

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI PROFESI AKUNTAN TERHADAP PRAKTEK EARNINGS MANAGEMENT

Ishar Baharuddin
Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti

Heru Satyanugraha
Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti

Abstract

This study examines the ethics of earnings management practice of accounting practioners, faculty, and students in Indonesia. Possible determinants of the ethics, the personal moral philosophies (i.e. idealism and relativism), and the perceived role of ethics and social responsibility were empirically tested. Data for the study were collected from Trisakti university's students, faculty of universities in Jakarta, and auditors of accounting firms in Jakarta. A multiple regression analysis was used to test the hypotheses. The findings indicate a positive relationship between idealism and social responsibility focus on long-term gains, and the ethical perception of earnings management.

Keywords: *Accounting ethics, earnings management, ethics determinants, personal moral philosophies, social responsibility*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Earnings Management telah dikenal dampak negatifnya, dan akuntan adalah pihak yang paling berperan dalam praktek ini di dunia bisnis. Merchant dan Rockness (1994) menyimpulkan bahwa *earnings management* mungkin merupakan permasalahan moral yang paling penting bagi profesi akuntan. Merchant dan Rockness (1994) meneliti penilaian moral dari berbagai fungsi manajerial, yaitu *general manager*, manajer staff, kontroler, dan *internal auditor* dan menyimpulkan bahwa penilaian moral individu tergantung pada perannya dalam perusahaan.

Profesi akuntan melibatkan mahasiswa, dosen, dan praktisi akuntan itu sendiri. Fischer dan Rosenzweig (1995) membandingkan penilaian moral dari mahasiswa akuntansi dengan praktisi akuntan. Elias (2002) membandingkan penilaian moral dari mahasiswa, dosen, dan praktisi akuntan dan menyimpulkan bahwa memang terdapat perbedaan persepsi individu akan praktek *earnings management* untuk tiap kelompok.

Berbagai model telah diusulkan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian moral individu (Ford dan Richardson 1994). Faktor-faktor tersebut adalah: (1). Faktor-faktor individu, a.l. umur, gender, pendidikan, agama, dan sebagainya, (2). Faktor-faktor kepribadian, nilai-nilai, dan kepercayaan, (3). Faktor-faktor situasional. Riset empiris sampai sekarang pada umumnya menyimpulkan pengaruh yang berbeda dari semua golongan faktor tersebut (Ford dan Richardson 1994).

Perumusan Masalah

Perlu dikenal faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi profesi akuntan terhadap perilaku moral, khususnya terhadap praktek *earnings management*. Faktor-faktor kepribadian, nilai-nilai, dan kepercayaan telah banyak diteliti, khususnya faktor ideologi individu, dan persepsi individu terhadap tanggung jawab sosial (Elias 2002). Sejauh mana faktor-faktor tersebut berperan terhadap persepsi berbagai kelompok profesi di Indonesia belum pernah diketahui.

Permasalahan penelitian ini adalah :

1. Bagaimana peranan dari ideologi etika individu terhadap persepsinya akan *earnings management*?
2. Bagaimana peranan dari persepsi individu akan hubungan tanggung jawab

sosial dengan kinerja perusahaan terhadap persepsinya akan *earnings management*?

Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengenal faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi tiap kelompok profesi akuntan, khususnya filsafat moral individu dan pandangan individu akan peranan etika dan tanggung jawab sosial.

Studi ini diharapkan memberikan pemahaman bagaimana berbagai pihak yang terlibat dalam kegiatan akuntansi bisnis memiliki nilai-nilai etika, serta faktor-faktor apa yang menentukannya. Pemahaman akan hal ini sangat diperlukan dalam usaha membina dunia bisnis Indonesia yang bermoral dan bertanggung jawab sosial. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi penyempurnaan mata kuliah etika profesi dalam program studi akuntansi di perguruan tinggi, serta memberikan stimulasi untuk dapat mengembangkan etika dalam kehidupan akademik kampus.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Pengertian *Earnings Management*

Earnings management dapat diartikan dalam berbagai cara. Levitt (1998) mengartikan sebagai trik akuntansi dimana fleksibilitas dalam laporan keuangan digunakan oleh manajer yang berusaha untuk memenuhi target pendapatan. Healy dan Wahlen (1999) menjelaskan bahwa *earnings management* terjadi bila manajer menggunakan kreativitasnya dalam penyusunan laporan keuangan dan mengatur transaksi untuk merubah laporan keuangan dengan tujuan memberi kesan tertentu atau mempengaruhi tindakan para *stakeholders* yang tergantung pada laporan keuangan tersebut. Definisi dari Fischer dan Rosenzweig (1995) secara spesifik menyatakan bahwa *earnings management* adalah tindakan dari manajer untuk meningkatkan atau menurunkan pendapatan yang dilaporkan dari suatu perusahaan tanpa sebenarnya terjadi kenaikan atau penurunan profitabilitas jangka panjang perusahaan.

Walaupun praktek-praktek *earnings management* sering dipandang lazim bagi profesi akuntan, strategi untuk pelaksanaannya sering merupakan rahasia manajer perusahaan. Beda antara *earnings management* dengan kecurangan

manajemen sering sangat tipis (Brown 1999). Maksud dan konsekuensi dari *earnings management* juga sering dipandang negatif, karena prinsip (Grant et al 2000), atau karena praktek ini mengaburkan fakta yang seharusnya diketahui oleh publik (Loomis 1999). Praktek *earnings management* sering digunakan sebagai indikator moral dari para pelaku bisnis (Bruns dan Merchant 1990).

Berbagai studi telah meneliti tentang perbedaan persepsi tentang *praktek earnings management* berdasarkan peran individu. Kaplan (2001) meneliti tentang sejauh mana beda persepsi terhadap *praktek earnings management* dari *general manager*, *staff perusahaan*, *kontroler*, dan *internal auditor*. Fischer dan Rosenzweig (1995) membandingkan persepsi terhadap *earnings management* dari mahasiswa akuntansi dengan praktisi akuntan dan menyimpulkan bahwa pada umumnya mahasiswa lebih lunak dalam menilai praktek *earnings management* dibandingkan dengan para praktisi akuntan. Elias (2002) membandingkan mahasiswa, dosen, dan praktisi akuntan dalam persepsi mereka akan *earnings management* dan menyimpulkan bahwa praktisi akuntan pada umumnya lebih lunak, dan sebaliknya mahasiswa lebih keras dalam menilai praktek *earnings management*.

