

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Akuntansi dipandang dari kegiatannya secara umum dapat diartikan sebagai rangkaian suatu kegiatan pencatatan, penggolongan, pengikhtisaran dan pelaporan transaksi keuangan yang dilakukan oleh unit usaha agar pihak-pihak yang berkepentingan untuk perkembangan usaha dapat membuat keputusan ekonomi sesuai dengan kepentingannya (Hendi Somantri, 2011:11) sehingga akuntansi menjadi petunjuk informasi laporan keuangan yang memiliki peranan yang sangat penting (Pamungkas, 2014:50). Namun perkembangan global dan teknologi menyebabkan akuntansi juga mengalami perubahan. Perubahan yang terjadi pada akuntansi terdapat pada standar penyusunan laporan keuangannya. Peraturan mengenai penyusunan laporan keuangan diatur dalam Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan No: KEP-554/BL/2010 bahwa pernyataan SAK (Standar Akuntansi Keuangan) yang diterbitkan oleh Dewan Standar Akuntansi Keuangan–Ikatan Akuntan Indonesia. Standar akuntansi mengacu kepada IFRS dengan standar peraturan tersebut seharusnya penyusunan dan pelaporan keuangan yang akan disampaikan dapat lebih berkualitas dan mampu dipertanggung jawabkan, serta harus berdasarkan aturan-aturan yang berlaku sehingga isi dalam laporan keuangan dapat dengan mudah dipahami dan akurat. Laporan keuangan yang telah diatur oleh PSAK tidak menjanjikan sebuah laporan akan memiliki standar yang ditetapkan. Hal tersebut dikarenakan perubahan standar akuntansi dari GAAP menjadi IFRS, yang menyebabkan aturan yang berlaku lebih

fleksibel karena menggunakan *Principles-based*. Terdapat argument bahwa IFRS dapat meningkatkan kualitas informasi akuntansi karena penggunaan *fair value* lebih dapat merefleksikan kondisi ekonomik perusahaan, selain itu penerapan IFRS juga dapat membatasi tindakan opportunistik manajemen (Barth dkk, 2008:489). Namun, adanya kebijakan manajerial yang berkaitan dengan alternatif akuntansi menyebabkan informasi keuangan yang tersedia tidak menggambarkan kondisi ekonomi dan kinerja perusahaan yang sebenarnya (Bath dkk, 2008:491). Fleksibilitas dalam *principles-based standards* dapat memberikan kesempatan yang lebih besar kepada perusahaan untuk melakukan tindakan manajemen laba (Cahyonowati dan Ratmono, 2012:638), tindakan manajemen laba tersebut biasanya dikenal dengan *Creative Accounting*.

Definisi *Creative Accounting* menurut Amat dan Gowthorpe (2004) menjelaskan *Creative Accounting* sebagai perubahan mengenai informasi tentang keuangan yang meliputi metode, estimasi, dan praktik akuntansi yang diatur dalam standar akuntansi. Kaminski (2014:278) mengungkapkan bahwa selama praktik *Creative Accounting* tidak melanggar ketentuan yang berlaku, maka praktik tersebut tidak termasuk dalam tindak pidana. Hal serupa diungkapkan juga sebelumnya oleh Balaciu dan pop (2008:935) dan Yadav (2013:183) bahwa *Creative Accounting* bukan merupakan tindakan penipuan, karena praktik ini memanfaatkan celah yang ada dalam standar dan peraturan akuntansi yang berlaku. Berbeda dengan Sulistiawan (2006:117) yang menyatakan *Creative Accounting* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memanfaatkan cara-cara dan kebijakan dalam hal pengaturan keuangan untuk mendapatkan

keuntungan. Sejalan dengan pendapat tersebut Odia dan Ogiedu (2013:57) yang mengatakan cara yang dipakai dalam *Creative Accounting* adalah dengan memanipulasi informasi mengenai laporan keuangan perusahaan melalui keuntungan perusahaan dan struktur modal.

