

**PERILAKU OPORTUNISTIK CREATIVE ACCOUNTING  
DAN UPAYA MENGINTERNALISASI NILAI ETIKA;  
SUATU KAJIAN PSIKOLOGI**

**Iqbal M. Aris Ali**

Universitas Khairun

**Abstract**

*Conflict analysis as described in agency theory shows that asymmetric information could occur. Information given to the principal might be sorted out in order to secure agents' interests. This behavior is called opportunistic behavior that encourages the practice of earnings management. To predict and explain opportunistic behavior, Watts and Zimmerman formulate three hypotheses: (1) bonus plan hypotheses, (2) debt covenant hypotheses, and (3) the political cost hypotheses. Research results based on these hypotheses prove that the practice of earnings management is more likely to be done without regard to principles of ethical values. By using cognitive and humanistic psychology, such as the Theory of Reasoned Action (TRA), and the Theory of Planned Behavior (TPB) the motive for opportunistic behavior could be explained and ethical behaviour that are influenced by social norms such as religions could be reconstructed. If individual feels that opportunistic behavior is contrary to religious norms and rules (GAAP /PSAK) then he will refuse to behave opportunistically. The rules of accounting policies that provide the opportunity for agents to select based on merit, enable rationalization of the opportunistic behavior as a self reaction mechanism that could justify the behavior as efforts to protect from external threats.*

**Keywords:** *opportunistic behaviour, creative accounting, accounting ethics, Theory of Planned Behaviour*

**Latar Belakang**

Ketersediaan sumber daya yang demikian terbatas dan langka (*scarcity*) membuat manusia dalam mengambil keputusan selalu mengutamakan kepentingan pribadi yang sering disebut dengan *rational economic* (Deegan, 2004:7,220). *Rational economic* membuat manusia akan menghindari setiap kecenderungan yang memengaruhi kesenangannya, dia akan menghindar (*averse*) atau melawan (*againts*). Perilaku tersebut dalam psikologi aliran psikoanalisis, oleh Freud disebut dengan *self defense mechanism*, suatu mekanisme perlawanan ketika individu terancam, beragam cara yang dapat dilakukan, tetapi umumnya mereka melakukan rasionalisasi, sublimasi, dan kompensasi (Zaviera 2008:106).

Terancam karena perasaan yang dipengaruhi rasa takut atau ketidaknyamanan membuat individu cemas (*anxiety*). Seperti yang ditunjukkan reaksi pelaku pasar saham saat harga saham mengalami penurunan (Kontan, 2009:1) pasar Asia khawatir ketika ada isu devaluasi dolar Singapura, yang dilakukan oleh *Monetary Authority of Singapura* (MAS) dari survei yang dilakukan oleh *Blomberg* kepada para analis, efek dari stimulus tersebut negara Asia akan berlomba mendiskon harga barang ekspor karena merebut mencari pasar yang aman saat volume perdagangan dunia mengalami kelesuan. Demikian dengan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) mengalami penurunan

hingga 2,98% atau sebesar 1.419,09 salah satu diantaranya adalah pernyataan dari menteri keuangan Amerika Serikat (AS) Timothy Geithner, bahwa masih beberapa bank yang membutuhkan suntikan dana besar (kontan, 2009:10).

Perilaku tersebut dibuktikan dengan penelitian Kahnemen & Tversky (1979) dalam Scott (2009:180) melakukan studi terhadap respon pasar atas informasi yang baru dikeluarkan, dalam studinya mereka mengungkapkan perilaku investor antara lain; *Pertama*, investor akan *risk averse* (menolak risiko) berkaitan dengan keuntungan dan *risk taking* (mengambil risiko) bila terjadi kerugian. *Kedua*, apabila investasi mulai meningkat, tingkat utilitas investor menurun dan investor berperilaku *risk averse*. Berita baik naiknya harga, semakin rendah probabilitas dan berita buruk turunnya harga menjadi probabilitas tinggi untuk investor menjual saham. *Ketiga*, investor berperilaku *risk taking* dan utilitas pun meningkat saat menghadapi berita buruk, investor akan menahan saham, serta cenderung membeli lebih banyak saham akibat harga yang rendah, mereka memiliki probabilitas tinggi akan harapan membaiknya sekuritas. Perilaku investor tersebut memperlihatkan fenomena psikologis yang mengharapkan realisasi keuntungan (*gain expected*), dengan keuntungan memungkinkan dia untuk memperoleh kenikmatan, dan berusaha untuk menolak atau menghindari bilamana terjadi kerugian (*risk averse*).

Perilaku *risk averse* dan *risk taking* merupakan gambaran yang cukup manusiawi, tetapi menjadi tidak manusiawi bila kemudian melanggar nilai-nilai kemanusiaan itu sendiri. Seperti hasil penelitian, Healy (1985), Decho & Sloan (1991), Holthautsen *et al.*, (1995) dan Guidry *et al.*, (1998) yang kesemuanya menjelaskan secara empirik, bahwa pihak agen memiliki perilaku yang cenderung memaksimalkan keuntungan untuk kepentingan pribadi sedangkan kontrak utang dengan pihak kreditur (*lending contract*) bisa dilihat dari hasil penelitian, Smith & Warner (1979) dalam Deegan (2004:227), Cotter (1998), Christie (1990), Zimmerman (1990), Defond dan Jimbalvo (1994), dan Sweeny (1994) mereka umumnya menemukan perilaku agen untuk cenderung melakukan tindakan-tindakan mengamankan perusahaan dari *default* utang atau menerima kembali pembiayaan. Perilaku yang kedua ini, dilakukan bukan hanya untuk kepentingan agen tetapi juga melindungi kepentingan prinsipal.

Perilaku agen untuk melakukan tindakan yang dijelaskan pada beberapa penelitian di atas dalam akuntansi dikenal sebagai tindakan *earning management*, menurut Scott (2009:403) pilihan oleh agen atas kebijakan akuntansi, bertujuan mempengaruhi prestasi peningkatan *earnings*. Penulis menggunakan *creative accounting* sebagai proksi dari perilaku yang merugikan pihak lain karena mempunyai kemampuan pengetahuan, mengendalikan, mengobservasi, dan mengintervensi untuk memenuhi kepentingannya. Termasuk cara-cara oportunistik dengan model *earning management*, meskipun motivasi dari *earning management* tidak selamanya memperlihatkan perilaku oportunistik yakni kepentingan untuk mengupayakan perolehan *utility* pribadi, tetapi ada juga untuk kepentingan efisien, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Whittered (1987) yang menjelaskan perilaku manajemen menyajikan laporan keuangan (*financial statement*) periode tertentu di mana tidak ada aturan yang mensyaratkan untuk melakukannya. Dijelaskan ketika perusahaan menerima pembiayaan dari kreditur, manajemen akan menyajikan laporan keuangan yang dikonsolidasikan (bila perusahaan memiliki anak perusahaan) untuk memberikan informasi tentang kemampuan pembayaran utang. Mian dan Smith (1990) yang dikutip Scott (2009:285) mengemukakan, dengan adanya laporan keuangan konsolidasi antara perusahaan induk dan anak, maka akan mengurangi *contracting costs*. Tetapi membedakan perilaku oportunistik dengan efisiensi seperti menganalogikan orang buta yang disuruh menggambarkan seekor gajah, dia akan mengatakan panjang ketika menyentuh

belalainya atau mengatakan lebar ketika menyentuh perutnya, artinya tergantung dari sudut mana dia sentuh.

Agar tidak terjebak dalam area abu-abu, seyogyanya individu yang terlibat dalam perusahaan atau apapun organisasinya, yang memiliki kesempatan karena kedudukan (jabatan) memerlukan regulasi diri, seperangkat aktivitas normatif yang dapat memberikan arah untuk berperilaku. Etika sebagai regulasi diri mempunyai konsep untuk mendisiplinkan perilaku dengan menggunakan pertimbangan moral untuk menilai salah atau benar dari suatu tindakan (Farel, *et al*, 1994; MacKinnon, 1995; Shaw, 1991) dalam White dan Lam, (2000).

Untuk menginfiltrasi nilai-nilai etika ke dalam pribadi setiap individu maka lingkungan sebagai media interaksi bipolar—tidak hanya lingkungan yang mempengaruhi individu tetapi keduanya saling berinteraksi, kecenderungan mana yang dituruti sangat tergantung dari seberapa tingginya derajat penguatan (*reinforcement*) niat (*intention*). Finegan (1994), mengemukakan bahwa kekuatan budaya organisasi memberikan kontribusi terhadap derajat penguatan yang berperan secara signifikan menentukan ekspresi nilai personal individu yang berada dalam organisasi tersebut.

Organisasi adalah wadah, tempat dimana individu mengaktualisasikan kehendak dan keinginannya secara bebas tetapi bertanggungjawab, bersama-sama dengan individu lain yang memiliki ide atau konsepsi—sering di namakan visi, melalui kohesivitas norma-norma sebagai aturan (*rule of operation*) yang berbasiskan moral dan spiritual yang direfleksikan dengan nilai-nilai etika, mereka mensinergikan potensi-potensi untuk mencapai tujuan (Aris 2009).

Menurut Capra (2004:113) terjadi paradoksal dalam organisasi modern, yang mereduksi hakikat organisasi, bahwa organisasi sebagai kehidupan tempat berinteraksi antara individu yang satu dengan yang lainnya, untuk membangun kekerabatan (sillahturahmi), dan bersikap tolong menolong—dalam konteks budaya Indonesia dikenal dengan sikap gotong-royong. Tetapi pada sisi yang lain, organisasi bisnis modern direkonstruksi untuk tujuan-tujuan tertentu, seperti memaksimalkan utilitas bagi para *stockholder* (pemegang saham), mengelola distribusi kekuasaan politik, dan mendorong terciptanya konflik.

Untuk menginfiltrasi dan melembagakan nilai-nilai etika ke dalam organisasi (perusahaan) maka dibutuhkan ikhtiar meredefinisikan makna organisasi, purifikasi tersebut dimaksudkan memberikan penguatan positif kepada individu di dalamnya agar fatusun berperilaku (perilaku yang patuh terhadap nilai-nilai etika) selalu pada arah yang semestinya (*on the track*) tidak sebaliknya menegasikan fatusun perilaku seperti yang ditunjukkan pada kasus-kasus di atas dengan melakukan *creative accounting*.

Kepedulian tersebut mendorong untuk menulis makalah yang berjudul "Perilaku Oportunistik *Creative Accounting* dan Menginternalisasi Nilai Etika; Suatu Kajian Psikologi." Agar runtut penjelasannya, makalah ini akan diurut. *Pertama*, apa dan bagaimana mengidentifikasi perilaku oportunistik. *Kedua*, perilaku oportunistik yang diidentikkan dengan *creative accounting* berupa *earning management* seringkali dianggap etis. *Ketiga*, menginternalisasi nilai-nilai etika ke dalam organisasi. *Keempat*, merekonstruksi praktek-praktek etika dalam kajian psikologi.