Filsafat Moral Individu

Beberapa riset telah dilakukan tentang persepsi etika serta faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi etika tersebut (Barnett 1994). Ideologi seseorang merupakan salah satu faktor yang diidentifikasi mempengaruhi persepsi dalam penilaian etika (Hunt dan Vitell 1986; Ferrell dan Gresham 1985; Reidenbach dan Robin 1988; Mayo dan Marks 1990). Salah satu klasifikasi filsafat moral adalah teleologi dan deontologi. Teleologi berpendapat bahwa perilaku bermoral atau tidak ditentukan berdasarkan konsekuensinya. Dilain pihak filsafat deontologi berpendapat bahwa apakah suatu perilaku bermoral tidak ditentukan oleh konsekuensi dari perilaku tersebut, akan tetapi apakah wajib dilakukan, apakah ada hak untuk itu, apakah perlu perhatian, apakah memenuhi keadilan. Kesulitan untuk menguji konsep ideologi tersebut secara langsung menyebabkan dicarinya konsep ideologi yang lain.

Konsep ideologi yang menyatakan relativisme dan idealisme dari individu telah dikembangkan dan dengan diajukannya instrumen *Ethics Posistion Questionnaire* (EPQ) memungkinkan untuk dilakukan pengujian empiris. Berbagai penelitian yang pernah dilakukan mendukung pengertian bahwa perbedaan ideologi membedakan penilaian moral individu (Forsyth 1980;

Forsyth 1981; Forsyth dan Pope 1984; Forsyth 1985). Konsep ideologi moral atau filsafat moral individu menunjukkan bahwa individu mengadopsi ideologi tentang etika yang sangat mempengaruhi bagaimana persepsi mereka tentang permasalahan etika, dan menunjukkan adanya perbedaan dalam filsafat moral seseorang (Barnett et al 1994). Ideologi atau filsafat moral tersebut diartikan sebagai apakah individu masuk kategori idealis dan relativis (Forsyth 1980).

Relativisme menjelaskan sejauh mana seseorang menolak prinsip-prinsip dan aturan moral yang universal (Forsyth 1980). Seseorang yang masuk kategori relativisme tinggi adalah individu yang berpendapat bahwa moralitas dari suatu tindakan tergantung pada keadaan atau kondisi yang ada, dan bukan pada aturan moral yang absolut.

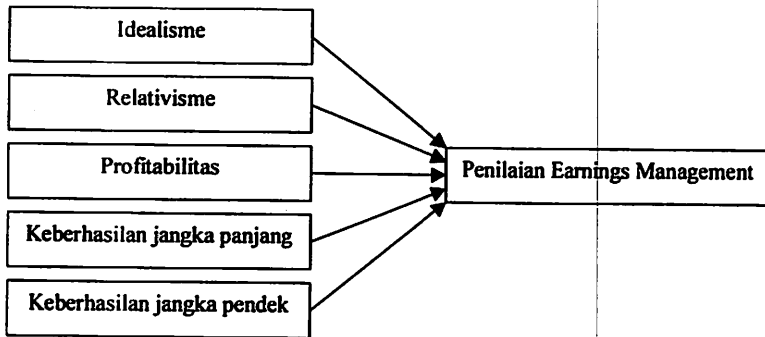
Idealisme menjelaskan sikap individu terhadap konsekuensi dari suatu tindakan, dan bagaimana konsekuensi tersebut mempengaruhi kesejahteraan orang lain. Individu yang masuk kategori idealis tinggi adalah yang percaya bahwa tindakan yang bermoral adalah yang harus dan akan mengakibatkan konsekuensi positif dan bahwa adalah salah untuk melakukan tindakan yang merugikan orang lain (Forsyth 1980).

Peranan Etika dan Tanggung Jawab Sosial

Bisnis adalah bagian yang kompleks dalam suatu sistem sosial yang saling tergantung satu dengan yang lain. Tanggung jawab sosial merupakan kontrak antara bisnis dengan masyarakat, oleh karena itu sangat penting bagi perusahaan untuk mengintegrasikan etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam kegiatan bisnisnya (Robin dan Reidenbach 1987).

Berbagai peneliti telah berusaha menghubungkan tanggung jawab sosial dengan efektivitas organisasi. Zahra dan LaTour (1987) menemukan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu konsep yang bersangkutan dengan efektivitas organisasi. Model dari Hunt dan Vitell (1986) menjabarkan bahwa penilaian moral individu tergantung pada seberapa pentingnya *stakeholder*. Secara khusus, maka *stakeholder* yang makin penting sekarang ini adalah masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dengan demikian dipandang merupakan tuntutan yang penting bagi keberhasilan. Persepsi manajemen perusahaan akan etika dan tanggung jawab sosial perusahaan tersebut merupakan faktor yang penting berperan dalam penilaian mereka akan baik buruknya suatu tindakan (Elias 2002).

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

1. Filsafat Moral Individu

Beberapa studi empiris mempelajari hubungan antara filsafat moral individu dengan penilaian etika mereka dalam kegiatan bisnis (Barnett et al 1993; Bass et al 1994, Elias 2002). Penelitian-penelitian tersebut menyimpulkan bahwa individu yang menunjukkan ideologi relativisme tinggi akan cenderung menilai masalah etika lebih lunak. Dilain pihak individu yang lebih idealis akan lebih keras dalam penilaian etika.

Hubungan antara filsafat moral individu dengan persepsi earnings management dirumuskan dalam hipotesa sebagai berikut:

H1: Individu dengan idealisme tinggi akan menilai *earnings management* lebih keras dari pada individu dengan idealisme rendah.

H2: Individu dengan relativisme tinggi akan menilai *earnings management* lebih lunak dari pada individu dengan relativisme rendah.