Creative Accounting menjadi pusat perhatian dengan adanya skandal yang menyebabkan runtuhnya perusahaan-perusahaan terkemuka yang melakukan *fraud* (kecurangan), manipulasi laporan keuangan, kosmetika akuntansi, *earning management*, dan penolakan laporan keuangan (Arrozi, 2011). Runtuhnya beberapa raksasa bisnis dunia seperti Enron dan Worldcom di AS, serta tragedy jatuhnya HIH dan One-tel di Australia (Rahmawati, 2013:26) menyebabkan publik mengetahui tentang praktik *Creative Accounting* tersebut.

Skandal Enron terungkap pada tahun 2001, perusahaan energi tersebut mampu berkembang secara pesat dengan kurung waktu 15 tahun. Enron yang menjadi perusahaan sukses dan terbesar ke-7 di AS, mampu mempekerjakan 21 ribu karyawan dilebih dari 40 negara. Lay bersama dua rekannya berhasil membesarkan Enron hingga bernilai US\$ 68 miliar atau Rp 768,5 triliun (kurs: Rp 11.301/US\$), sehingga harga saham tersebut naik hingga US\$ 90 per lembar dikarena para investor terus membenamkan modalnya, namun pada dasarnya enron mampu menjadi perusahaan terbesar ke-7 disebabkan oleh lay mampu memanipulasi data laporan keuangannya. Pada waktu itu, saham Enron anjlok hingga US\$ 75,09 dikarena para investor mulai menarik kembali uangnya. Saham Enron anjlok parah hingga kelevel US\$ 26 cents. mengakibatkan Lay tercatat kehilangan dana hingga US\$ 76 miliar dari para investor saat semua penipuannya

terkuak. Indonesia sendiri terdapat beberapa kasus yang terjadi seperti PT. Kimia Farma, Tbk, Bank Duta, Bank lippo, PT. Perusahaan Gas Negara, kasus PT. Citra Marga Nusapala Persada, Merck, serta PT. Telkom (Arrozi, 2011).

Adanya akuntan yang terlibat pada *Creative Accounting* ini membuat istilah *Creative Accounting* menjadi salah penggunaannya, sehingga hal ini menyebabkan banyak orang beranggapan bahwa *Creative Accounting* terjadi karena diperbolehkannya penyusunan laporan keuangan dengan memilih metode-metode akuntansi yang telah diterapkan dalam standar, sehingga memberikan celah kepada pihak-pihak yang berkepentingan untuk mengubah laporan sesuai dengan keinginannya (Sula dan Prasetyo, 2012:198).

Tujuan perusahaan melakukan praktik *Creative Accounting* yang menyebabkan kasus-kasus kecurangan ini terjadi adalah karena mempertahankan citra perusahaan dengan nilai laba yang tinggi dan agar investor tetap menaruh ketertarikan pada perusahaannya (Sofyani dan Yulinda, 2013:429). Tujuan lain dilakukannya Praktik *Creative Accounting* untuk mengambil keuntungan yang berupa uang, harta, tidak ingin membayar kewajiban, atau mendapatkan pinjaman (Tuanakotta, 2013:56). Terdapat faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan praktik *Creative Accounting* yang terkenal dengan istilah *fraud triangle* yaitu dorongan (*pressure*), peluang (*opportunity*), dan rasionalisasi (*rationalization*). Dorongan merupakan faktor yang menjadi motif dari tindakan praktik tersebut (Tuanakotta, 2013:67). Namun tidak sedikit yang beranggapan bahwa *Creative Accounting* bukan tindakan yang salah dan melanggar aturan yang berlaku, ini menyebabkan permasalahan dalam tindakan *Creative Accounting*.