### **Perilaku Oportunistik**

Perilaku (*behavior*) adalah setiap tanggapan yang dibuat oleh suatu organisme, secara spesifik merupakan bagian dari suatu pola rangsangan total yang diwujudkan dengan tindakan, aktivitas, atau tingkah laku yang

ditunjukkan dengan pola yang kompleks (Anshari 1996:98). Perilaku dapat diwujudkan bilamana ada stimulus (rangsangan). Lingkungan dimana individu berada dalam proses berperilakunya memiliki faktor-faktor heterogen sebagai stimulus yang relatif kompleks.

Diskusi akademis tentang perilaku oportunistik tidak bisa lepas dari *Positive accounting theory* (PAT) dengan pengagasnya, Watts & Zimmerman (1978, 1986, 1990), meskipun mereka akui bahwa pemakaian istilah *positive research* sebenarnya diperkenalkan oleh Friedman (1953) dan digunakan sebagai pembedaan dan upaya penelitian untuk menjelaskan (*to explain*) dan memprediksi (*to predict*) (Deegan, 2004:202).

Watts & Zimmerman (1986) menjelaskan “.....is concerned with explaining accounting practice. It is designed to explain and predict which firms will and which firms will not use particular method.....but it says nothing as to which method as firm use.” Pada tulisan yang sama, disebutkan juga bahwa “the objective of accounting theory is to explain and to predict accounting practice.” Penjelasan tersebut mempertegas bahwa PAT memang di-design untuk menjelaskan dan memprediksi beberapa alternatif yang kebijakan akuntansi disediakan oleh GAAP/PSAK sebagai opsi preferensi untuk digunakan oleh perusahaan. Fleksibilitas preferensi inilah yang menimbulkan perilaku yang tidak sepatasnya, yakni praktek-praktek *creative accounting*.

PAT mendorong para peneliti untuk melakukan studi terhadap pasar sekuritas dan hubungan antara *principal-agency*, konsep tersebut menjadi paradigma penelitian yang relatif dominan di era tahun 70an dan 80an. Selanjutnya, PAT dikembangkan untuk mengisi kekurangan analisis terhadap perilaku oportunistik.

PAT fokus pada hubungan antara prinsipal dan agen, dalam pandangan PAT, agen memiliki insentif untuk masuk dalam berbagai kontrak dengan prinsipal atau kreditur. Perusahaan dianggap sebagai pengikat (*nexus*) kontrak antara pihak-pihak yang cenderung memiliki *expected value*. Kontrak dirumuskan untuk dijadikan kesepakatan diantara pihak yang membuat janji dan memberikan alasan efisiensi, bahwa dengan kontrak yang dirumuskan bersama kemudian dijalankan dengan baik akan mengurangi keseluruhan *agency cost* yang muncul dalam perusahaan. Agen diprediksikan menggunakan kebijakan akuntansi yang paling efisien untuk menunjukkan prestasi kinerja yang baik. Tentunya dengan prestasi yang baik para agen akan menerima *benefit* berupa gaji, tunjangan dan bonus sehingga perilaku mereka cenderung bertindak untuk memelihara *net income* pada posisi proporsional, seperti yang ditunjukkan dalam penelitian Healy (1985).

Watt dan Zimmerman (1986), menjelaskan asumsi yang digunakan untuk mengembangkan PAT dengan bentuk kecenderungan perilaku agen untuk melakukan tindakan oportunistik, individu dikendalikan oleh kepentingan diri pribadi. Memprediksikan dan menjelaskan, bahwa perusahaan menempatkan mekanisme yang menyetarakan (*equality*) antara kepentingan agen dan prinsipal. Agen akan diberi hak mengelola perusahaan dan berkewajiban bekerja keras mencapai kinerja optimal untuk menghasilkan *net income*, selanjutnya melakukan transfer keuntungan kepada prinsipal (*owner*). Prinsipal berhak memperoleh transfer keuntungan dan berkewajiban memberikan remunerasi kepada agen dalam bentuk yang disepakati sebagai dorongan (*stimulation*) atau penguat (*reinforcement*) atas penghargaan (*reward*) prestasi yang telah dicapai. Sebaliknya bilamana, kinerja agen menunjukkan penurunan setelah menderita kerugian (*to sustain a loss*) maka konsekuensinya akan menerima dorongan (*stimulation*) berupa hukuman (*punishment*) berdasarkan kesepakatan dalam kontrak.

Kesepakatan dan kesepahaman yang dirumuskan dalam kontrak merupakan *nexus* yang melibatkan agen dan prinsipal untuk patuh, karena *contract costs* yang ditimbulkan relatif sangat besar seperti *cost* dalam proses penyusunan kontrak beserta implikasinya dan *cost* pengawasan, agar agen bekerja sesuai kontrak yang disepakati (*on the track*) maka diperlukan pihak-pihak yang berkompeten untuk memonitor seperti para akuntan internal (*internal auditor*) dan akuntan publik (*external auditor*), semua *cost* tersebut biasanya dinamakan dengan *agency costs*.

Meskipun ada kontrak, pihak-pihak yang terlibat tersebut seringkali melakukan penyimpangan, khususnya yang dibahas dalam makalah ini adalah pihak agen. Pihak agen karena diberikan tanggungjawab untuk mengelola perusahaan dan melaporkan perkembangan usaha sesuai yang diperkenankan dalam standar akuntansi yang berterima umum (PSAK/GAAP) yaitu media laporan keuangan (*financial statement*) dan media lain sebagai pendukung. Jika ditelaah terdapat dua hal yang menjadi kajian krusial. *Pertama*, agen memiliki wewenang dan tanggungjawab untuk mengelola perusahaan maka semua informasi otomatis dikuasainya sehingga kemungkinan penyortiran informasi bisa dilakukan—informasi yang dianggap bagus (*good news*) untuk kepentingannya akan dilaporkan (*publish*), sebaliknya informasi yang dianggap tidak bagus (*bad news*) yang mengancam kepentingannya, akan berusaha disembunyikan. *Kedua*, fleksibilitas opsional membuat agen menentukan preferensi untuk memilih kebijakan akuntansi yang lebih menguntungkan.

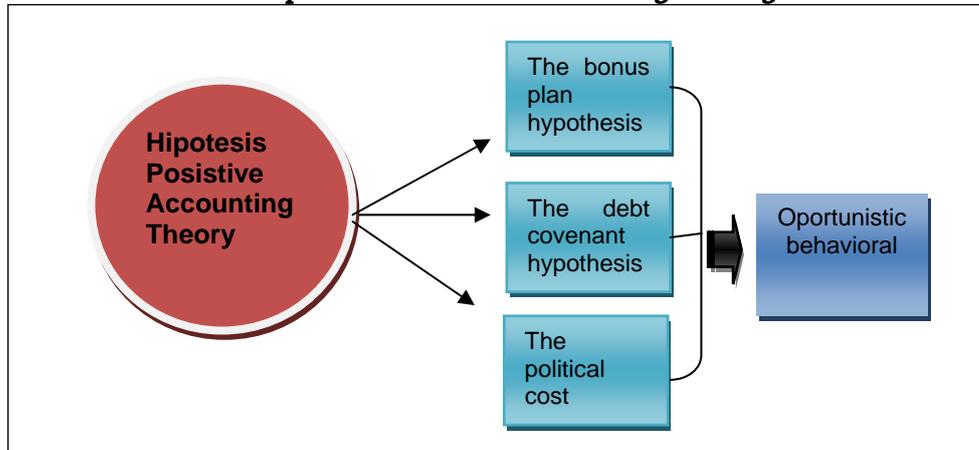
Dari kejadian tersebut maka muncul konflik antara agen dan prinsipal. Analisis konflik yang dijelaskan oleh *agency theory* memperlihatkan agen menguasai informasi (*powerfull information*) sehingga terjadi informasi yang tidak setara (*asymetric information*), informasi yang diberikan kepada prinsipal dimungkinkan untuk disortir terlebih dahulu untuk mengamankan kepentingannya. Tindakan seperti itu berimplikasi pada *moral hazard* dimana ada *manager effort* yang leluasa menggunakan informasi untuk kepentingannya dan akan menimbulkan juga *adverse selection*, pihak agen untuk tetap menjaga *expected utility*, berusaha untuk menyembunyikan informasi dan menyajikan informasi yang menurutnya bagus (*bloking information*). Perilaku oportunistik dari pihak agen mendorong mereka untuk melakukan praktek-praktek *earning management*.

Untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku oportunistik, Watt dan Zimmerman (1986, 1990) merumuskan tiga hipotesis; (1) hipotesa rencana bonus (*the bonus plan hypothesis*), (2) hipotesis perjanjian utang (*the debt covenant hypothesis*), dan (3) hipotesis biaya politik (*the political cost hypothesis*).

Hipotesis rencana bonus, menyatakan bahwa manajer suatu perusahaan yang menerima remunerasi, ditentukan berdasarkan laba (*net income*) akan lebih cenderung untuk memilih prosedur akuntansi yang dapat memindahkan pelaporan laba dari periode mendatang ke periode saat ini dan berusaha untuk melaporkan laba setinggi mungkin. Salah satu caranya, adalah dengan memilih kebijakan akuntansi yang dapat meningkatkan laba perusahaan untuk periode saat ini. Manajer melakukan hal ini karena kemakmuran (*utility*) yang diperolehnya akan lebih besar apabila menerima bonus sekarang. Namun apabila manajer merupakan orang yang *risk averse*, maka ia akan lebih memilih kebijakan akuntansi yang dapat meratakan laba (*income smoothing*) untuk periode-periode ke depan, karena bonus yang diterimanya tidak akan berfluktuasi.

Gambar 1.

**Hipotesis Positive Accounting Theory**



Sumber: diadaptasi dari Watts dan Zimmerman (1986)

Hipotesis ini diperkuat dengan beberapa penelitian yang dilakukan oleh, Healy (1985) menemukan manajer berusaha mencapai batas atas (*cap*) dan bila terjadi penurunan laba hingga dibawah (*bogy*) menejer akan menunda akrualnya agar selalu memperoleh bonus selama beberapa periode meskipun kinerja akan lebih rendah dibanding kinerja sebelumnya. Dechow & Sloan (1991) menemukan, manajer yang masa tugasnya sisa tahun terakhir akan mengurangi pengeluaran R&D untuk menaikkan laba yang dilaporkan. Holthausen, Larcker, dan Sloan (1995) manajer lebih menyukai untuk menunda akrual ketika laba mencapai batas atas pemberian bonus, meskipun kinerja akan lebih rendah dibandingkan dengan kinerja sebelumnya, selanjutnya, manajer divisi perusahaan multinasional lebih cenderung menunda pendapatan ketika target laba untuk memperoleh bonus tidak tercapai (Healy dan Wahlen, 1998).