2. Peranan Etika dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Earnings management adalah masalah etika yang kompleks, dan karena itu penilaian masalah ini tergantung pada persepsi individu akan pentingnya etika dan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian Elias (2002) menunjukkan bahwa semakin penting bagi individu akan etika dan tanggung jawab sosial perusahaan bagi efektivitas perusahaan, akan makin berperan dalam penilaian mereka akan *earnings management*.

Peranan etika dan tanggung jawab sosial perusahaan tersebut dapat

dinyatakan dalam dimensi profitabilitas, keberhasilan jangka panjang, dan keberhasilan jangka pendek (Singhapakdi et al 1996).

Mengikuti studi Elias (2002), penelitian ini merumuskan hipotesa sebagai berikut:

- H3: Individu yang percaya bahwa tanggung jawab sosial perusahaan penting untuk meningkatkan profitabilitas akan menilai *earnings management* lebih keras dibandingkan dengan individu yang tidak percaya akan hal tersebut.
- H4: Individu yang percaya bahwa tanggung jawab sosial penting bagi keberhasilan jangka panjang perusahaan akan menilai *earnings management* lebih keras dibandingkan dengan individu yang tidak percaya hal tersebut.
- H5: Individu yang percaya bahwa tanggung jawab sosial penting bagi keberhasilan jangka pendek perusahaan akan menilai *earnings management* lebih lunak dibandingkan dengan individu yang tidak percaya hal tersebut.

METODOLOGI PENELITIAN

Instrumen Penelitian

Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner yang mencakup indikator-indikator untuk mengukur persepsi terhadap *earnings management*, filsafat moral individu, dan sikap terhadap peranan etika dan tanggung jawab sosial perusahaan. Indikator-indikator tersebut diadopsi dari berbagai ukuran yang disarankan oleh berbagai peneliti (Merchant 1989; Forsyth 1980; Singhapakdi 1996).

Variabel Penelitian

1. Variabel *earnings management*

Mengikuti Merchant (1989), maka *earnings management* diklasifikasikan dalam *operating manipulations* dan *accounting manipulations*. Manipulasi operasional berkaitan dengan usaha untuk merubah keputusan operasional yang mempengaruhi aliran dana dan pendapatan bersih untuk suatu periode. Manipulasi akuntansi berkenaan dengan penggunaan fleksibilitas dalam standard akuntansi untuk merubah besarnya pendapatan.

Instrumen yang dikembangkan oleh Merchant (1989) diadopsi untuk penelitian ini, yaitu 13 skenario *earnings management*, terdiri dari 6 manipulasi operasional dan 7 manipulasi akuntansi. Responden akan menilai setiap skenario ini dalam skala Likert 5-point, dari beretika sampai tidak beretika sama sekali.

Manipulasi operasional :

1. Masukkan pengeluaran yang sebelumnya direncanakan untuk tahun depan ke tahun sekarang, karena profit tahun sekarang sudah melebihi anggaran atau menunda pengeluaran yang tidak penting agar perusahaan memenuhi target profit tahun sekarang.
2. Menunda pengeluaran dari Februari dan Maret sampai April untuk memenuhi target perkuartal.
3. Menunda pengeluaran dari November dan Desember ke Januari tahun berikutnya untuk memenuhi target perkuartal.
4. Menawarkan kondisi penjualan yang menarik pada akhir tahun untuk menarik penjualan tahun depan ke tahun sekarang agar memenuhi target penjualan tahun sekarang.
5. Memproduksi dengan lembur untuk sedapat mungkin mengirim produk sebelum akhir tahun.
6. Menjual asset yang berlebih untuk memperoleh tambahan profit.

Manipulasi Akuntansi :

1. Tidak melakukan pencatatan pembelian yang diterima dalam bulan Desember sampai Februari tahun depan.
2. Bila profit melebihi target tahun ini, manajer memutuskan untuk membayar dimuka pengeluaran tahun depan dan mencatatnya sebagai pengeluaran tahun ini.
3. Bila profit melebihi target tahun ini, maka manajer memutuskan untuk menghapuskan inventori yang sebetulnya dapat dijual di masa mendatang dengan harga yang wajar.
4. Di tahun depan, inventori yang sudah dihapus tersebut ada yang membeli. Manajer mengabaikan penghapusan terdahulu agar dapat melaksanakan proyek pengembangan yang mungkin telah ditunda karena keterbatasan anggaran.
5. Sama seperti no (4), tetapi untuk alasan memenuhi target profit.
6. Untuk memenuhi target profit, manajer meminta konsultan yang saat ini

melakukan konsultasi pada perusahaan, untuk tidak mengirim tagihan sampai tahun depan. Jumlah tagihan sebetulnya tidak seberapa.

7. Sama seperti no (6), tetapi jumlah tagihan cukup signifikan.

2. Variabel Filsafat Moral Individu

Untuk mengukur filsafat moral individu digunakan instrumen yang dikembangkan oleh Forsyth (1980), yaitu Ethics Position Questionnaire untuk mengukur filsafat idealisme dan relativisme individu. Instrumen ini telah banyak digunakan dalam penelitian etika bisnis dan menunjukkan validitas dan realibilitasnya (Elias 2002). Responden diminta untuk menyatakan pendapat mereka dalam skala Likert 9-point, dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju.

Idealisme :

1. Orang harus meyakinkan diri bahwa tindakannya tidak pernah secara sengaja merugikan orang lain bahkan sedikitpun.
2. Resiko bagi orang lain harus tidak dapat diterima, seberapa kecilpun resiko tersebut.
3. Adanya potensi merugikan orang lain selalu merupakan hal yang salah, tanpa mempedulikan apakah ada keuntungan yang dapat diperoleh.
4. Orang seharusnya tidak menyakiti orang lain baik secara psikologis maupun fisik.
5. Orang seharusnya tidak melakukan suatu tindakan yang dapat mengancam kesejahteraan dan kehormatan orang lain.
6. Bila suatu tindakan dapat merugikan orang lain yang tidak bersalah, maka tindakan tersebut seharusnya tidak dilakukan.
7. Memutuskan apakah akan melakukan suatu tindakan atau tidak dengan menimbang konsekuensi positif dari tindakan tersebut terhadap konsekuensi negatifnya adalah sesuatu yang tidak bermoral.
8. Kehormatan dan kesejahteraan orang seharusnya merupakan perhatian yang paling penting dalam suatu masyarakat.
9. Selalu merupakan hal yang tidak perlu untuk mengorbankan kesejahteraan orang lain.
10. Tindakan yang bermoral adalah tindakan yang mendekati tindakan yang ideal sempurna.

