

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Persepsi Etis Mahasiswa pada *Creative Accounting*

a. Persepsi

Persepsi merupakan sebuah kegiatan keluar masuknya informasi ke dalam pikiran manusia, dengan persepsi manusia akan lebih peduli terhadap hubungannya dengan lingkungan sekitar (Slameto, 1995:102). Hal yang sama yang dinyatakan oleh Bimo Walgito (1989:53) bahwa persepsi merupakan suatu kejadian yang dimulai oleh indera manusia, yaitu sebuah proses yang mengakibatkan diterimanya perubahan lingkungan melalui kelima indera manusia. Menurut Mulyana (2007:179) Persepsi merupakan proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut dapat mempengaruhi perilaku kita. Persepsi menurut Joseph Devito dalam bukunya *Komunikasi Antar Manusia* (1997:75) adalah proses dengan mana kita sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indera kita. Persepsi mempengaruhi rangsangan (stimulus) atau pesan yang kita serap dan makna yang kita berikan kepada mereka ketika mereka mencapai kesadaran. Umam (2010: 67) menyatakan tentang definisi persepsi merupakan suatu kejadian untuk mengetahui atau pemberian arti atau suatu informasi terhadap perubahan lingkungan sekitar. Perubahan lingkungan sekitar didapatkan melalui proses

penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak manusia.

Berdasarkan beberapa pengertian tentang persepsi di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan ransangan yang diterima oleh panca indera menyangkut hubungan individu dengan lingkungan sekitarnya yang dikelola oleh otak kemudian menghasilkan makna terhadap objek tersebut.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Tikollah et al (2016:34) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang kedalam tiga aspek sebagai berikut:

1) Aspek Individual

Penelitian tentang etika yang berfokus pada aspek individual menunjukkan berbagai faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang antara lain:

- a) Religiusitas
- b) Kecerdasan emosional
- c) Jenis kelamin
- d) Suasana etis
- e) Sifat-sifat personal
- f) Kepercayaan bahwa orang lain tidak etis

2) Aspek Organisasi

Aspek organisasi yang mempengaruhi persepsi seseorang meliputi faktor-faktor antara lain:

- a) Suasana etis organisasi
- b) Suasana Organisasi

3) Aspek Lingkungan

Aspek lingkungan yang mempengaruhi persepsi seseorang antara lain:

- a) Lingkungan organisasi
- b) Lingkungan sosial (masyarakat)

c. Syarat Terjadinya Persepsi

Menurut Bimo Walgito (1989:54) syarat terjadinya persepsi agar individu dapat menyadari adanya persepsi adalah:

- 1) Ada objek yang harus dipersepsi.

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor.

Stimulus dapat datang dari luar yang langsung mengenai alat indera atau datang dari dalam yang mengenai syaraf penerima (sinsoris) yang bekerja sebagai reseptor.

- 2) Ada alat indera atau reseptor yaitu merupakan alat untuk menerima stimulus.

- 3) Ada perhatian yang merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam mengadakan persepsi.

d. Pengertian *Creative Accounting*

Menurut Charles T. Horngren dan Walter T. Harrison (2007:4) akuntansi merupakan sebuah sistem informasi yang mengukur aktivitas bisnis, mengubah data menjadi laporan dan kemudian melaporkan hasilnya kepada para pengambil keputusan. American Accounting Association (AAA) mengatakan bahwa akuntansi merupakan suatu kegiatan dengan cara menelaah, menghitung, dan melaporkan informasi data keuangan agar pihak-

pihak berkepentingan dapat memberikan keputusannya. Akuntansi diatur dengan standar yang disebut Standar Akuntansi Keuangan (SAK).