Hipotesis kontrak utang, menjelaskan bahwa apabila perusahaan semakin dekat dengan pelanggaran (*default*) dari perjanjian utang yang didasarkan pada angka-angka akuntansi, maka manajer perusahaan akan lebih mungkin untuk memilih prosedur akuntansi yang dapat memindahkan laba di periode mendatang ke periode sekarang. Sebagian besar kontrak utang berisi sejumlah perjanjian yang harus dipenuhi oleh perusahaan (debitur), misalnya perusahaan harus menjaga tingkat rasio utang terhadap modal (*debt to equity ratio*), *interest coverage*, modal kerja, maupun ekuitas pemegang saham. Pelanggaran terhadap perjanjian-perjanjian tersebut akan menyebabkan kreditor memberikan sanksi (*penalty*) seperti pembatasan pembagian deviden maupun pembatasan pinjaman baru. Sebagai buktinya, Sweeny (1994) yang dikutip Scott (2003:279) melakukan penelitian untuk menguji *debt covenant hypothesis*, dia menemukan bahwa perusahaan dalam periode lima tahun sebelum mengalami kegagalan membayar utang (*default*), lebih banyak melakukan perubahan kebijakan akuntansi yang dapat meningkatkan laba agar *debt to equity* dan *interest coverage ratio* tetap aman. Dichev dan Skinner (2002) yang melakukan penelitian terhadap beberapa perusahaan swasta yang melakukan perjanjian kredit, mereka menemukan ketika kecenderungan perusahaan mengalami *default* maka manajer memilih kebijakan akuntansi untuk menjaga *covenant ratios* pada level yang aman, serta DeAngelo dan

Skinner (1994) menemukan adanya kecenderungan manajer untuk menutupi perjanjian dividen dengan perubahan metode akuntansi, estimasi akuntansi dengan akrual.

Hipotesis biaya politik, dijelaskan bahwa semakin besar biaya politik (*political cost*) yang dihadapi oleh perusahaan maka manajer akan lebih cenderung untuk memilih kebijakan akuntansi yang dapat menanggulangi laba periode sekarang ke periode mendatang. Biaya politik dapat dipicu oleh profitabilitas tinggi yang dapat menarik perhatian publik seperti media masa maupun konsumen. Perhatian publik ini akan direspons oleh politisi (pemerintah dan parlemen/DPR) dengan cara menetapkan regulasi baru seperti aturan pajak baru yang dapat memberatkan perusahaan. Ukuran perusahaan yang semakin besar juga dapat mengarahkan pada biaya politik yang tinggi. Misalnya, desakan perusahaan besar akan diwajibkan mematuhi standar kinerja yang lebih tinggi seperti misalnya tanggung jawab terhadap lingkungan atau pemberian upah yang lebih tinggi kepada para kerayawannya. Yang dibuktikan oleh Jones (1991) bahwa manajer melakukan tindakan penurunan laba untuk menghindari investigasi pemerintah ketika akan diberikan insentif perlindungan impor. Untuk aspek regulasi seperti pajak, Maydew (1997) yang dikutip Setiawati (2001) membuktikan adanya penghematan pajak untuk insentif bagi manajer, ketika terjadi *net operating loss* dengan akrual dilakukan percepatan pengakuan biaya dan menunda pendapatan.

Perilaku oportunistik yang dibuktikan dengan penelitian empirik menunjukkan bahwa hipotesis tersebut memiliki tingkat signifikansi untuk mengakui adanya korelasi perilaku oportunistik agen (manajer) melakukan tindakan-tindakan bagi kepentingan pribadi. Meskipun ada beberapa penelitian yang menunjukkan, sebaliknya, ada manajer yang berupaya untuk meningkatkan efisiensi bagi perusahaan, seperti hasil penelitian, Dichev dan Skinner (2002) dengan menghitung variabilitas *over time* setiap *covenant ratios* perusahaan yang terlibat dalam perjanjian utang, ditemukan kontrak yang dilakukan memiliki biaya kontrak yang besar sehingga kecenderungan mereka akan lebih efisien.

Paradoks perilaku agen (Scott 2009:294) apakah lebih mementingkan kepentingannya (oportunistik) ataukah kepentingan perusahaan (efisien) menjadi perhatian para peneliti yang berminat pada bidang akuntansi agar selalu menguji hipotesis PAT. Selanjutnya, untuk mengkaji perilaku oportunistik maka akan diperlihatkan bagaimana motif agen menggunakan laporan keuangan sebagai media kreatif yang didukung dengan fleksibilitas standar akuntansi melakukan *earning management*.

### ***Earning Management, Apakah Etis?***

Definisi tentang apa sebenarnya *earning management* (manajemen laba), memiliki beragam interpretasi, sangat tergantung pada posisi mana kita tinjau. Misalnya, dari sudut etika, manajemen laba diartikan sebagai “*any action on the part of management which affects reported income and which provides no true economic advantage to the organization and may in fact, in the long-term, be detrimental*” (Merchant 1994). Sementara Ayres (1994:28) mengartikan manajemen laba sebagai “*an intentional structuring of reporting or production/investment decisions around the bottom line impact. It encompasses income smoothing behavior but also includes any attempt to alter reported income that would not occur unless management was concerned with the financial reporting implications*”. Definisi berikutnya, manajemen laba adalah “*disclosure management in the sense of purposeful intervention in the*

*external reporting process, with intent of obtaining some private gain*" (Schipper, 1989:92). Sedangkan, Rosenzweig & Fischer (1994:31-32) mengartikan manajemen laba sebagai *"the actions of manager that are intended to increase (decrease) current reported earnings of the unit for which the manager is responsible without generating a corresponding increase (decrease) in the long-term economic profitability of the unit"*.

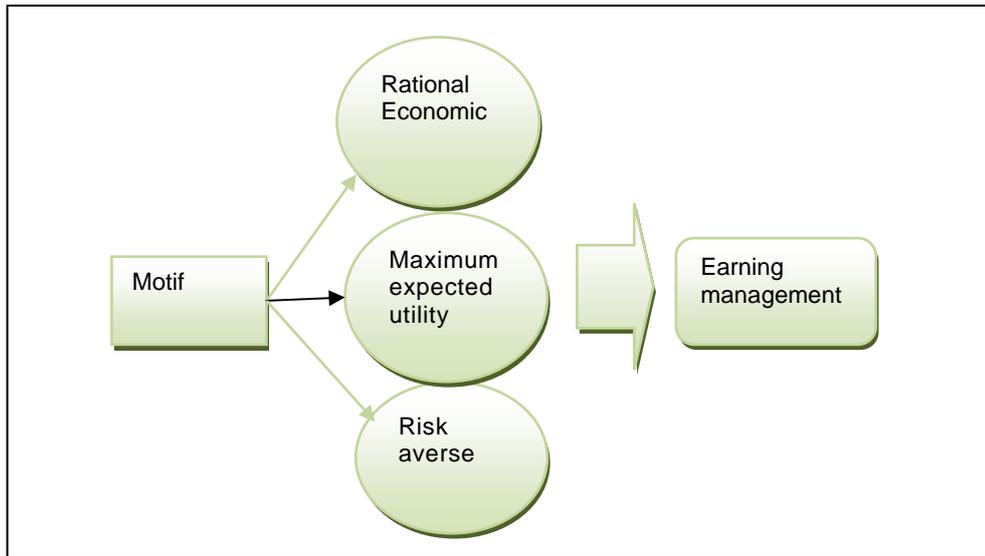
Jika ditelaah, ada kesamaan terminologi di antara ke empat definisi, yakni ada perwujudan tindakan tertentu yang disengaja untuk mengatur laba. Definisi yang ketiga nampaknya memiliki arti yang lebih mendalam dibandingkan dengan definisi yang pertama dan kedua, atau keempat. Definisi yang pertama cenderung mengarahkan bahwa manajemen laba adalah tindakan yang bisa membahayakan keberadaan organisasi di masa mendatang. Selanjutnya, definisi kedua terkesan terlalu luas dan tidak secara langsung menunjukkan bahwa manajemen laba dilakukan untuk kepentingan pribadi.

Sebagai kajian untuk mendalami perilaku *earning management*, penulis menggunakan definisi ketiga, karena memberikan penjelasan lebih spesifik dan jelas bahwa *earning management* senantiasa dikaitkan dengan upaya untuk *manage* pendapatan atau keuntungan untuk kepentingan dan maksud ekonomi tertentu (*creative accounting*). Padanan kata *management* menurut penulis menunjukkan adanya kreativitas seseorang untuk menjadikan seolah-olah lebih layak. Pertanyaannya kemudian, motif apa manajer memajemeni laba? Jawabannya, adalah karena agen (*manager*) memiliki motif *economic rational*, *maximum expected utility*, dan *risk averse* (Deegan, (2004:7); Scott, (2009:68); Watt & Zimmerman, (1986, 1990); Kahneman dan Tversky, (1979); Eisenhart (1989) yang dikutip oleh Darmawati *et al*, (2004) ). Pertanyaan kemudian, mengapa laba yang di-*manage*? Sangat masuk akal, baik teori maupun bukti-bukti empiris menunjukkan bahwa laba telah dijadikan sebagai suatu target dalam proses penilaian prestasi bagi manajer baik pada departemen maupun perusahaan dan laba dipakai juga sebagai alat untuk mengurangi biaya keagenan (*agency costs*), dari sisi teori keagenan (*agency theory*), dan juga biaya kontrak, dari sisi teori kontrak (*contracting theory*). Misalnya, pada saat keuntungan dijadikan sebagai patokan dalam pemberian bonus, hal ini akan menciptakan dorongan kepada manajer untuk kreatif memanej data keuangan agar dapat menerima bonus seperti yang diinginkannya. Seperti yang terlihat dalam gambar, berikut:

Bukti empiris juga menunjukkan bahwa keuntungan secara akuntansi adalah informasi yang relevan atas aliran kas perusahaan saat ini dan masa datang, yang pada akhirnya dikaitkan dengan nilai perusahaan (*firm value*) (Watts & Zimmerman, 1986). Magnan & Cormier (1997) dalam Gumanti (2000), menyatakan bahwa ada tiga motif yang dapat dicapai oleh manajer sehubungan dengan praktek manajemen laba, yakni minimisasi biaya politis (*political cost minimization*), maksimisasi kesejahteraan manajer (*manager wealth maximization*), dan minimisasi biaya finansial (*minimization of financing costs*). Jelas disini bahwa motif dari manajemen laba adalah cukup komprehensif, yaitu mencakup banyak aspek dalam perusahaan baik demi keuntungan pribadi manajer maupun perusahaan secara keseluruhan. Bagaimana motif tersebut kemudian diimplementasikan pada praktek-praktek *earning management*, Davin (2005) dalam Sulisyanto (2008:33) menunjukkan ada trik kreatif manajer melakukan praktek tersebut; (1) mencatat pendapatan terlalu cepat, manajer mengakui dan mencatat pendapatan periode-periode yang akan datang atau yang belum pasti (terealisasi) sebagai pendapatan periode berjalan, (2) mencatat pendapatan palsu, yaitu mencatat suatu transaksi yang senyatanya tidak pernah terjadi, (3) mengakui dan

mencatat lebih cepat, biaya-biaya yang seharusnya diakui dan dicatat pada periode akan datang ditarik ke periode berjalan (*current cost*), menimbulkan biaya periode berjalan menjadi lebih besar dari pada yang senyatanya.