Relativisme :

1. Tidak ada prinsip etika yang demikian pentingnya sehingga prinsip-prinsip tersebut harus selalu merupakan bagian dari tiap kode etik.
 2. Apa yang bermoral berbeda dari suatu situasi dan masyarakat dengan yang lainnya.
 3. Standard moral seharusnya dilihat sebagai suatu yang pribadi, apa yang seorang berpendapat bermoral mungkin dinilai orang lain sebagai tidak bermoral.
 4. Berbagai tipe moralitas tidak dapat diringkas sebagai "kebenaran".
 5. Pertanyaan tentang apa yang bermoral bagi tiap orang tidak akan pernah dapat terjawab, karena apa yang bermoral dan yang tidak bermoral tergantung pada tiap individu.
 6. Standard moral adalah aturan-aturan pribadi yang mengindikasikan bagaimana seorang seharusnya bertingkah laku, dan tidak untuk diterapkan dalam menilai orang lain.
 7. Pertimbangan etika dalam hubungan antar manusia demikian kompleksnya, sehingga individu seharusnya diperbolehkan untuk memformulasikan kode-kode etik mereka sendiri.
 8. Kodifikasi suatu posisi etika yang menghalangi berbagai tipe tindakan tertentu secara kaku dapat menghalangi hubungan antar manusia dan penyesuaian.
 9. Tidak ada aturan tentang "berbohong" yang dapat diformulasikan, karena apakah suatu kebohongan dapat diijinkan atau tidak seluruhnya tergantung pada situasi yang dihadapi.
 10. Apakah suatu kebohongan dinilai sebagai bermoral atau tidak bermoral tergantung pada keadaan yang terjadi dari suatu tindakan.
3. Variabel Peranan Etika dan Tanggung Jawab Sosial
- Untuk menentukan peran dari etika dan tanggung jawab sosial pada keuntungan perusahaan digunakan instrumen *Perceived Role of Ethics and Social Responsibility* yang dikembangkan oleh Singhapakdi et al (1996). Instrumen ini menanyakan persepsi individu akan pentingnya etika dan tanggung jawab sosial dalam tiga dimensi, yaitu : (1) tanggung jawab sosial dan profitabilitas, (2) keuntungan jangka panjang, dan (3) keuntungan jangka pendek. Responden akan menyatakan persetujuan atau ketidaksetujuan dengan skala Likert 9-point. Instrumen ini telah diuji dengan memuaskan

akan reliabilitas dan validitasnya (Elias 2002).

Dimensi 1: Tanggung Jawab Sosial dan Profitabilitas

1. Tanggung jawab sosial dan profitabilitas dapat saling menunjang.
2. Untuk tetap kompetitif dalam suatu lingkungan global, perusahaan perlu mengesampingkan etika dan tanggung jawab sosial.
3. Etika yang baik berarti bisnis yang baik.
4. Bila kelangsungan perusahaan yang dipertaruhkan, maka harus dilupakan etika dan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dimensi 2: Keuntungan Jangka Panjang

1. Bermoral dan bertanggung jawab sosial adalah hal yang paling terpenting yang dapat dilakukan suatu perusahaan.
2. Prioritas pertama dari suatu perusahaan seharusnya adalah moral karyawannya.
3. Efektivitas keseluruhan dari suatu bisnis dapat ditentukan dengan benar berdasarkan derajat sejauh mana bisnis tersebut bermoral dan bertanggung jawab sosial.
4. Etika dan tanggung jawab sosial perusahaan dari suatu perusahaan penting bagi profitabilitas jangka panjangnya.
5. Bisnis memiliki tanggung jawab sosial selain membuat profit.
6. Etika bisnis dan tanggung jawab sosial sangat menentukan kelangsungan hidup suatu organisasi usaha.

Dimensi 3: Keuntungan Jangka Pendek

1. Bila pemegang saham senang, maka semua hal lain tidak berarti.
2. Hal yang paling penting bagi suatu perusahaan adalah menghasilkan profit, bahkan bila ini berarti melanggar peraturan.
3. Efisiensi jauh lebih penting bagi suatu perusahaan dari pada apakah perusahaan dipandang sebagai perusahaan yang bermoral dan bertanggung jawab sosial atau tidak.

Metode Pengumpulan Data

Sampel

Populasi untuk penelitian ini adalah mahasiswa jurusan akuntansi, dosen akuntansi, dan praktisi akuntan publik. Sampel mahasiswa jurusan akuntan diperoleh dari mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Trisakti

jurusan akuntansi yang telah mengambil mata kuliah Etika Profesi. Sampel dosen akuntansi diperoleh dari dosen yang mengajar mata kuliah akuntansi di fakultas ekonomi di berbagai universitas di Jakarta. Sampel praktisi akuntan publik diperoleh dari data anggota LAI Jakarta yang bekerja di kantor akuntan publik. Responden masing-masing kelompok dipilih secara *convenience sampling*, berdasarkan kemudahan untuk memperoleh masing-masing 100 orang. Jumlah responden tersebut diperkirakan berdasarkan jumlah responden yang berhasil di analisa dalam penelitian-penelitian terdahulu (Elias 2002).

Cara Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan oleh asisten yang mendatangi mahasiswa jurusan akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Trisakti, setelah selesai mengikuti perkuliahan, melalui distribusi langsung dan dikumpulkan setelah ditunggu. Kuesioner bagi dosen akuntansi juga dibagikan secara langsung oleh asisten pengumpul data dengan ditunggu. Cara yang sama dilakukan untuk kelompok praktisi akuntan publik di masing-masing kantor tempat mereka bekerja.