Agama berperan mengurangi bahkan mencegah perilaku menyimpang. Karena orang yang memiliki religiusitas tinggi mempunyai kendali diri (self control) yang kuat, sehubungan dengan ajaran agama yang diyakininya melarang perbuatan tersebut. Agama sebagai sumber nilai etika, juga dapat digunakan sebagai sumber etika dalam bisnis dan dapat berperan dalam membentuk sikap para pebisnis dan profesional (Sulistyo, 2014). Maryani dan ludigdo (2001) menyatakan bahwa religiusitas merupakan salah satu faktor yang mampu menentukan sikap dan perilaku etis seseorang. Woodbine *et al* (2009) juga berpendapat bahwa mayoritas kepercayaan dan agama mempunyai pengaruh terhadap perilaku etis dalam berbagai aspek kehidupan tidak terkecuali dalam bidang bisnis dan ekonomi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Keller et al (2006) dengan judul *“do gender, educational level, religiosity, and work experience affect the ethical decision-making of U.S. accountants?”* menunjukkan bahwa ada perbedaan dalam standar etika individu berdasarkan gender, tingkat pendidikan, religiusitas dan pengalaman kerja. Religiusitas diartikan sebagai suatu sistem yang terintegrasi dari keyakinan, gaya hidup, aktivitas, ritual dan institusi yang memberikan makna dalam kehidupan manusia dan mengarahkan manusia pada nilai-nilai agama yang lebih tinggi (Pamungkas, 2014:50). Bagi mahasiswa prinsip-prinsip agama memainkan peran penting yang mendasari pembentukan etika mereka. Agama adalah fondasi etis yang berarti karena orang yang religius menjadikan tuhan sebagai sumber pembentukan etikanya (Keller et al, 2006). Agama memiliki peran penting dalam kehidupan seseorang untuk membentuk keyakinan, pengetahuan, dan sikap ataupun perilaku (Rehman dan shabbir, 2010:65). Mirna Wati dan Bambang Sudibyo

(2016:188) mengatakan bahwa terdapat perbedaan persepsi etis antara mahasiswa yang memiliki religiusitas tinggi dengan mahasiswa yang memiliki religiusitas yang rendah. Hal yang berbeda ditunjukkan dari penelitian Ofiafoh (2016:29) bahwa nilai-nilai agama tidak memainkan peranan yang penting untuk membuat seseorang bertanggung jawab dan patuh untuk menjalankan kewajibannya membayar pajak.

Perbedaan penilaian tentang persepsi berampak pada perubahan yang mempengaruhi perilaku seseorang terhadap masalah yang berhubungan dengan etika. Orientasi etis merupakan salah satu faktor dari dalam diri seseorang yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang dalam hal penilaian etis. Orientasi etis (*ethical orientation* atau *ethical ideology*) adalah suatu konsep diri dan perilaku pribadi yang berhubungan dengan individu dalam diri seseorang dan menunjukkan bahwa individu mengadopsi ideologi tentang etika yang sangat mempengaruhi bagaimana persepsi mereka tentang permasalahan etika (Sasongko, Basuki, dan Hendrayanto, 2007:13). Orientasi etis pada masing-masing individu menyebabkan timbulnya sikap atau perilaku seseorang untuk berperilaku etis dan berpersepsi terhadap perilaku tidak etis yang terjadi di dalam lingkungannya. Orientasi etis menurut Barnett dan Brown (1994:472) dioperasionisasikan sebagai kemampuan individu untuk mengevaluasi dan mempertimbangkan nilai etika dalam suatu kejadian. Orientasi etis juga sebagai pandangan yang diadopsi oleh masing-masing individu ketika menghadapi masalah yang membutuhkan pemecahan dan penyelesaian masalah etika atau dilema etika. Selain itu Khomsiyah dan Indriantoro (1998:15) menyatakan bahwa tiap-tiap pribadi memiliki orientasi etis atau konsep diri sendiri tentang pertimbangan etisnya, sesuai dengan peran yang disandangnya.

Orientasi etis memiliki dua karakteristik, yang pertama adalah idealisme dan yang kedua adalah relativisme. Idealisme merupakan suatu perilaku yang mengakui bahwa suatu sikap yang sesuai dan benar akan berdampak pada hasil yang diharapkan. Individu yang memiliki sifat idealis akan berprinsip bahwa bersikap negative terhadap individu lain merupakan hal yang harus dihindari karena akan berdampak negative juga pada individu tersebut (Forsyth,1992). Forsyth (1992) juga mengungkapkan relativisme etis merupakan suatu tindakan yang dapat dikatakan etis atau tidak, benar atau salah menurut pandangan masyarakat. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan seseorang yang memiliki orientasi etis dalam dirinya tidak akan melakukan hal yang menurutnya dan masyarakat tidak benar atau melanggar norma-norma yang berlaku. *Creative Accounting* diakui sebagai persamaan untuk akuntansi yang menipu. Dalam perspektif etika seseorang, tindakan *creative accounting* dapat dipengaruhi oleh perilaku ekonomi yang bertujuan untuk kepentingan pribadi seseorang. Praktik ini mungkin boleh-boleh saja dilakukan sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku. Walaupun demikian, masih menjadi perdebatan apakah *creative accounting* memang sesuatu yang benar untuk dilakukan. Pandangan tentang *creative accounting* dapat dilakukan dengan salah satu cara, yaitu memberikan pemahaman dini di dunia akademis kepada mahasiswa akuntansi yang nantinya akan terjun ke dunia bisnis.