**Gambar 2.**  
**Motif *Earning Management***



Sumber: diolah penulis

Tujuan manajer beragam, memperoleh bonus di periode masa datang, untuk mempengaruhi keputusan investor agar menjual sahamnya (*management buyout*), mengurangi pajak yang harus dibayar dan melakukan moratorium utang (perjanjian kembali jadwal utang). Model seperti itu dinamakan dengan *taking a bath*, tetapi pada periode berikutnya jumlah laba akan meningkat, (4) mencatat dan mengakui biaya lebih lambat, kebalikan dari sebelumnya, menggeser biaya pada periode akan datang, yang seharusnya untuk periode berjalan, (5) tidak mengungkapkan semua kewajiban, menutupi atau menyembunyikan besarnya kewajiban sehingga terlihat bunga jumlahnya kecil, akan mempengaruhi kinerja dan menarik kreditur agar memberikan pinjaman, trik tersebut umumnya dikenal dengan *discretionary accrual*. Komponen akrual yang dapat diatur sesuai dengan kebijakan (*discretion*) manajerial.

Penjelasan di atas mengungkapkan, praktek-praktek *creative accounting* yang diprosikan dengan *earning management*, lebih cenderung dilakukan untuk kepentingan *maximum utility* dengan tujuan memenuhi kepentingan pribadi atau kelompok tanpa mengindahkan prinsip-prinsip nilai etika, yang merupakan refleksi moralitas dan spiritual. Dimensi refleksif dan praksis moral merupakan suatu keterpaduan yang tidak begitu saja dapat dipisahkan antara manajer, staf akuntan, auditor, organisasi, dan lingkungan sosial (Ludigdo, 2005).

Menurut Ludigdo (2005) Kode etik yang menjadi regulasi diri sebagai pendisiplinan dalam berperilaku merupakan pedoman bagi setiap orang dalam organisasi untuk menjalankan tugasnya secara profesional. Ketika manajer bersikap ambigu dengan memperlogar nilai etika karena ada dorongan (stimulus) untuk mencapai kinerja yang telah ditargetkan, kemudian diikuti dengan (PSAK/GAAP) yang memberikan ruang untuk opsional berdasarkan pertimbangan preferensi, maka akan berakibat pada *reinforcement* perilaku untuk melakukan praktek-praktek *creative accounting*.

### **Internalisasi nilai etika ke dalam organisasi**

*Mainstream* etika umumnya dikenal dua. *Pertama*, utilitarianisme (*utilitarianism*) dan *Kedua*, deontologisme (*deontologism*) (Mackie, 1977; Cottell dan Perlin, 1990) dalam Triuwono (2000:12). Paham pertama, menilai tindakan individu atau kelompok apakah secara moral benar atau salah, dengan pertimbangan konsekuensi atas tindakan yang ditempuh untuk memenuhi utilitas. Aspek utilitas berorientasi pada memaksimalkan keuntungan, kenikmatan, atau kebenaran dalam pandangannya. Artinya bilamana tindakan yang ditempuh untuk kenikmatan maka menurut moral adalah dibenarkan. Paham kedua, berseberangan dengan yang pertama. Menurut paham ini, ukuran moral bukan mengacu pada konsekuensi tindakan tetapi membenarkan tindakan berdasarkan sifat-sifat tindakan, yakni tugas, peraturan, dan prinsip. Jelas, bila ukurannya bukan terletak pada kesenangan melainkan kepada implikasi tindakan apakah akan menimbulkan kerugian pada semesta atau sebaliknya.

Paham pertama, yang kemudian melahirkan teori konsekuensialis, adalah Bentham (1748-1832) sebagai pencetusnya, yang menganggap tindakan apa saja dapat dilakukan sepanjang memberikan manfaat lebih, bila tidak memberikan manfaat maka tindakan tersebut tidak benar (Triuwono, 2000:250). Pernyataan itu, dapat ditafsirkan bahwa tindakan individu atau organisasi bisa dibenarkan kalau menghasilkan kenikmatan meskipun proses tindakannya berakibat buruk pada individu atau kelompok masyarakat.

Menurut Velasquez (2005:468) organisasi dapat dikategorikan ke dalam tiga bentuk. *Pertama*, organisasi rasional. Individu melakukan kontraktual kepada kepentingan organisasi, agen melakukan kontrak dengan prinsipal. Bersedia bekerja sesuai dengan kontrak yang harus dipatuhi dan memiliki jenjang di mana individu harus melaluinya saat melaksanakan pekerjaan. *Kedua*, organisasi politik, jenjang berupa hirarki tidak dikenal oleh organisasi politik dia memiliki keunikan, karena dalam melaksanakan pekerjaan, individu dapat melakukan hubungan dengan melalui koalisi kekuatan untuk bersaing mencapai kepentingan dan jalur komunikasi yang saling-silang berdasarkan dominasi. Model politik, tidak berdasarkan pada otoritas formal atau hubungan kontraktual, tetapi adalah kekuasaan. *Ketiga*, organisasi peduli (*caring*) pertimbangan moral menjadi dasar utama, karakteristik dari organisasi peduli, adalah kepedulian kepada individu sebagai makhluk yang memiliki nilai-nilai eksistensi, keuntungan bukan merupakan tujuan utama tetapi lebih kepada internalisasi nilai-nilai sebagai prinsip hidup dan berkehendak di dalam organisasi. Memberikan dorongan untuk mengaktualisasi dan mengembangkan potensi individu dan berperilaku etis.

Organisasi yang bermodel kepedulian memiliki nilai-nilai moral untuk berinteraksi serta memberikan ruang kepada individu untuk mengekspresikan potensi diri yang akan bermanfaat bagi tujuan organisasi. Untuk menunjuk organisasi model ini, seperti yang lakukan oleh Merck, Inc sebagai produsen obat, memproduksi obat gratis untuk menyembuhkan penyakit kulit yang berdampak kebutaan. Dengan rasa kepedulian telah memberikan manfaat luas kepada manusia yang tidak mampu membeli obat itu. W. L. Gore & Associates, Inc adalah jenis perusahaan yang menerapkan model *caring* organisasi yang unik tanpa manajer, tanpa jabatan, dan tanpa hirarki. Individu diberi kebebasan untuk memilih secara bebas dan sukarela pekerjaan apa yang mereka rasa paling kompeten dan nyaman, hasilnya perusahaan dapat menciptakan kesejahteraan bagi organisasi (Velasquez, 2005:470).

Geus (1980) dalam Capra (2004:119) melakukan studi untuk mendalami informasi tentang perusahaan-perusahaan besar yang masih *survive*. Studi yang dikerjakan mempunyai 27 sampel perusahaan yang masa hidupnya relatif lama dan masih bertahan hidup, perusahaan-perusahaan tersebut ditemukan adanya kemiripan dalam menjalankan organisasi, diidentifikasi dua ciri utama yang membuat mereka dapat bertahan. *Pertama*, adalah perasaan komunitas dan identitas kolektif yang kuat terhadap nilai-nilai moral yang dinternalisasi menjadi budaya perusahaan untuk mendukung tercapainya tujuan. *Kedua*, bersikap inklusivitas menerima dan toleransi gagasan-gagasan baru yang inovatif dan nilai-nilai yang dianggap positif untuk diadopsi, paradigma yang dikembangkan mengelola organisasi dengan nilai-nilai moral untuk mengoptimalkan potensi individu-individu.

Nilai-nilai etika terbukti tidak sekedar simbolisasi organisasi sebagai penunjukan kepatuhan dan penghargaan nilai kemanusiaan, tetapi memberikan pemicu motivasi untuk berkreasi dan berprestasi memberikan makna. Kepuasan kerja sangat berperan untuk meningkatkan prestasi dan prestasi diakui sangat berkorelasi dengan kepuasan, tidak hanya pada kepuasan materialitas tetapi non-materialitas, Spector (1997) dalam Green (2000) mengungkapkan alasan pentingnya kepuasan kerja, yaitu; (1) organisasi dapat diarahkan untuk meningkatkan nilai-nilai kemanusiaan, indikasinya individu memiliki mental dan emosional yang stabil. (2) individu dapat memberikan kontribusi positif, dan (3) kepuasan bisa digunakan sebagai indikator keberhasilan organisasi.

Kreativitas dan inovasi yang menghasilkan prestasi harus bernilai etis. Nilai-nilai etika yang didasarkan pada moral dan spiritual, bila kemudian diterapkan dengan komitmen penuh akan memberikan corak kekuatan moral dalam organisasi, energi positif dalam setiap interaksi, berpikir, dan bertindak. Berinteraksi tidak hanya antar sesama individu tetapi dengan klien, *stakeholder*, alam, dan Tuhan. Refleksi dari nilai-nilai etis berdampak pada ikatan kekeluargaan yang bermakna, kepercayaan (*trust*) menjadi kekuatan untuk membangun hubungan. Bagi individu organisasi akan secara transparan menyampaikan informasi apakah dalam bentuk kualitas dan harga produk kepada konsumen atau *annual financial report* tanpa adanya *creative accounting* di dalamnya. Ketika akan berpikir untuk menetapkan visi dan misi, organisasi selalu menekankan pada kepedulian umat manusia. Bagaimana memberikan kontribusi untuk peningkatan kualitas manusia pada daerah di mana organisasi beroperasi, disamping itu memikirkan dampak lingkungan yang ditimbulkan, berupaya meminimalisir efek-efek negatif seperti polutan yang berakibat buruk pada kesehatan makhluk hidup. Bertindak dalam pengambilan keputusan memerlukan pertimbangan yang komprehensif, informasi yang diperoleh dari divisi akuntansi bukan menjadi *reference* determinan, tetapi pihak pengambil keputusan harus memiliki naluri etika mengamati dan menalar secara saksama perkembangan dan pengaruh objek yang diputuskan. Perilaku-perilaku positif tersebut bisa terwujud bilamana nilai-nilai etika dapat internalisasi kedalam organisasi.