Metode Analisa Data

Hipotesa diuji dengan analisa regresi yang dilakukan untuk masing-masing kelompok responden, yaitu untuk kelompok responden mahasiswa, dosen, dan praktisi akuntan. Demikian juga pengujian dilakukan untuk tiap tipe praktek *earnings management*. Nilai *means* untuk manipulasi operasional, akuntansi, dan total merupakan variabel dependen, sedangkan komponen idealisme, relativisme, profitabilitas, keuntungan jangka panjang, dan keuntungan jangka pendek sebagai variabel independen.

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pengujian Hipotesa

Hasil pengujian hipotesa yang menghubungkan pengaruh filsafat moral individu dengan perilaku moral untuk berbagai responden dan berbagai tipe manipulasi, dinyatakan dalam Tabel 5.

Tabel 5
Pengaruh Filsafat Moral Individu terhadap Penilaian Moral

	Operasionil	Manipulasi Akuntansi	Total
Mahasiswa			
Parameter regresi	F=158.7, p=0.000	F=142.7, p=0.000	F=824.7, p=0.000
Idealisme	B=-0.652, p=0.000	B=-0.862, p=0.000	B=-0.855, p=0.000
Relativisme	B=-0.280, p=0.000	B= 0.003, p=0.967	B= 0.154, p=0.000
Dosen			
Parameter regresi	F= 23.4, p=0.000	F= 109.6, p=0.000	F= 240.1, p=0.000
Idealisme	B=-0.354, p=0.014	B=-0.650, p=0.000	B=-0.667, p=0.000
Relativisme	B= 0.245, p=0.086	B= 0.214, p=0.027	B= 0.284, p=0.000
Praktisi			
Parameter regresi	F=22.7, p=0.000	F= 43.7, p=0.000	F= 63.6, p= 0.000
Idealisme	B=-0.537, p=0.000	B=-0.650, p=0.000	B=-0.713, p=0.000
Relativisme	B= 0.104, p= 0.227	B= 0.137, p=0.071	B= 0.145, p= 0.035

Hasil pengujian untuk hipotesa-hipotesa yang menghubungkan pengaruh persepsi terhadap tanggung jawab sosial dengan perilaku moral untuk berbagai tipe manipulasi dan berbagai responden dinyatakan dalam tabel 6.

Tabel 6
Pengaruh Persepsi akan Peranan Tanggung Jawab Sosial terhadap Perilaku Moral

	Operasionil	Manipulasi Akuntansi	Total
Mahasiswa			
Parameter Regresi	F= 4.4, p= 0.006	F= 3.6, p= 0.016	F= 5.1, p= 0.003
Profitabilitas	B= -0.205, p= 0.083	B=-0.094, p= 0.429	B=-0.166, p= 0.156
Jangka Panjang	B= -0.189, p= 0.110	B=-0.254, p= 0.034	B=-0.250, p= 0.033
Jangka Pendek	B= -0.042, p= 0.662	B= 0.018, p= 0.836	B=-0.013, p= 0.895
Dosen			
Parameter Regresi	F= 19.7, p=0.000	F= 59.1, p= 0.000	F= 164.1, p=0.000
]Profitabilitas	B= -0.124, p= 0.242	B= -0.268, p=0.001	B= -0.264, p=0.000
Jangka Panjang	B= -0.517, p= 0.000	B= -0.608, p=0.000	B= -0.718, p= 0.000
Jangka Pendek	B= -0.041, p= 0.628	B= 0.003, p= 0.960	B= -0.018, p= 0.673
Praktisi			
Parameter Regresi	F= 27.2, p=0.000	F= 78.1, p=0.000	F= 158.8, p= 0.000
Profitabilitas	B= -0.291, p= 0.008	B= -0.426, p= 0.000	B= -0.436, p= 0.000
Jangka Panjang	B= -0.446, p= 0.000	B= -0.437, p= 0.000	B= -0.523, p= 0.000
Jangka Pendek	B= -0.010, p= 0.901	B= 0.104, p= 0.087	B= 0.064, p= 0.163

Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesa

Pengujian hipotesa untuk berbagai tipe manipulasi dan berbagai responden diringkaskan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 7
Hasil Pengujian Hipotesa

Hipotesa	Operasionil	Manipulasi Akuntansi	Total
H01: Mahasiswa	Ditolak	Ditolak	Ditolak
Dosen	Ditolak	Ditolak	Ditolak
Praktisi	Ditolak	Ditolak	Ditolak
H02: Mahasiswa	Ditolak	Gagal ditolak	Ditolak
Dosen	Gagal ditolak	Ditolak	Ditolak
Praktisi	Gagal ditolak	Gagal ditolak	Ditolak
H03: Mahasiswa	Gagal ditolak	Gagal ditolak	Gagal ditolak
Dosen	Gagal ditolak	Ditolak	Ditolak
Praktisi	Ditolak	Ditolak	Ditolak
H04: Mahasiswa	Gagal ditolak	Ditolak	Ditolak
Dosen	Ditolak	Ditolak	Ditolak
Praktisi	Ditolak	Ditolak	Ditolak
H05: Mahasiswa	Gagal ditolak	Gagal ditolak	Gagal ditolak
Dosen	Gagal ditolak	Gagal ditolak	Gagal ditolak
Praktisi	Gagal ditolak	Gagal ditolak	Gagal ditolak

Pembahasan

Analisa terhadap tiap kelompok responden menunjukkan bahwa idealisme individu berperan positif pada persepsinya tentang perilaku moral dalam *earnings management*. Mereka yang lebih idealis akan lebih keras menilai praktek *earnings management*. Hal ini berlaku untuk tiap kelompok responden (mahasiswa, dosen, dan praktisi akuntan) dan untuk tiap tipe manipulasi dalam

praktek *earnings management*. Hasil ini sesuai pula dengan penelitian Elias (2002).