Menurut Belkaoui (2006:161) terdapat empat alasan standar akuntansi dibuat yaitu:

- 1) Standar memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja, dan penyelenggaraan sebuah perusahaan kepada para pengguna informasi akuntansi. Informasi ini dianggap jelas, konsisten, andal, dan dapat diperbandingkan.
- 2) Standar memberikan pedoman dan aturan tindakan bagi para akuntan publik yang memungkinkan mereka untuk menerapkan kehati-hatian dan mengaudit laporan-laporan perusahaan dan membuktikan validitas dari laporan-laporan tersebut.
- 3) Standar memberikan data base kepada pemerintah mengenai berbagai variable yang dianggap sangat penting dalam pelaksanaan perpajakan, regulasi perusahaan, perencanaan dan regulasi ekonomi, serta peningkatan efisiensi dan sasaran-sasaran sosial lainnya.
- 4) Standar menumbuhkan minat dalam prinsi-prinsip dan teori-teori bagi mereka yang memiliki perhatian dalam disiplin ilmu akuntansi.

Pada dasarnya tidak sedikit pelaporan keuangan yang menyalahi aturan yang ditetapkan. Penyebutan untuk pencatatan yang tidak sesuai dengan standar yang berlaku adalah *Creative Accounting*. *Creative Accounting* merupakan perubahan laporan pencatatan akuntansi melalui beberapa proses pencatatan, perkiraan, dan penginformasian dengan mengubah bentuk data

keuangan tanpa menyalahi standar pelaporan keuangan (Blake and Dowd, 1999). Sedangkan Naser (1993:2) mendefinisikan :

”Creative Accounting is the transforming of financial accounting figures from what they actually are to what preparers desired by taking advantage of the existing rule and/or ignoring some or all of them”.

Pengertian tersebut dapat diartikan bahwa *Creative Accounting* merupakan proses mengubah atau memanipulasi gambaran keuangan akuntansi dari yang sebenarnya menjadi yang mereka inginkan, dengan memanfaatkan kelemahan dari peraturan akuntansi dan mengabaikan semua atau beberapa peraturan yang ada. Berdasarkan hal tersebut, *Creative Accounting* merupakan proses pengubahan data keuangan atau memanipulasi laporan keuangan yang sebenarnya dengan menggunakan alternative pemilihan metode akuntansi dan memanfaatkan celah yang terdapat dari aturan-aturan standar akuntansi keuangan yang berlaku.

e. Pola *Creative Accounting*

Beberapa macam pola yang dilakukan di *Creative Accounting* menurut Scott (1997:4) adalah sebagai berikut :

1) *Taking Bath*, atau disebut juga “*Big Bath*”.

Pola *taking bath* ini bisa terjadi selama ada tekanan organisasional pada saat pergantian manajemen yang baru yaitu dengan cara mengakui adanya defisit yang disebabkan oleh manajemen lama sehingga manajemen baru ingin menghindari kegagalan tersebut. Pola ini juga mampu mengakui adanya *cost* pada periode mendatang dan kerugian di periode berjalan ketika keadaan buruk yang tidak dapat menguntungkan dan tidak bisa dihindari pada periode

berjalan. Akibatnya, manajemen melakukan pembersihan diri dengan membebaskan semua perkiraan-perkiraan biaya mendatang dan melakukan “*clear the decks*” sehingga laba pada periode berikutnya akan lebih tinggi dari seharusnya.

2) *Income minimization.*

Cara ini mirip dengan “*taking bath*” tetapi kurang ekstrim. Pola ini dilakukan pada saat keuntungan perusahaan pada saat itu sangat tinggi dengan maksud agar tidak mendapatkan perhatian dari pihak-pihak yang berkepentingan (aspek *political-cost*). Kebijakan yang diambil dapat berupa penghapusan buku atas barang modal dan aktiva tak berwujud, pembebanan biaya iklan, biaya riset dan pengembangan, metode *successfull-efforts* dilakukan untuk perusahaan minyak bumi dan sebagainya. Penghapusan ini digunakan apabila dengan teknik yang lain masih memperlihatkan hasil operasi yang kelihatan masih menarik minat pihak-pihak yang berkepentingan. Tujuan penghapusan ini agar mencapai suatu tingkat *return on assets* yang dikehendaki.

3) *Income maximization.*

Maksimalisasi laba (*Income maximization*) dimaksudkan untuk memperoleh bonus yang lebih besar, dimana laba yang dilaporkan tetap di bawah batas atas yang ditetapkan.