Menurut Amrizal (2004), untuk menginternalisasi nilai-nilai etika ke dalam organisasi, ada beberapa faktor penting yang perlu diperhatikan, yaitu, (1) Komitmen dari pemimpin puncak. Keteladanan dan komitmen untuk mendukung sepenuhnya memberikan kekuatan daya dorong upaya internalisasi perilaku etika dalam organisasi, (2) Membangun lingkungan organisasi yang kondusif. Lingkungan dan individu saling berinteraksi akan memberikan pengaruh bisa positif atau negatif sangat tergantung dari niat (*intention*). Sehingga diperlukan kondisi lingkungan organisasi positif dan juga kondusif, (3) Perekrutan dan promosi pegawai. Nilai-nilai etika setiap organisasi memiliki

keunikan namun substansinya bersifat universal, keunikan tersebut menggambarkan jenis pekerjaannya. Sistem nilai tersebut akan menjadi pedoman penilaian (*performance appraisal*) terhadap personil yang akan direkrut dan dipromosikan, (4) Pelatihan yang berkesinambungan. Semestinya, dilakukan pelatihan tentang nilai-nilai etika organisasi dan konsekuensi-konsekuensinya berupa sanksi bila terjadi pelanggaran, (5) Menciptakan saluran komunikasi yang efektif. Ruang komunikasi antara level teratas dan terendah seharusnya disediakan, tujuannya agar komunikasi bisa memberikan informasi untuk mengembangkan dan memperbaiki keefektifan nilai-nilai etika yang berlaku dalam organisasi.

Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut diharapkan akan mempercepat dan memperkuat praktek nilai etika yang menjadi komitmen organisasi. Terlebih penting lagi perilaku-perilaku individu bisa merefleksikan dan mengejawantahkan nilai-nilai tersebut. Sehingga menghasilkan organisasi yang peduli terhadap *stakeholder*, alam, dan Tuhan. Pada uraian berikutnya, akan dikaji perilaku etika dengan pendekatan teori psikologi.

### **Rekonstruksi perilaku etika; suatu kajian psikologi**

Mengkaji dan mendiskusikan tentang perilaku manusia ke dalam beberapa aliran psikologi cukup menarik, karena kita dapat mengetahui epistemologi dan motivasi yang melatarinya, selanjutnya kita dapat mengenali dan memahami perilaku unik pada manusia. Karena menurut Budianto (2002:68) dikutip Ludigdo (2007:67) persoalan etika merupakan persoalan kemanusiaan, maka pendekatan yang digunakan untuk mengkajinya perlu memperhatikan karakteristik ilmu kemanusiaan, manusia pada hakekatnya memiliki kebebasan berkehendak (*the freedom of will*), hasrat untuk hidup bermakna (*the will to meaning*), dan makna hidup (*the meaning of life*). Oleh karena memiliki hakekat maka metode untuk mengkaji pada ilmu kemanusiaan adalah metode pemahaman (*verstehen*),

Banyak penelitian yang telah dilakukan untuk mengkaji perilaku etis dalam sebuah organisasi baik dengan pendekatan non positivistik, seperti Lovell (2002), Weaver & Agle (2002), Chikudate (2000), Brass, *et al*, (1998) dan Macintosh (1995) (lihat, Ludigdo, 2006; 2008; 2007:64;), mapun metode positivistik (lihat, Ludigdo & Machfoedz, 1999; Gatewood & Carrol (1991). Dari kedua pendekatan, untuk mengkaji perilaku etika, menurut Ludigdo (2007:66), pendekatan non-positivistik dianggap lebih representatif, sebab persoalan etika seringkali dianggap sebagai persoalan individu dan sifatnya multidimensional, unik dan banyak faktor yang mempengaruhinya, maka model penelitian yang dilakukan mestinya bersifat partisipatif bagaimana *first hand knowledge* diperoleh secara mendalam (*depth research*).

Makalah ini, mencoba memberikan gambaran tentang motif perilaku oportunistik kemudian merekonstruksi perilaku yang beretika dalam konteks kajian psikologi. Umumnya dalam ilmu psikologi dikenal dengan empat aliran besar yaitu; Psikoanalisis, Perilaku, Kognitif, dan Humanis. Kesemua aliran tersebut mengkaji pengaruh-pengaruh pola kejiwaan manusia, mendorong (*motivation*) dan menstimulasi (*stimulation*) manusia untuk berperilaku (*behavioral*) tetapi dalam perspektif yang berbeda. Penulis membatasi, kajian perilaku oportunistik *creative accounting* dengan menggunakan aliran kognitif dan humanis, dengan dasar kedua aliran tersebut memosisikan aspek hakekat kemanusiaan.

Pendekatan kognitif mengenai individu lebih ditekankan pada persepsi dan kognisi sebagai domain dari manusia, yang mempelajari bagaimana manusia memandang obyek-obyek sebagai bentuk yang utuh. Friedman & Schustack

(2008:255) mengemukakan ada tiga prinsip yang dikembangkan, yaitu; (1) manusia memaknai lingkungan, (2) manusia mengorganisasikan sensasi dari lingkungan dan menjadi persepsi yang bermakna, (3) stimulus yang kompleks tidak dapat direduksi menjadi bagian-bagian. Sedangkan prinsip humanis berasumsi, bahwa manusia pada dasarnya memiliki kualitas-kualitas insani yang baik. Argumentasinya, manusia harus belajar bagaimana menyadari kemampuannya dengan fokus pada kesatuan pemikiran dan merubah tingkat kesadaran (Bastaman, 2007:28). Terdapat tiga dasar yang dibangun dalam aliran ini: (1) memberikan peran pada jiwa manusia, (2) relasi dengan orang lain merefleksikan kemanusiaan individu, (3) mendorong potensi manusia.

Menurut penulis, teori yang ditemukan oleh Fishbein & Ajzen (1975) yang dinamakan dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA), dan untuk melengkapinya, dibangun satu teori lagi yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB) (1991) cukup representative untuk menjelaskan motif perilaku oportunistik dan merekonstruksi perilaku yang beretika (Chau *et al*, 2002; Jogiyanto, 2007:26).

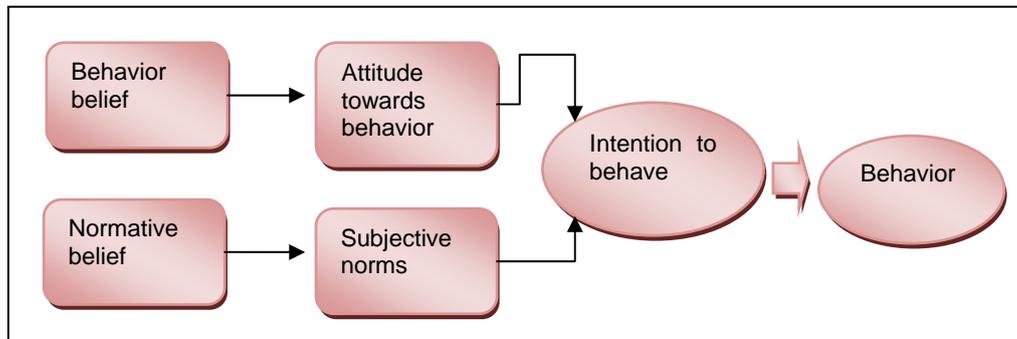
Asumsi pada TRA adalah manusia memiliki potensi untuk berperilaku secara sadar, dengan potensi yang dimiliki dapat mempertimbangkan stimulan baik secara implisit maupun eksplisit dan memperhitungkan konsekuensi-konsekuensi atas perilaku tindakannya. Sedangkan pada TPB, dikonstruksikan kontrol perilaku persepsian (*Perceived Behavior Control*), bahwa keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya berniat untuk berperilaku, serta motivasi untuk berperilaku tidak hanya dipengaruhi oleh motivasi tetapi juga pada kontrol perilaku persepsian, yang menurut Ajzen (1991) adalah kemudahan (kesempatan) atau kesulitan untuk berperilaku. Kedua teori ini, dapat dimasukkan dalam kelompok aliran kognitif karena penekanannya pada persepsi dan kognisi sebagai domain dari manusia dan dapat dikelompokkan pada aliran Humanis, karena manusia harus belajar bagaimana menyadari keberadaan potensi diri dan mengelola hubungan secara hamonis dalam lingkungannya.

### ***Theory of Reasoned Action (TRA)***

Ajzen (1980) mengatakan niat (*intention*) seseorang untuk berperilaku, melakukan suatu tindakan atau menolak berperilaku, tidak melakukan suatu tindakan. Niat menurutnya adalah keinginan untuk melakukan sesuatu. Motivasi alternatif untuk berperilaku tersebut dipengaruhi oleh dua faktor utama. *Pertama*, adalah faktor pribadi (internal) yakni sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), merupakan evaluasi keyakinan (*belief*) dari pengaruh positif atau negatif. *Kedua*, faktor sosial berupa norma-norma yang mempengaruhi dan mengatur sosial masyarakat, yang dapat memberikan pengaruh untuk mempertimbangkan apakah akan berperilaku atau tidak. Sikap, menurut Ajzen dan Fishbein (1975) dalam Jogiyanto (2007:36) adalah sebagai afeksi yang dirasakan dari seseorang untuk menerima atau menolak suatu objek atau perilaku. Lebih jelasnya dapat di lihat pada gambar 3.

Dapat dijelaskan, bahwa perilaku oportunistik yang cenderung dilakukan oleh agen dipengaruhi oleh keyakinan perilaku yang ditunjukkan dengan evaluasi persepsi kepercayaan atas pengaruh positif yang memberikan manfaat dan negatif yang berdampak pada kerugian. Ketika agen berpersepsi dapat memberikan manfaat kalau melakukan *earning management*, yang akan memberikan keuntungan pribadi maka peluang munculnya niat untuk berperilaku seperti itu besar adanya. Demikian, sebaliknya, agen akan mengeliminir perilaku oportunistik bilamana dipersepsikan akan memberikan konsekuensi negatif.