Pengujian terhadap peranan dari ideologi relativisme terhadap persepsi individu akan praktek *earnings management* untuk tiap kelompok responden dan untuk tiap tipe manipulasi dalam *earnings management* memberikan hasil yang berbeda-beda. Analisa menunjukkan bahwa relativisme individu berperan negatif pada persepsinya tentang perilaku moral dalam *earnings management* untuk tipe manipulasi total. Hal ini sesuai pula dengan penelitian Elias (2002). Untuk tipe manipulasi operasional dan manipulasi akuntansi, pada umumnya tidak dapat ditunjukkan adanya peran dari ideologi individu terhadap persepsinya akan praktek *earnings management*. Hal ini menunjukkan bahwa data dari sampel yang digunakan dalam tipe manipulasi yang lebih terperinci adalah sensitif terhadap analisa statistik yang digunakan, sehingga penggunaan manipulasi total sebagai indikator dari praktek *earnings management* dalam analisa ini lebih dapat digunakan. Kekecualian adalah pada kelompok responden mahasiswa untuk tipe manipulasi operasional, dan untuk kelompok responden dosen dalam tipe manipulasi akuntansi. Untuk responden mahasiswa maka ditunjukkan adanya peran dari ideologi relativisme terhadap praktek *earnings management* dengan manipulasi operasional. Hal ini dapat dijelaskan dengan pengertian bahwa untuk mahasiswa yang dari jurusan akuntansi maka keputusan manipulasi operasional lebih dapat dinilai berdasarkan ideologi relativisme daripada keputusan manipulasi akuntansi dimana peran standard akuntansi dirasa lebih besar. Untuk responden dosen maka ditunjukkan adanya peran dari ideologi relativisme terhadap praktek *earnings management* dengan manipulasi akuntansi. Hal ini dapat dijelaskan dengan pengertian bahwa dosen akuntansi lebih menggunakan pemikirannya yang didasarkan antara lain pada ideologi relativisme untuk menilai keputusan manipulasi akuntansi yang lebih dipahaminya daripada keputusan manipulasi operasional.

Pengaruh pada persepsi akan peran tanggung jawab sosial terhadap persepsi pada praktek *earnings management* memberikan hasil yang beragam, demikian juga untuk tiap persepsi akan peran tanggung jawab sosial pada profitabilitas, keberhasilan jangka panjang perusahaan, dan keberhasilan jangka pendek memberikan hasil yang beragam. Hasil ini berbeda dengan penelitian Elias (2002), yang pada umumnya menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dari persepsi akan tanggung jawab sosial pada profitabilitas, dan keberhasilan jangka panjang perusahaan terhadap persepsi akan praktek *earnings manage-*

ment untuk tiap tipe manipulasi. Elias (2002) juga menunjukkan bahwa untuk dosen dan mahasiswa tidak terdapat pengaruh dari persepsi akan tanggung jawab sosial pada keberhasilan jangka pendek, terhadap penilaian moral akan praktek *earnings management* untuk tiap tipe manipulasi, akan tetapi ada pengaruh positif untuk para praktisi.

Bagi mahasiswa, maka persepsi akan tanggung jawab sosial pada profitabilitas perusahaan tidak berperan pada penilaian moralnya akan praktek *earnings management*, baik dengan manipulasi operasional, akuntansi, maupun total. Hasil ini bertentangan dengan kesimpulan penelitian Eliot (2002). Sesuai dengan penelitian Satyanugraha dan Baharuddin (2003), maka mahasiswa kurang menggunakan pertimbangan moral dalam penilaian praktek *earnings management*, dengan demikian maka dapat dipahami bila tidak diperoleh hubungan antara persepsi mahasiswa akan dampak tanggung jawab sosial pada profitabilitas perusahaan, dengan pertimbangan moralnya akan praktek *earnings management*.

Untuk dosen dan praktisi akuntan, maka kecuali dalam praktek *earnings management* melalui manipulasi operasional untuk responden dosen, pada umumnya terdapat pengaruh positif antara persepsi dosen dan praktisi akan dampak tanggung jawab sosial pada profitabilitas perusahaan terhadap penilaian moral akan praktek *earnings management* dengan manipulasi operasional, akuntansi, maupun total. Hasil ini sesuai dengan penelitian oleh Elias (2002). Diperkirakan bahwa dosen dengan latar belakang akuntansi tidak dapat mengaitkan secara langsung hubungan antara dampak tanggung jawab sosial pada profitabilitas perusahaan dengan manipulasi operasional.

Bagi keseluruhan responden, maka terdapat pengaruh dampak dari tanggung jawab sosial pada keberhasilan jangka panjang perusahaan terhadap penilaian moral *earnings management*. Hasil ini sesuai dengan penelitian Elias (2002). Kecualian adalah untuk responden mahasiswa yang tidak terdapat pengaruh tanggung jawab sosial pada keberhasilan jangka panjang perusahaan terhadap penilaian moral individu akan *earnings management*. Hasil ini dapat dijelaskan atas dasar kurangnya pemahaman mahasiswa akuntansi terhadap tindakan-tindakan melalui manipulasi operasional, sehingga penilaian moral akan *earnings management* dengan manipulasi operasional sulit untuk dihubungkan dengan persepsinya akan dampak dari tanggung jawab sosial akan keberhasilan jangka panjang perusahaan.

Untuk keseluruhan responden, maka tidak terdapat pengaruh dari

Untuk keseluruhan responden, maka tidak terdapat pengaruh dari persepsi responden akan dampak tanggung jawab sosial akan keberhasilan jangka pendek perusahaan terhadap praktek *earnings management* dengan semua tipe manipulasi, yaitu manipulasi operasional, manipulasi akuntansi, dan total manipulasi. Hasil ini bertentangan dengan penelitian Elias (2002). Diperkirakan keseluruhan responden sangat berbeda dalam hal pemahaman akan dampak dari tanggung jawab sosial dengan keberhasilan jangka pendek perusahaan, oleh karena itu dapat dipahami bila tidak terdapat pengaruh dari hal tersebut terhadap penilaian moral mereka.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa bagi seluruh kelompok responden terdapat peranan positif dari filsafat moral individu dalam dimensi ideologi idealisme terhadap persepsi tentang perilaku moral praktek *earnings management* dalam seluruh tipenya, manipulasi operasional, manipulasi akuntansi, dan manipulasi total. Dilain pihak, untuk filsafat moral individu dimensi relativisme, maka pengujian empiris menunjukkan hasil yang beragam. Seluruh kelompok responden menunjukkan peran yang positif dari ideologi relativisme terhadap persepsi akan manipulasi total dari praktek *earnings management*. Untuk tipe manipulasi akuntansi, maka hanya untuk kelompok responden dosen akuntansi terdapat peran yang positif dari ideologi relativisme terhadap praktek *earnings management* tersebut. Demikian pula untuk tipe manipulasi operasional, maka hanya untuk kelompok responden mahasiswa terdapat peran yang positif dari ideologi relativisme terhadap praktek *earnings management*..

