fraud Hexagon dalam Mendeteksi Financial Statement Fraud Perusahaan Perbankan di Indonesia. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 5(2), 176. <https://doi.org/10.33603/jka.v5i2.5101>.
- Kamayanti, A. (2016). *Metodologi Konstruktif Riset Akuntansi Membumikan Religiositas. Yayasan Rumah Peneleh. Jakarta Selatan.*
- Khairi, H. (2019). Analisis Fraud Diamond Theory dalam Mendeteksi Terjadinya Manajemen Laba pada Laporan Keuangan Perusahaan. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 176. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v10i2.2552>.

- Larum, K., Zuhroh, D., & Subiyantoro, dan E. (2021). Fraudulent Financial Reporting: Menguji Potensi Kecurangan Pelaporan Keuangan dengan Menggunakan Teori Fraud Hexagon. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 4(1), 95–106. <https://doi.org/10.26905/afr.v4i1.5957>.
- M. ADAM PRAYOGA, & EKA SUDARMAJI. (2019). Kecurangan Laporan Keuangan Dalam Perspektif Fraud Diamond Theory: Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Transportasi Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1), 89–102. <https://doi.org/10.34208/jba.v21i1.503>.
- Martadinata, S. (2023). Memahami Suasana Dilematis Antara Hutan Dan Uang Melalui Semiotika Akuntansi. *RISTANSI: Riset Akuntansi*, 3(2), 203–214. <https://doi.org/10.32815/ristansi.v3i2.1400>
- Martadinata, S., & Faturrahman, F. (2022). SEEING MONEY MEASUREMENT WHEN USED AS ACCOUNTING. *Ijariie*, 8(4), 341–345.
- Mukaromah, I., & Budiwitjaksono, G. S. (2021). Fraud Hexagon Theory dalam Mendeteksi Kecurangan Laporan Keuangan pada Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019. *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 14(1), 61–72. <http://journal.stekom.ac.id/index.php/kompak> page -61.
- Sagala, S. G., & Siagian, V. (2021). Pengaruh Fraud Hexagon Model Terhadap Fraudulent Laporan Keuangan pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2019. *Jurnal Akuntansi*, 13(2), 245–259. <https://doi.org/10.28932/jam.v13i2.3956>.
- Stefanus Heru Santoso. (2019). Fenomena Kecurangan Laporan Keuangan Pada Perusahaan Terbuka di Indonesia. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 6(2), 173–200.
- Wahyuni, A. S. (2015). Predatory Pricing: Persaingan Harga Minimarket dan Gadde- gadde dalam Metafora Cerpen. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(2), 237–244. <https://doi.org/10.18202/jamal.2015.08.6019>.
- Winantyadi, N., & Waluyo, I. (2014). Pengaruh Pengalaman, Keahlian, Situasi Audit, Etika, Skeptisisme Profesional Auditor. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 1–21.