**Gambar 3.**  
**Theory of Reasoned Action**



Sumber: Ajzen, I., dan Madden, T. J. (1986)

Pengaruh norma-norma sosial seperti agama, prinsip hidup yang bermakna dan aturan-aturan profesi, dapat membentuk persepsi agen sebagai evaluasi kepercayaan dalam berperilaku. Bila menurut individu, perilaku oportunistik bertentangan dengan norma agama dan aturan (GAAP/ PSAK) maka dia akan menolak berperilaku oportunistik. Kemungkinan untuk berperilaku oportunistik bisa terjadi, bilamana norma dan aturan yang seharusnya menjadi keyakinan subjektif (*subjective norm*) tidak dengan sadar dipahami dan diimplementasikan, kemungkinan lain, aturan seperti kebijakan akuntansi yang memberikan kesempatan kepada agen untuk memilih berdasarkan manfaatnya, memberikan peluang untuk merasionalisasikan perilaku oportunistik sebagai reaksi *self mekanisme* yaitu mekanisme penjelasan logis untuk pembenaran perilaku, upaya melindungi dari ancaman eksternal (Friedman dan Schustack, 2008:98; Zaviera, 2008:108).

### **Theory of Planned Behavior (TPB)**

Ajzen (1991) mengembangkan TRA dengan menambahkan konstruk kontrol perilaku yang dipersepsi (*perceived behavioral control*) dan menyebutnya sebagai *theory of planned behavior* (TPB) yang menurutnya turut memberikan pengaruh pada niat dan perilaku, selain faktor *attitude toward behavior* dan *subjective norm*. Ajzen (2005), mengkombinasikan teori TRA kedalam TPB dengan menjelaskan faktor-faktor lingkungan yang membentuknya, antara lain:

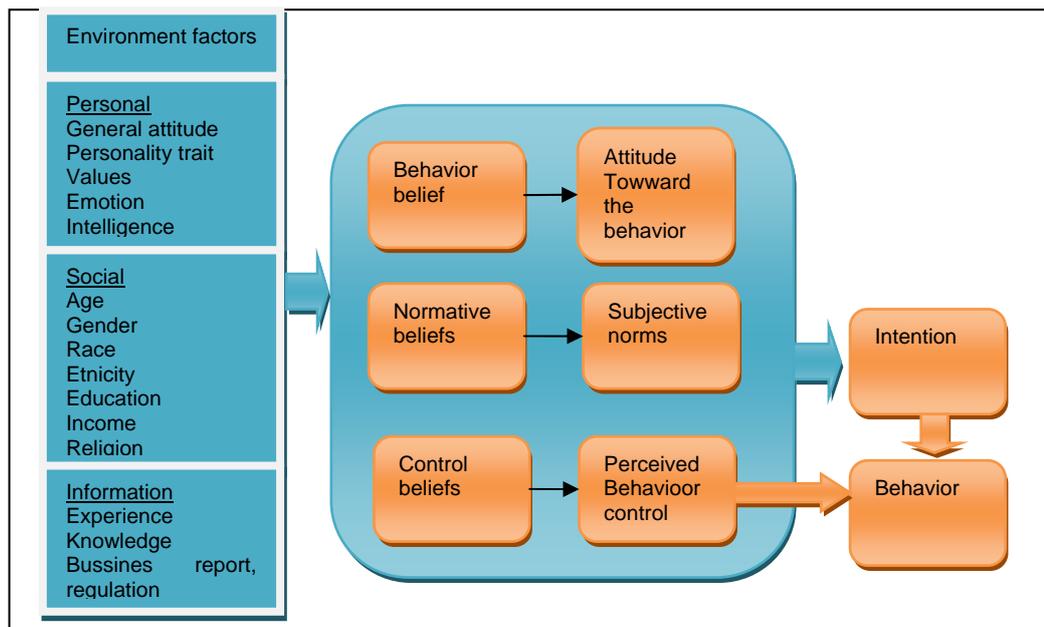
- a. Faktor individu, meliputi; sikap umum seseorang terhadap sesuatu (*general attitude*), tendensi mendasar yang menentukan perilaku (*trait*), nilai-nilai (*values*), emosi (*emotion*), dan kecerdasan (*intelligence*).
- b. Faktor sosial, yaitu; usia (*age*), jenis kelamin (*gender*), ras (*race*), kesukuan (*ethnicity*), pendidikan (*education*), penghasilan (*income*), dan agama (*kepercayaan*).
- c. Faktor information, yaitu; pengalaman (*experience*), pengetahuan (*knowledge*), dan berbagai informasi tentang bisnis beserta regulasi (*business report, regulation*)

TPB yang terdiri dari dua faktor utama dalam TRA (*attitude toward the behavior* dan *subjective norms*) selanjutnya dikembangkan dengan *perceived behavioral control*, yang membentuk niat (*intention*) untuk berperilaku (*to behavior*) melakukan tindakan. Kombinasi dan keterkaitan faktor-faktor tersebut, digambarkan sebagai berikut di gambar 4.

Faktor-faktor lingkungan yang telah disebutkan (personal, sosial, dan informasi), membantu memberikan stimulan kepada individu yang tidak hanya searah, lingkungan mempengaruhi persepsi, tetapi lebih bersifat hubungan resiprokal (timbang-balik), bilamana faktor-faktor itu telah menjadi penguat (*reinforcement*) memberikan manfaat maka diterima atau sebaliknya mendatangkan kerugian akan ditolak. Kemudian diinternalisasi kedalam diri. Telah diterangkan bahwa bagaimana sikap terhadap perilaku dan norma subjektif membentuk niat (*intention*) selanjutnya melakukan tindakan (berperilaku).

Keyakinan perilaku (*behavior belief*) yang kemudian menjadi sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) adalah keyakinan individu untuk mengevaluasi apakah perilaku tersebut positif atau negatif sehingga lebih cenderung kepada pertimbangan sikap individu. Keyakinan normatif (*norms belief*) yang menjadi norma subjektif (*subjective norms*) berhubungan dengan interaksi langsung dengan faktor lingkungan yang mengarahkan atau menekan untuk menolak atau menerima berperilaku tertentu sehingga pertimbangannya lebih kepada normatif.

**Gambar 4.**  
**Theory of Planned Behavior**



Sumber: Ajzen, I., dan Manstead, A. S. R. (2007)

Dengan adanya penambahan konstruk kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control*), menunjukkan motivasi untuk berperilaku tidak hanya dipengaruhi oleh motivasi tetapi juga secara tidak langsung oleh kontrol perilaku yang dipersepsi, melalui niat dan dapat memprediksi perilaku secara langsung (digambarkan dengan arah panah langsung ke *behavior*). Seseorang menyadari bahwa dia tidak memiliki kesempatan untuk melakukan perilaku tertentu meskipun ada niat untuk melakukannya (digambarkan dengan arah panah yang menuju ke *behavior intention*). kontrol perilaku yang dipersepsi (*perceived behavior control*) adalah kemudahan atau kesulitan untuk melakukan persepsi (Ajzen, 1991). Prinsipnya adalah semakin kuat sikap dan norma subjektif terhadap suatu perilaku dan semakin besar kontrol perilaku yang

dipersepsi maka akan semakin kuat niat seseorang untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkannya.

Berdasarkan teori TPB penulis akan mengkaji perilaku oportunistik. Karena teori ini bersumber dari kombinasi aliran kognitif dan humanis maka aspek fundamen kedua teori akan tertanam di dalamnya. Perilaku oportunistik yang cenderung disebutkan sebagai perilaku manajer (agen) untuk mengelabui investor agar memaksimalkan kesejahteraannya oleh karena dengan menguasai informasi lebih banyak (*powerfull information*) dia dapat leluasa mengobservasi pihak lain sedangkan pihak lain (*stakeholder*) tidak dapat mengobservasi lebih jauh tentang kinerjanya.

Interaksi manajer dengan faktor-faktor lingkungan membawa pengaruh terhadap *personality* yang terefleksi dengan nilai, kepribadian, kestabilan emosi dan kecerdasan. *Social*, dimana dapat dilihat dari jenis kelamin, suku bangsa, tingkat pendidikan, penghasilan yang relatif tinggi, dan pemahaman terhadap agama yang dianut. *Information*, turut memberikan menyumbang pengaruh persepsinya, seperti pengetahuan dan pengalaman ketika bekerja hingga menempuh jenjang karir yang lebih tinggi, dalam pengambilan keputusan manajer tidak bisa lepas dari pelaporan keuangan (*financial reporting*) dan informasi-informasi lain yang berguna mendukung keputusannya (*decision usefulness*). Dari faktor-faktor tersebut, maka akan membentuk keyakinan (*belief*), antara lain:

*Behavioral beliefs*. Manajer akan bersikap untuk mempertimbangkan melakukan *earning management* ketika faktor-faktor lingkungan yang disebut besar menstimuli, kemudian memberikan *driven* seperti *bonus scheme* yang diperjanjikan relatif rendah atau volatilitas *net income* sehingga kecenderungan untuk melakukan perilaku oportunistik tujuannya agar memperoleh kenikmatan. Namun bilamana, faktor-faktor tersebut dapat dikelola dengan baik, artinya yang dianggap stimuli bisa diatasi dengan keyakinan terhadap nilai-nilai moral dan spiritual, maka kemungkinan niat untuk berperilaku oportunistik tidak terjadi.

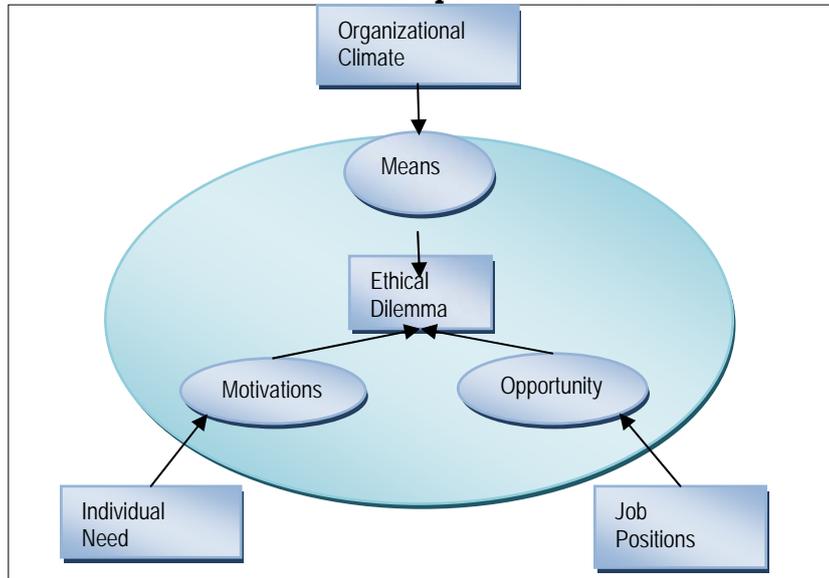
*Normative beliefs*. Manajer akan dapat merubah persepsinya bilamana *reinforcement* (penguatan) yang di-*drive* oleh *subjective norms*-nya mampu mengendalikan perilaku oportunistik seperti adanya tekanan sosial untuk tidak berperilaku demikian, juga pemahaman dan kesadaran terhadap agama sehingga dia akan mempertimbangkan dan mengevaluasi, selanjutnya akan memengaruhi niat untuk berperilaku oportunistik.