Dalam pengujian terhadap peran dari persepsi responden terhadap dampak dari tanggung jawab sosial terhadap keberhasilan perusahaan memberikan hasil yang lebih beragam. Untuk dimensi dampak dari tanggung jawab sosial pada profitabilitas perusahaan, maka kelompok responden praktisi akuntan menunjukkan adanya peran yang positif dari persepsi akan dampak tanggung jawab sosial pada profitabilitas perusahaan, dalam seluruh tipe praktek *earnings management*; manipulasi operasional, manipulasi akuntansi, dan manipulasi total. Untuk kelompok responden mahasiswa maka tidak dapat

pada profitabilitas perusahaan terhadap persepsi akan *earnings management* dalam seluruh tipe praktek *earnings management*; manipulasi operasional, manipulasi akuntansi, dan manipulasi total. Sedangkan untuk kelompok responden dosen, maka peran yang positif dari persepsi akan dampak dari tanggung jawab sosial pada persepsi akan praktek *earnings management* terdapat bagi tipe manipulasi akuntansi dan manipulasi total, tetapi tidak untuk tipe manipulasi operasional.

Pada umumnya bagi seluruh kelompok responden, terdapat peran yang positif dari persepsi dampak dari tanggung jawab sosial pada keberhasilan jangka panjang perusahaan terhadap persepsi akan praktek *earnings management*, dalam seluruh tipe manipulasi; manipulasi operasional, manipulasi akuntansi, dan manipulasi total. Kecualian adalah dalam tipe manipulasi operasional, maka dalam kelompok responden mahasiswa, tidak terdapat peran dari persepsi akan dampak tanggung jawab sosial pada keberhasilan jangka panjang terhadap praktek *earnings management*.

Selain itu, maka bagi seluruh kelompok responden tidak terdapat pengaruh dari persepsi akan tanggung jawab sosial pada keberhasilan jangka pendek perusahaan terhadap persepsi individu akan praktek *earnings management* untuk seluruh tipe manipulasi; manipulasi operasional, manipulasi akuntansi, dan manipulasi total.

Secara keseluruhan, dengan demikian maka dapat ditunjukkan bahwa terdapat peranan positif dari ideologi idealisme terhadap persepsi akan praktek *earnings management*. Demikian juga terdapat peran yang positif dari persepsi akan dampak tanggung jawab sosial terhadap persepsi akan praktek *earnings management*, kecuali untuk responden mahasiswa dalam tipe manipulasi operasional. Dilain pihak, diperoleh hasil yang beragam untuk peran ideologi relativisme, dan persepsi akan dampak tanggung jawab sosial pada profitabilitas perusahaan, terhadap persepsi akan praktek *earnings management*. Dapat disimpulkan pula bahwa tidak terdapat pengaruh dari persepsi akan dampak tanggung jawab sosial pada keberhasilan jangka pendek terhadap persepsi akan praktek *earnings management*.

Implikasi Manajerial

Penelitian ini menunjukkan adanya peran dari filsafat moral individu dalam ideologi idealisme, dan tanggung jawab sosial perusahaan pada dampaknya pada keberhasilan jangka panjang, terhadap perilaku *earnings management*. Individu yang memiliki idealisme tinggi akan menilai praktek *earnings*

agement. Individu yang memiliki idealisme tinggi akan menilai praktek *earnings management* lebih keras. Penemuan ini memberikan implikasi bahwa perlu diperhatikan filsafat moral individu khususnya dalam dimensi idealismenya dalam rekrutmen dari praktisi akuntan, bila ingin mengurangi terjadinya praktek *earnings management*. Hasil yang beragam dalam pengaruh dari ideologi relativisme memberikan implikasi pentingnya pemahaman dari manipulasi operasional bagi dosen dan praktisi akuntan, serta pemahaman tentang relativisme dan hubungannya dengan standard akuntansi dalam pelajaran bagi mahasiswa akuntansi, dan dalam pengembangan praktisi akuntan.

Pada umumnya maka terdapat peran yang positif dari persepsi akan dampak tanggung jawab sosial pada keberhasilan jangka panjang perusahaan terhadap perilaku moral dalam *earnings management*. Hasil ini memberikan implikasi pentingnya tanggung jawab sosial khususnya pada keberhasilan jangka panjang perusahaan dalam pandangan berbagai profesi akuntan tersebut sehingga diharapkan sangat berperan dalam praktek *earnings management* mereka. Usaha untuk mengurangi praktek *earnings management* dapat berarti mengenalkan misi perusahaan jangka panjang. Hasil yang beragam pada persepsi dampak tanggung jawab sosial pada profitabilitas perusahaan khususnya bagi responden mahasiswa mengimplikasikan kurangnya pengertian akan terminologi profitabilitas perusahaan, yang diharapkan dapat diperbaiki dalam materi pelajaran yang diikuti mahasiswa akuntansi.

Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini dilakukan dalam berbagai keterbatasan, antara lain dalam pilihan responden yang dilakukan dengan *convenience sampling*, sehingga tidak dapat dikatakan merupakan representasi dari mahasiswa akuntansi, dosen akuntansi, dan praktisi akuntan di Indonesia. Selain itu, instrumen yang digunakan diadopsi dari Merchant (1989) yang berdasarkan pada skenario yang mungkin tidak dapat lagi merefleksikan berbagai metode *earnings management* yang lebih kreatif sekarang ini.