4) *Income smoothing.*

Perataan laba (*Income smoothing*) merupakan cara yang paling populer dan sering dilakukan. Perusahaan-perusahaan melakukannya untuk mengurangi volatilitas laba bersih.

5) *Timing revenue and expense recognition.*

Metode tersebut dilakukan dengan menerapkan peraturan-peraturan tertentu bertepatan pada waktu transaksi dilakukan.

f. Unsur-Unsur *Creative Accounting*

Charles W. Mulford dan Eugene E. Comiskey (2002:78) membagi *Creative Accounting* menjadi:

1) *Recognizing Premature or Fictitious Revenue*

Bentuk dari *premature revenue* bisa berupa pengakuan penjualan dilakukan pada saat barang sudah dipesan, tapi belum dikirim (*goods ordered, but not shipped*) atau barang sudah dikirim, tapi belum dipesan (*goods shipped, but not ordered*).

2) *Aggressive Capitalization & Extended Amortization Policies*

Pada kebijakan kapitalisasi yang sangat agresif, perusahaan akan melaporkan pembiayaan-pembiayaan atau kerugian pada tahun berjalan sebagai asetnya yang kemudian mengakibatkan pengakuan biaya tertunda dan laba perusahaan akan naik.

3) *Misreported Assets & Liabilities*

Pada beberapa kejadian, jumlah harta diberitahukan bahwa mengalami kelebihan sedangkan pada jumlah hutang dan beban diberitahukan mengalami penurunan dari jumlah harta. Hal ini agar perbandingan antara

keuntungan dan modal lebih besar ketimbang beban dan hutang, dengan kata lain keuntungan yang dimiliki lebih besar dari pada beban.

4) *Getting Creative with the Income Statement*

Perubahan angka-angka pada laporan laba rugi dilakukan dengan cara mempercepat atau memperlambat pengakuan keuntungan dan beban. Hal ini keuntungan diubah untuk beberapa periode pelaporan keuangan.

5) *Problems with Cash-flow Reporting*

Pada praktik ini kas dan kegiatan operasi diketahui hanya segelintir pengguna pelaporan keuangan, akan tetapi tidak diketahui oleh para-para investor ataupun kreditor.

g. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Creative Accounting*

CE Rabin (2005:72) mengungkapkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan *creative accounting*, yaitu:

1. *Analysts' targets*

Perusahaan yang menerima rekomendasi untuk membeli cenderung mengelolah pendapatannya untuk memenuhi ekspektasi penghasilannya (Abarbanell dan Lehavy, 2003:17). Perusahaan mengelolah pendapatannya agar meningkat dan memandu perkiraan analisis secara keseluruhan untuk menghindari ekspektasi yang hilang pada tanggal pengumuman penghasilannya (Matsumoto, 2002:487)

2. *Directors' profit forecasts*

Manajer menggunakan akrual diskresioner positif untuk mengelola penghasilannya agar meningkat ketika penghasilan berada dibawah perkiraan

manajemen (Kasznik, 1999:62). Direksi menciptakan ekspektasi yang tidak masuk akal pada investor ketika mereka mengumumkan perkiraan yang tidak realitis (Loomis, 2001:103).

3. *Institutional ownership*

Omset tertinggi dan perdagangan oleh investor institusional mendorong perilaku investasi yang tertutup (Bushee, 1998:310). Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang tertinggi lebih memungkinkan untuk mengambil tindakan agar dapat memenuhi analisis perkiraannya (Matsumoto, 2002:503).

4. *Debt covenants*

Perusahaan mempercepat laba satu tahun sebelum pelanggaran utang (Defond dan Jiambalvo, 1994:154). Perusahaan yang melanggar perjanjian membuat peningkatan penghasilan perubahan akuntansi tetapi ini biasanya terjadi setelah pelanggaran, yaitu firms tidak membuat perubahan akuntansi khusus untuk menghindari pelanggaran perjanjian utang. (Sweeney, 1994:290). Perusahaan membuat perubahan dalam kebijakan akuntansi dan perkiraan dalam menanggapi kesulitan keuangan (Healy dan Wahlen, 1999:372).