*Control beliefs*. Manajer akan bersikap sesuai dengan kontrak yang telah diperjanjikan, meskipun terjadi hal-hal yang dapat mempengaruhi dia untuk berperilaku oportunistik. Keyakinan tersebut terjadi karena ada penerapan sistem pengendalian intern yang handal dan adanya akuntan publik yang profesional (independen dan kompeten) sebagai *reinforcement*, secara berkala melakukan *auditing*. Tetapi, karena manajer memiliki informasi yang relatif banyak dia dapat mencari kesempatan untuk melakukan perilaku tersebut dan yang terlebih penting lagi adalah kesempatan manajer untuk memilih kebijakan akuntansi berdasarkan pertimbangan efisiensi. Peluang ini yang merupakan kontrol perilaku yang dipersepsi (*perceived behavioral control*).

Untuk merekonstruksi perilaku oportunistik *creative accounting* yang dilakukan oleh agen, maka penulis menggunakan suatu model perilaku etika yang di usulkan oleh White dan Lam (2000), dengan kajian literatur keduanya menjelaskan sumber munculnya dilema etis. Dilema etis, selanjutnya akan merupakan stimulan yang bersifat *reinforcement* untuk berperilaku oportunistik, terdapat tiga faktor yang memberikan stimulan yaitu, *means*, *motivation*, dan *opportunity*.

Sebagai pengingat bahwa potensi manusia cenderung bersikap *rational economic*, *maximum expected utility*, dan *risk averse*, meskipun manusia juga memiliki potensi kebaikan yang cenderung berkehendak dan bertindak untuk kehidupan yang lebih bermakna, namun pada kajian ini lebih melihat dari sisi oportunistiknya. Gambar 5 menunjukkan kerangka konseptual dari tiga faktor tersebut. *Ethical dilemma* yang penulis interpretasikan sebagai kecenderungan berperilaku oportunistik akibat dari; lemahnya **means** yang berlaku di organisasi, adanya stimulan berupa **motivations** yang merupakan *reinforcement* sikap berperilaku oportunistik, dan disamping **opportunity** yakni wewenang karena jabatannya serta aspek regulasi yang mengatur praktek-praktek akuntansi yang berterima umum yang dibuat oleh *standard setter* (PSAK/GAAP) memberikan keleluasaan bagi para agen (manajer) untuk memilih berdasarkan preferensi yang lebih menguntungkan (*expected value*). Bilamana terjadi demikian, teori TRA menjelaskan individu akan memiliki niat (*intention*) untuk berperilaku oportunistik.

**Gambar 5.**  
**Komponen Dilema Etika**



Sumber: White dan Lam (2000)

Menurut, White & Lam (2000) bahwa *means* yang diartikan sebagai aturan, kebijakan dan prosedur dalam organisasi yang secara konsisten ditegakkan, sanksi-sanksi berupa perilaku oportunistik dengan tetap mengidentifikasi derajat penyimpangan harus diberikan serta adanya keteladanan dari pemimpin atau pihak prinsipal. Pada titik ini budaya organisasi yang didasarkan moral dan spiritual, yang direfleksikan dengan nilai-nilai etika, sangat berperan penting untuk menciptakan iklim perilaku yang beretika dan memproteksi pengaruh lingkungan, yang digambarkan dalam teori TRA sebagai *environmnet factors*, akan memberikan *reinforcement* positif bagi persepsi individu untuk berniat (*intention*) menghindari perilaku oportunistik.

Walaupun individu-individu di dalam organisasi memiliki *motivation* unik dan spesifik, akibat interaksi secara resiprokal antara *environmnet factors*. Perlu penulis mengkritisi bahwa keterpengaruhan individu terhadap lingkungan sosial, sebagaimana yang dikutip White & Lam (2000) bahwa menurut Rokeach (1973) individu yang direfleksikan melalui perilakunya merupakan pengaruh dari lingkungan sosial, pernyataan tersebut menggunakan paradigma psikologi

*behavioralism* yang mengakui perilaku individu dipengaruhi oleh akibat penerimaan situasi yang dialami dan diperlakukan (Bastaman, 2007:25), sehingga individu yang berhakekat itu, tidak memiliki kemampuan yang bermakna untuk berinteraksi (saling mempengaruhi) dan menentukan sikap, individu lebih sekedar bersifat mekanistik. Motif yang telah dijelaskan sebagai tekanan dalam diri untuk mempengaruhi sikap berperilaku, memerlukan nilai-nilai etika yang bersifat universal berbasiskan moral dan spiritual serta tidak hanya bersifat slogan atau untuk dihafal.

Nilai-nilai tersebut harus mampu diimplementasikan pada tataran yang sederhana tetapi memiliki nilai, misalnya memberikan penghargaan (*reward*) tulus kepada individu yang menolak atau mematuhi aturan yang dapat mengarah pada perilaku oportunistik, penghargaan tersebut berupa penilaian untuk kemudian dipromosikan pada jenjang karir yang lebih tinggi. Tidak selamanya penghargaan dikompensasikan dengan materi mengeliminir perilaku oportunistik, tetapi yang lebih penting kekonsistenan dan kedisiplinan untuk menegakkan nilai-nilai tersebut.

*Opportunity*, yang diidentikan dengan wewenang individu karena jabatannya. Seperti agen yang dipercayakan oleh prinsipal untuk mengelola perusahaan dengan kontrak sebagai kesepakatan untuk bekerjasama, bahwa bilamana agen mencapai target *net income* maka akan diberikan *reward* berupa remunerasi bonus atau gaji. Pihak agen akan berusaha untuk memperoleh remunerasi meskipun kadangkala menggunakan praktek-praktek yang dilarang (*creative accounting*) seperti yang telah dibuktikan dengan beberapa penelitian. Penulis melihat dua hal krusial sebagai *opportunity* masih dalam hal jabatannya. *Pertama*, agen memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan prinsipal (*asymetric information*) sehingga terjadi manipulasi informasi dengan praktek *creative accounting*. *Kedua*, adanya *opportunity* kepada agen untuk memilih kebijakan akuntansi berdasarkan preferensinya yang menurutnya lebih menguntungkan. Dalam konstruk TPB dinamakan dengan kontrol perilaku yang dipersepsi (*perceived behavioral control*) yaitu persepsi individu terhadap kemudahan atau kesempatan yang diberikan untuk berperilaku oportunistik.

### Kesimpulan dan Saran

Dari pembahasan tersebut, dapat ditarik beberapa kesimpulan, antara lain:

**Pertama**, *positive accounting theory* yang digagas oleh watts dan Zimmerman (1978, 1986, 1990) merupakan upaya untuk menjelaskan (*to explain*) dan memprediksi (*to predict*). Manajer (agen) diserahkan tanggungjawab oleh pemilik (prinsipal) untuk mengelola perusahaan yang nantinya diharapkan akan mentransfer keuntungan. Untuk menghindari terjadinya konflik maka kedua belah pihak melakukan perjanjian yang dirumuskan dengan kontrak, baik antara agen dengan prinsipal maupun antara agen dengan kreditur (*bond holder*) (bila agen menerima pembiayaan dari pihak ketiga). Kontrak tersebut tentunya memberikan *cost agency* yang cukup besar untuk mengontrol implementasinya. Tiga hipotesis yang diajukan oleh Watts dan Zimmerman, yaitu; (1) *the bonus plan hypothesis*, (2) *the debt covenant hypothesis*, dan (3) *the politic cost*. Memberikan gambaran bahwa kecenderungan agen berperilaku tidak sesuai kontrak, kemungkinan besar terjadi, hal ini kemudian mendorong para peneliti untuk membuktikan. Dari beberapa studi empirik membuktikan memang benar agen melakukan *earning management* sebagai bentuk perilaku oportunistik mementingkan kepentingan sendiri. Tetapi praktek *earning management* tidak semuanya dianggap sebagai

perilaku oportunistik karena ada yang didorong oleh perilaku efisiensi—untuk kepentingan agen dan prinsipal/kreditur. Paradoksial seperti ini sangat tergantung dari motif yang melatarbelakangi praktek *earning management*.

**Kedua,** perilaku oportunistik yang ditunjukkan dengan praktek-praktek *earning management* tidak lepas dari motif dasar manusia yaitu; *rational economic*, *maximum expected utility*, dan *risk averse*. Manusia akan cenderung bersikap seperti itu bilamana tidak ada *reinforcement* (penguat) untuk menekan, kalau agen berkinerja bagus maka akan diberikan insentif (*benefit*) sebaliknya, agen lalai (*shirk*) maka ada (*punishment*) kekonsistenan dalam penerapan *reinforcement* akan berimplikasi pada motivasi agen. Meskipun demikian, ada dua hal yang menjadi titik krusial, yang bisa memberikan celah untuk agen berperilaku oportunistik, yaitu; informasi yang dimiliki oleh agen tidak seimbang (*asymetric*) dengan prinsipal, sehingga agen bisa leluasa membuat *blocking information* untuk menjaga reputasinya, dan fleksibilitas opsional yang diberikan regulator, sehingga manajer menggunakan kebijakan akuntansi yang dianggap lebih efisien atau dengan cara-cara yang dimungkinkan oleh prinsip akuntansi berterima umum (PSAK/GAAP) seperti mempercepat atau menunda pengakuan pendapatan (*revenues*) yang dinamakan dengan *discretionary accrual*, komponen akrual yang dapat diatur sesuai dengan kebijakan (*discretion*) manajerial.

**Ketiga,** Organisasi yang awalnya dimaknai sebagai kehidupan yang merefleksikan nilai-nilai moral dan spiritual saatnya diperlukan permurnian kembali (purifikasi), makna organisasi yang telah direduksi membawa pengaruh pada munculnya perilaku oportunistik. Organisasi yang bermodel kepedulian memiliki nilai-nilai moral untuk berinteraksi serta memberikan ruang kepada individu untuk mengekspresikan potensi diri yang akan bermanfaat bagi tujuan organisasi, peduli akan stakeholder, lingkungan dan Tuhan. Menginternalisasi nilai-nilai etika bukanlah sekedar simbolisasi sebagai penunjukan kepatuhan dan penghargaan nilai kemanusiaan, tetapi lebih kesadaran dan keyakinan pemicu motivasi untuk berkreasi dan berprestasi memberikan makna.