Disarankan bagi penelitian lebih lanjut dalam topik ini menggunakan metode sampling yang lebih representatif sehingga dapat memperoleh sampel yang lebih mendekati populasi yang diteliti. Demikian juga instrumen yang digunakan mungkin dapat diusahakan untuk mengidentifikasi praktek-praktek *earnings management* sekarang ini, dan mengadopsinya dalam instrumen pengukuran yang digunakan.

individu dan persepsi dampak dari tanggung jawab sosial pada kinerja perusahaan. Penelitian lebih lanjut disarankan tidak saja melihat peranan dari tiap dimensi ideologi secara terpisah, akan tetapi juga interaksi dari dimensi idealisme dan relativisme. Selain itu, maka faktor-faktor lain yang mempengaruhi praktek earnings management disarankan untuk diidentifikasi dan diuji secara empiris. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah peran dari manajemen puncak, kultur organisasi, dan kemungkinan ditemukan dan hukuman yang diperoleh dari melakukan praktek *earnings management* tersebut.

Studi longitudinal untuk persepsi tiap kelompok responden terhadap praktek *earnings management* juga disarankan. Penelitian seperti ini diperkirakan akan dapat menunjukkan peran dari pelatihan atau pendidikan etika terhadap perilaku earnings management berbagai kelompok profesi akuntan.

DAFTAR PUSTAKA

- Borkowski, S. C. and Y. J. Ugras, 1998, Business Students and Ethics: A Meta-Analysis. *Journal of Business Ethics*, 17(11):1117-1127.
- Brown, P. R., 1999, Earnings Management: A Subtle (and Troublesome) Twist to Earnings Quality. *Journal of Financial Statement Analysis*, 4:61-63.
- Barnett, T.; K. Bass; and G. Brown, 1994, Ethical Ideology and Ethical Judgment Regarding Ethical Issues in Business. *Journal of Business Ethics*, 13 (6): 469-483.
- Bass, K; T. Barnett, and G. Brown, 1999, Individual Difference Variables, Ethical Judgements, and Ethical Behavioral Intentions. *Business Ethics Quarterly*, 9:183-205.
- Elias, R. Z., 2002, Determinants of Earnings Management Ethics among Accountants. *Journal of Business Ethics*, 40 (1) : 33-45.
- Ferrel, O.C. dan L.G. Gresham, 1985, A Contingency Framework for Understanding Ethical Decision Making in Marketing. *Journal of Marketing*, 49(Summer):87-96.
- Fischer, M., and K. Rosenzweig, 1995, Attitudes of Students and Accounting Practitioners Concerning the Ethical Acceptability of Earnings Man-

Practitioners Concerning the Ethical Acceptability of Earnings Management. *Journal of Business Ethics*, 14 (6): 433-444.

Ford, R. C, 1994, Ethical Decision Making: A Review of the Empirical Literature. *Journal of Business Ethics*. 13(3): 205-230.

Forsyth, D. R., 1992, Judging the Morality of Business Practices: The Influence of Personal Moral Philosophies. *Journal of Business Ethics*, 11(5,6):461-470.

Forsyth, D. R., 1985, Individual Differences in Information Integration During Moral Judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(1):264-272.

Forsyth, D.R., 1981, Moral Judgment: The Influence of Ethical Ideology. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2:218-223.

Forsyth, D. R., 1980, A Taxonomy of Ethical Ideologies. *Journal of Personality and Social Psychology*. 39: 175-184.

Forsyth, D.R. dan W.R. Pope, 1984, Ethical Ideology and Judgments of Social Psychological Research: Multidimensional Analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 6(6):1365-1375.

Grant, C.; T. Depree; M. Chauncey, dan G.H. Grant, 1990, Earnings Management and the Abuse of Materiality. *Journal of Accountancy*, 190:41-44.

Healy, M. P. and J. M. Wahlen, 1999, A Review of the Earnings Management Literature and Its Implications for Standard Setting. *Accounting Horizons*, 13 (4) : 365-383.

Hunt, S.D. dan S. Vitell, 1986, A General Theory of Marketing Ethics. *Journal of Macromarketing*, 6(Spring):5-16.

Kaplan, S. E., 2001, Ethically Related Judgments by Observers of Earnings Management. *Journal of Business Ethics*, 32(4):2650-298.

Levitt, A. Jr., 1998, The Numbers Game. *The CPA Journal*, 68:14-19.

Loomis, C. J., 1999, Lies, Damned Lies, and Managed Earnings. *Fortune*, 140:74-92.

Mayo, M.A. dan L.J. Marks, 1990, An Empirical Investigation of a General Theory of Marketing Ethics. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 18(2):163-171.

- Merchant, K. A., 1989, *Rewarding Results: Motivating Profit Center Managers*. Boston: Harvard Business School Press.
- Merchant, K.A. dan J. Rockness, 1994, The Ethics of Managing Earnings: An Empirical Investigation. *Journal of Accounting and Public Policy*, 13:79-95.
- Parfet, W. U., 2000, Accounting Subjectivity and Earnings Management: A Preparer Perspective. *Accounting Horizons*, 14(4):481-488.
- Reidenbach, R.E. dan D.P. Robin, 1988, Some Initial Steps Toward Improving the Measurement of Ethical Evaluations of Marketing Activities. *Journal of Business Ethics*, 7(11):871-879.
- Robin, D.P. dan R.E. Reidenbach, 1987, Social Responsibility, Ethics, and Marketing Strategy: Closing the Gap between Concept and Application. *Journal of Marketing*, 51:44-58.
- Roman, R. M.; S. Hayibor; and B. R. Agle, 1999, The Relationship Between Social and Financial Performance. *Business & Society*, 38 (1):109-125.
- Singhapakdi, A., S.J. Vitell; and O. Leelakulthanit, 1994, A Cross-Cultural Study of Moral Philosophies, Ethical Perception. *International Marketing Review*, 11 (6): 65-80.
- Singhapakdi, A.; S.J. Vitell, K.C. Rallapalli; and K. L. Kraft, 1996, The Perceived Role of Ethics and Social Responsibility: A Scale Development. *Journal of Business Ethics*. 15 (11): 1131-1140.
- Zahra, S.A. dan M.S. LaTour, 1987, Corporate Social Responsibility and Organizational Effectiveness: A Multivariate Approach. *Journal of Business Ethics*, 6:459-467.