5. *Avoid reporting losses and decreases in profits*

Perusahaan yang pola penghasilannya konsisten meningkat akan melipatkan penghasilannya yang lebih tinggi dan dengan premi yang lebih besar agar peningkatan penghasilannya berlangsung lama (Barth, Elliot, dan

Finn, 1999:390). Perusahaan mengelola laba yang dilaporkan untuk menghindari penurunan dan kerugian (Phillips, Pincus, dan Rego, 2003:496)

6. *Management remuneration*

Biaya agensi muncul karena minat manajer tidak sesuai dengan kepentingan pemegang saham dan pemegang obligasi (Watts dan Zimmerman, 1979:278). Laporan keuangan menjadi titik fokus strategi yang memaksimalkan kekayaan manajer ketika rencana bonus dan opsi saham didasarkan pada hasil laporan keuangan (Ittner, Larcker, dan Rajan, 1997:236)

7. *Share repurchases*

Tidak ada bukti bahwa manajer secara sistematis mengecilkan laba dalam periode sebelum pembelian manajemen (De Angelo, 1986:407). Ada bukti lemah bahwa manajemen menggunakan akuntansi kreatif untuk mengurangi penghasilan sebelum membeli kembali saham perusahaan (Vafeas, Vlittis dan Ockree, 2003:265)

8. *Company boards*

Perusahaan yang tidak melakukan penipuan memiliki persentase penghasilan yang lebih tinggi dan umumnya perusahaan tersebut memiliki auditor yang independent (Beasley, Carcello, Hermanson, dan Lapides, 2000:445). Independensi anggota dewan terganggu ketika anggota dibayar dengan opsi saham. Akuntansi kreatif lebih umum di perusahaan-perusahaan di mana CEO mempengaruhi nominasi dan agenda dewan perusahaan (Imhoff, 2003:117).

Menurut Sulistiawan (2011:107) ada beberapa alasan seseorang melakukan tindak *Creative Accounting*, diantaranya:

1. Motivasi Bonus

Umpan balik akan diberikan oleh para pemegang saham kepada manajer berupa insentif dan bonus jika perusahaan berhasil mencapai target dan mampu menjalankan perusahaan dengan baik. Keberhasilan manajemen menjalankan perusahaan diukur dengan pencapaian laba perusahaan.

2. Motivasi uang

Selain dengan pemegang saham, perusahaan juga melakukan kontrak bisnis dengan pihak ketiga yaitu kreditor yang bertujuan untuk pendanaan perusahaan. Maka dari itu manajer harus menunjukkan performa laba yang baik agar kreditor mau menginvestasikan dana di perusahaannya.

3. Motivasi pajak

Manajer termotivasi melakukan praktik manajemen laba untuk mempengaruhi pajak yang dibayarkan dengan cara menurunkan laba perusahaan sehingga mengurangi beban pajak yang seharusnya dibayarkan.

4. Motivasi penjualan saham

Perusahaan yang pertama kali *go public* pasti belum memiliki nilai pasar, maka dari itu manajemen melakukan praktik *creative accounting* pada laporan keuangannya dengan tujuan dapat menaikkan harga saham perusahaan. Penjualan saham perusahaan ke publik tersebut dapat menjadi tambahan dana untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan.

5. Motivasi pergantian direksi

Perusahaan yang pertama kali *go public* pasti belum memiliki nilai pasar, maka dari itu manajemen melakukan praktik *creative accounting* pada laporan keuangannya dengan tujuan dapat menaikkan harga saham perusahaan. Penjualan saham perusahaan ke publik tersebut dapat menjadi tambahan dana untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan.