Mahasiswa akuntansi akan menjadi penerus akuntan di masa mendatang yang menguasai dan memiliki ilmu yang lebih di bidang ekonomi maupun akuntansi itu sendiri walaupun hanya menguasai teori, namun hal tersebut tidak bisa dianggap

rendah. Oleh sebab itu, peneliti merasa perlu untuk mengetahui persepsi mahasiswa akuntansi tentang *creative accounting* di Universitas Negeri dan Universitas Swasta yang berbasis agama. Hal ini dilakukan agar persepsi yang didapat dari subyek penelitian bersifat lebih luas, serta karena lingkungan pendidikan memiliki andil dalam pembentukan perilaku mahasiswa untuk menjadi seseorang yang profesional. Perguruan tinggi merupakan penghasil sumber daya manusia yang berkualitas, oleh karena itu dituntut dapat menghasilkan para pekerja profesional yang memiliki kualifikasi keahlian dibidangnya dan juga memiliki perilaku etis yang tinggi sesuai dengan profesi yang dilakukan. Dunia pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam pembentukan perilaku etis akuntan (Mirna Wati dan Sudibyo, 2006:185)

Berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Religiusitas dan Orientasi Etis Terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi Pada *Creative Accounting*”.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penyusunan dan pelaporan keuangan akuntansi sudah diatur dalam PSAK, masih banyak pihak-pihak yang melakukan tindakan praktik *Creative Accounting*.
2. Adanya faktor pendorong yang mempengaruhi seseorang melakukan praktik *Creative Accounting* yang terkenal dengan istilah *fraud triangle* yaitu dorongan (*pressure*), peluang (*opportunity*), dan rasionalisasi (*rationalization*).

3. Adanya orientasi etis yang dimiliki tiap individu, maka akan mendorong seseorang untuk berperilaku etis dan berpersepsi terhadap perilaku tidak etis yang terjadi didalam lingkungannya.
4. Prinsip-prinsip agama (religiusitas) memainkan peran penting yang mendasari pembentukan etika mereka yang berpengaruh terhadap persepsi seseorang mahasiswa.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, peneliti membatasi masalah hanya pada faktor religiusitas dan orientasi etis yang berkaitan dengan persepsi mahasiswa akuntansi pada *Creative Accounting*.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian yaitu bagaimana pengaruh religiusitas dan orientasi etis terhadap persepsi etis mahasiswa pada *creative accounting* baik secara parsial maupun simultan.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh religiusitas dan orientasi etis terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi pada *creative accounting* baik secara parsial maupun simultan.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, peneliti memberikan bukti empiris mengenai Pengaruh Religiusitas dan Orientasi Etis terhadap persepsi mahasiswa Akuntansi pada

Creative Accounting di Universitas Negeri Yogyakarta dan Universitas Islam Indonesia.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan atau memberikan informasi atau referensi bagi peneliti-peneliti lain, terutama dalam penelitian terkait persepsi mahasiswa akuntansi pada *Creative Accounting*.

b. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi dunia akademisi terkhusus dalam bidang ekonomi dan akuntansi pada perguruan tinggi dalam mendidik, dan mendiskusikan mengenai Religiusitas, dan Orientasi Etis. Karena, kedua hal tersebut mempengaruhi terhadap persepsi mahasiswa pada *Creative Accounting*.

c. Bagi mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya dan diharapkan dapat.