**Keempat,** Teori psikologi yang cukup representatif menerangkan lebih mendalam tentang perilaku oportunistik adalah, *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang kemudian dikembangkan menjadi *Theory of Planned Behavior* (TPB), menjelaskan bahwa perilaku oportunistik yang berpeluang terjadi karena didrive oleh beberapa faktor internal (dalam diri) dan eksternal (lingkungan dan bisnis), tetapi dapat ditekan oleh kesadaran dan keyakinan terhadap agama, sanksi sosial, dan regulasi. Meskipun demikian, persepsi untuk melakukan perilaku oportunistik dibatasi dan dikontrol dengan berbagai instrumen perusahaan seperti adanya sistem pengendalian internal dan pengauditan secara berkala oleh akuntan publik, namun karena informasi yang dimiliki lebih banyak dan kebijakan akuntansi yang ditawarkan lebih fleksibel sesuai dengan preferensi manajer maka peluang untuk berperilaku oportunistik kemungkinan bisa dilakukan.

Saran penulis, akuntansi semestinya tidak dipersepsikan sebatas kajian akuntansi untuk mengkaji fenomena pengakuntansian karena disitu banyak melibatkan disiplin ilmu lain, seperti kajian tentang perilaku oportunistik. Motivasi-motivasi sebagai pendorong agen bersikap seperti itu perlu dipahami dengan ilmu psikologi, karena pendekatan untuk memahami perilaku adalah lebih kepada ilmu kemanusiaan. Dengan demikian, dapat memberikan manfaat kepada *standar setter* atau para *stakeholder* bagaimana menyikapinya dengan regulasi yang efektif dan membuat kontrak yang lebih mendorong kinerja agen untuk memproteksi perilaku oportunistik yang terpenting lagi memberikan kesadaran untuk berperilaku etis. Penulis menyadari masih banyak kelemahan dalam tulisan ini, misalnya, dalam mengkonstruksikan perilaku manusia

dengan menggunakan teori TRA dan TPB serta hanya mengkaji dari aspek oportunistik. Diharapkan ke depan ada kajian yang lebih komprehensif dan melibatkan disiplin ilmu lain seperti sosiologi. Sehingga menambah kekayaan khasanah keilmuan dan ilmu akuntansi akan lebih dinamis merespon perubahan.

#### Daftar Pustaka

- Aris, IMA, 2009, "Redefinisi dan Rekonstruksi Makna Organisasi Perusahaan Dengan Nilai-Nilai yang Beretika". *Manajemen Usahawan Indonesia*. No. 04/TH.XXXVIII, p 40-47.
- Amrizal, 2004, Membangun Kultur Dan Etika Internal Organisasi Yang Anti Kecurangan. <[www.bpk.go.id/unit/investigasi/kultur](http://www.bpk.go.id/unit/investigasi/kultur)>. diakses tanggal 18/06/2009.
- Ajzen, I, 2005, *Attitude, Personality, and Behavior, 2<sup>nd</sup> Edition*, Berkshire, UK; Open University Press-McGraw Hill Education.
- , 1991, "The Theory Planned Behavior"; *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. (50), p 179-211.
- Ajzen, I., dan Madden, T. J. , 1986, "Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control", *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, p 453-474.
- Ajzen, I., & Manstead, ASR, 2007, "Changing health-related behaviors: An approach based on the theory of planned behavior". In K. van den Bos, M. Hewstone, J. de Wit, H. Schut & M. Stroebe (Eds.), *The scope of social psychology: Theory and applications* (p 43-63). New York: Psychology Press.
- Ajzen, I, dan Fishbein, M. , 1980, *Understanding Attitude and Predicting Social Behavior*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Ayres, FL., 1994, "Perception of Earnings Quality: What Managers Need to Know", *Management Accounting*, p 27-29.
- Anshari, HM., 1996, *Kamus Psikologi. Usaha Nasional*. Surabaya.
- Bastaman, HD, 2007, *Logoterapi; Psikologi Untuk Menemukan Makna Hidup dan Meraih Hidup Bermakna*. PT RajawaliGrafindo Persada, Jakarta.
- Ball, R dan Brown, P, 1968, "An Emperical Evaluation of Accounting Numbers", *Journal of Accounting Research*, Vol. 7, p 78-159
- Capra, F, 2004, *The Hidden Connections; Strategi Sistemik Melawan Kapitalisme Baru*, Jalasutra. Yogyakarta.
- Cotter, J, 1998, Utilisation and Restrictiviness of Covenant in Australian Private Debt Contracts, *Accounting and Finance*, Vol. 38. No. 2, p 96-181.
- Christie, A., 1990, "Agregation of Test Statistic: An Evaluation of The Evidance on Contracting and Size Hypotheses", *Journal of Accounting Economics*, Vol. 12, p 15-36.
- Chau, PYK, Hu, PJ, Sheng, O. R. L., dan Tam, KY , 2002, "Examining The Technology Acceptance Model Using Physical Acceptance of Telemedicine Technology", *Journal of Management Information Sysetem*, Vol. 16, No. 2, p 9-112.
- Deegan, C., 2004, *Financial Accounting Theory*, MicGraw-Hill Australia, NSW, Australia.
- Darmawati, D, Komsiyah., dan RR Gelar, 2004, Hubungan Corporate Governance Dan Kinerja Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi*, VII Bali.
- DeFond, M dan Jimbalvo, J, 1994, "Debt Covenant Violation and Manipulation of Accruals", *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 17, p. 76-145.
- De Angelo, HLE dan DJ Skinner, 1994, "Accounting Choice in Troubled Companies", *Journal of Accounting and Economics*, p. 113-143.

- Dichev, ID dan DJ Skinner., 2002, Large-Sample Evidence on The Debt Covenant Hypothesis, *Journal of Accounting Research*, pp. 1091-1123.
- Friedman. SH, dan Schustack WM, 2008, *Kepribadian; Teori Klasik dan Riset Modern*, Edisi Ketiga Jilid 1 dan 2.
- Finegan, J, 1994, The Impact of Personal Value on Judgments of Ethical Behaviour in the Workplace. *Journal of Business Ethic.* 13, p 747-755.
- Green, J, 2000, *Job Satisfaction of Community College Chairperson*. Dissertation.Blackburn-virginia. <http://scholar.lib.vt.edu/theses/available/etd-12072000-130914/unrestricted/JGreen.pdf>
- Gumanti, TA, 2000, "Earning Management; Suatu Telaah Pustaka", *Jurnal Akuntansi dan Keangan* Vol.2, No. 2, p 104-115.
- Healy, PM, 1985, "The Effect of Bonus Schemes on Accounting Decisions", *Journal of Accounting and Economics*, 10, p 85-107.
- Healy, PM. dan JM Wahlen, 1998, *A Review of The Earning Management Literatur and Its Implication for Standard Setting*, Working Paper.
- Holthausen, RW., Larke, KM, and Sloan, RG, 1995, "Annual Bonus Schemes and the Manipulation of Earnings", *Journal of Accounting and Economics*, 12, p 29-74.
- Jogiyanto, 2007, *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi, Yogyakarta.
- Jones, 1991, Earnings Management During Import Relief Investigations. *Journal of Accounting Research*, 29 (2): 193-228.
- Kontan. 31 Maret, 2009. *Bursa Sedunia Panik Saham Jatuh Lagi*, hlm. 1.
- Kontan. 30 Maret, 2009. *Pasar Saham Belum Pulih dan Rentan Kabar Buruk*, hlm. 11.
- Ludigdo, U, dan M Machfoedz, 1999, "Persepsi Akuntan dan Mahasiswa Terhadap Etika Bisnis", *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol. 1 No. 2, p 1-19.
- , 2006, Kerangka Metodologi Dalam Memahami Praktek Etika di Kantor Akuntan Publik. *The 2<sup>nd</sup> International Postgraduate Consortium on Accounting*, Universitas Brawijaya. Malang.
- , 2008, Penggalan Bahan dan Penemuan Alur Cerita: Dua Episode Proses Dalam (Sebuah) Pentas Riset Kualitatif Non-Positivistik. *The Third International Postgraduate Consortium on Accounting*, Universitas Brawijaya. Malang.
- , 2007. *Paradoks Etika Akuntan*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- , 2005, Mengemabngkan Etika di Kantor Akuntan Publik: Sebuah Perspektif Untuk Mendorong Perwujudan *Good Governance*. *Konferensi Nasional Akuntansi*. Universitas Trisakti.
- Merchant, KA, 1994, "The Ethics of Managing Earnings: An Empirical Investigation". *Journal of Accounting and Public Policy*, 13, p 79-94.
- Rosenzweig, K and Fischer M, 1994, "Is Managing Earnings Ethically Acceptable?" *Management Accounting*, p 31-34.
- Schipper, K, 1989, "Commentary on Earning Management", *Accounting Horizon*, 3: p 91-102.
- Scott, WR, 2003, *Financial Accounting Theory 3rd*, Prentice-Hall, Toronto, Canada.
- , 2009. *Financial Accounting Theory 5th Ed*, Prentice-Hall, Toronto, Canada.
- Sulistyanto, SH, 2008, *Manajemen Laba; Teori dan Model Empiris*, Jakarta, Grasindo.
- Sweeney, AP, 1994, "Debt Covenant Violations and Managers Accounting Responses", *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 17, p 281-308.

- Setiawati, L, 2001, "*Rekayasa Akrual Untuk Meminimalkan Pajak*", Seminar Nasional Akuntansi IV.
- Triyuwono, I, 2000, *Organisasi dan Akuntansi Syariah*, Yogyakarta, LkisS.
- , 2000, "Akuntansi Syariah; Implementasi Nilai Keadilan dalam Format Metafora Amanah", *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*. 4 (1), p 1-34
- , 2008, "The Spirituality of Victory, Virgin, and Light (VVL); An Approach Towards A New Paradigma of Accounting Research", *The Third International Postgraduate Consortium on Accounting*, Universitas Brawijaya. Malang.
- Velasquez, Manuel G, 2002, *Bussiness Ethics, Concepts and Cases*. 5<sup>th</sup> edition, Pearson Education, Inc. Upper Sadle River, New Jersey.
- Watts, RL, and Zimmerman, JL, 1990, "Positive Accounting Theory: A Ten Year Perspective". *The Accounting Review*, 60 (1), p 131-156.
- , 1986, *Positive Accounting Theory*. New York, Prentice Hall.
- White, LP, dan LW Lam, 2000, "A Proposed Infrastructural Model for the Establishment of Organizational Ethical Systems". *Journal of Business Ethic*. 28, p 35-42.
- Whittered, G, 1987, "Derived Demand for Consolidated Financial Reporting", *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 9, p. 85-295.
- Zaviera, F, 2008, *Teori Kepribadian; Sigmund Freud*. Jogjakarta, PrismaSophie.