6. Motivasi politis

Motivasi ini terjadi pada perusahaan besar yang bidang usahanya banyak melibatkan masyarakat luas. Motivasinya adalah agar mendapatkan subsidi, perusahaan itu cenderung menjaga posisi keuangannya. Cara yang dilakukan perusahaan dengan menggunakan prosedur akuntansi untuk menurunkan laba bersih yang dilaporkan.

h. Indikator *Creative Accounting*

Penelitian ini menggunakan indikator milik George Lan et al. (2015). Adapun indikator tersebut adalah:

1) Pengurangan Laba Bersih

Pengurangan laba bersih adalah cara yang dilakukan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi. Pengurangan atas laba bersih dilakukan oleh seorang manajer agar perusahaan tidak mendapatkan perhatian dari pihak-pihak berkepentingan. Pengurangan laba bersih juga dilakukan untuk memudahkan dalam pencapaian anggaran di tahun berikutnya, dengan membebaskan biaya tahun depan di tahun sekarang. Hal tersebut akan berakibat baik, karena dapat mengurangi biaya di tahun depan dan memudahkan manajer dalam mencapai anggaran yang ditetapkan ditahun

depan. Walaupun dilakukan penyegeraan biaya, namun pada tahun ini profit sudah melampaui anggaran, sehingga manajer tidak perlu takut bahwa kebijakannya akan mengurangi kinerja mereka. Kebijakan pengurangan laba bersih dapat berupa penghapusan atas barang modal dan aktiva tidak berwujud, pembebanan biaya iklan, biaya riset dan pengembangan, biaya renovasi perusahaan, atau lain sebagainya.

2) Peningkatan Laba Bersih

Peningkatan laba bersih adalah cara yang dilakukan pada saat profitabilitas perusahaan rendah. Hal ini biasa dilakukan oleh manajer agar memperoleh bonus yang besar. Menurut manajer keberhasilan dalam mencapai anggaran yang ditetapkan merupakan suatu yang harus dicapai, sehingga manajer akan melakukan berbagai cara agar dapat mencapai anggaran yang sudah ditetapkan. Peningkatan laba bersih yang dilakukan tetap pada batas atas yang telah ditetapkan. Kebijakan untuk peningkatan laba bersih dapat berupa penundaan *discretionary expenditure*, melakukan kebijakan yang dapat meningkatkan penjualan, menunda tagihan, dan lain sebagainya.

3) Kepentingan Pribadi

Seseorang yang memiliki kedudukan tinggi dalam suatu perusahaan seperti eksekutif perusahaan selalu berupaya untuk memberikan keuntungan yang tinggi untuk dirinya sendiri, bahkan mereka terkadang mengabaikan kerugian yang mungkin terjadi pada pemegang saham. Eksekutif perusahaan seringkali menempatkan orang-orang terdekatnya pada posisi-posisi puncak

perusahaan dengan tujuan tertentu yaitu agar eksekutif dapat mempunyai pengaruh atau kontrol atas setiap keputusan operasional maupun keputusan strategis yang dilakukan para manajer puncak. Hal tersebut memberikan keuntungan besar bagi eksekutif perusahaan terhadap keputusan operasional maupun keputusan strategis yang diambil. Eksekutif perusahaan terkadang membuat ketentuan yang seharusnya tidak boleh dilakukan, demi keuntungan besar yang diharap akan didapat oleh perusahaannya.

4) Kepentingan Orang Terdekat

Seseorang yang memiliki kedudukan tinggi dalam suatu perusahaan seperti eksekutif perusahaan seringkali mempergunakan jabatannya untuk kepentingan orang-orang terdekatnya. Eksekutif perusahaan sering kali membuat kebijakan-kebijakan yang ditujukan untuk keuntungan orang-orang terdekatnya, misalnya ketentuan mengenai pembelian mobil mewah untuk orang-orang terdekatnya, pemberian gaji yang lebih tinggi untuk orang-orang terdekatnya, pemberian pinjaman dengan syarat yang mudah, dan lain sebagainya.

i. Persepsi Etis Mahasiswa Mengenai *Creative Accounting*

Setiap individu memiliki persepsi yang berbeda-beda tergantung apa yang individu tersebut alami dan bagaimana interaksi yang didapatnya dari lingkungan sekitarnya. Sebagai salah satu penerus profesi akuntan atau pun manajemen, mahasiswa memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan pendapatnya atas kejadian-kejadian yang terjadi disekitarnya atau dilingkungannya. Setiap mahasiswa yang kritis memiliki persepsi etis

yang berbeda-beda sesuai dengan pendidikan etika yang didapatnya selama ini. Kasus-kasus yang menyebabkan beberapa perusahaan bangkrut dengan skandal manipulasi keuangan menjadikan profesi akuntan buruk dimata masyarakat, untuk itu sebagai calon penerus untuk profesi akuntan dimasa depan dimana yang dimaksud adalah mahasiswa akuntansi sangat penting untuk mengetahui bagaimana persepsinya mengenai *Creative Accounting*. Sehingga, kemajuan profesi para akuntan dapat terus diperbaiki agar menjadi lebih baik.

2. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Religiusitas adalah etika yang bersumber pada nilai-nilai yang diajarkan oleh agama seseorang. Sumber pengetahuan tentang hal yang benar dan hal yang salah yang didasarkan pada ajaran Tuhan (Ivana Susilo dan Yenni Sugiarti, 2014:34). Menurut Pamungkas (2014) 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. Religiusitas memainkan peran penting dalam kehidupan individu melalui pembentukan keyakinan, pengetahuan, dan sikap, dengan agamalah individu menspesifikasikan hal-hal yang dilarang dan tidak dilarang yang kemudian akan mempengaruhi keputusannya (Rehman dan Muhammad shabaz shabbir, 2010:65).

Menurut Scott (2009:56) religiusitas sebagai keyakinan kepada tuhan disertai dengan komitmen untuk mengikuti prinsip-prinsip yang telah ditetapkan. Sejalan dengan itu Purnamasari (2014:156) berpendapat bahwa religiusitas didefinisikan sebagai suatu keadaan gambaran dalam diri seseorang yang mendorong mereka untuk bertingkah laku. Religiusitas juga merupakan symbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlembagakan, yang semuanya berpusat pada persoalan dihayati (*Ultimate Meaning*) (Ancok 2011:76). Menurut Jalaluddin (2011: 103) religiusitas merupakan perilaku seseorang yang didasarkan ajaran keagamaan kemudian memotivasi sikap dan tindakan yang sesuai dengan norma dan aturan keagamaan yang berlaku.

Ludigdo (2004:136) menyatakan religiusitas merupakan proses yang mampu mempengaruhi perilaku seseorang untuk bertindak yang sesuai moral dan nilai-nilai keagamaan. Religiusitas juga berhubungan langsung dengan kepercayaan, *life style*, spiritual, dan yang mengusai alam semesta (Glock dan Stark, 1965:243). Emerson dan McKinney (2010:78) mengungkapkan pendapatnya religiusitas merupakan faktor yang menentukan dan sering dihubungkan sebagai norma-norma etika. Hal ini berarti religiusitas memiliki andil yang besar dalam menuntun seseorang untuk bersikap sesuai dengan ajaran yang dipercayanya. Sang pencipta dilihat sebagai asal dari pembentukan etikanya. Berdasarkan dari beberapa pendapat disimpulkan bahwa religiusitas sebagai hal yang sangat penting yang harus ada dalam diri seseorang karena religiusitas merupakan suatu keyakinan seseorang

memegang nilai-nilai agama dalam pembentukan pengetahuan, sikap dan tingkah laku.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Jalaluddin (2011:305) Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi terhadap perkembangan jiwa keagamaan seseorang sebagai berikut:

1. Faktor Internal

a) Faktor Hereditas

Jiwa keagamaan memang bukan secara langsung sebagai faktor bawaan yang diwariskan secara turun temurun, tetapi berbentuk dari berbagai unsur kejiwaan lainnya yang mencakup kognitif, afektif, dan konatif.

b) Tingkat Usia

Jalaluddin (2011:308) mengungkapkan hal yang mampu mengubah keagamaan pada anak adalah tingkat usia. Perubahan tersebut disebabkan dari berbagai bagian dari dalam diri manusia salah satunya dari kemampuan berpikir.

c) Kepribadian

Pembentukan karakter dalam diri seseorang umumnya didasarkan dari ajaran-ajaran keagamaan yang telah dipelajarinya, kemudian dari ajaran tersebut mampu menentukan kepribadian yang unik untuk lingkungannya. Menurut pandangan psikologi ada dua unsur didalam kepribadian, yaitu unsur hereditas dan pengaruh lingkungan.

d) Kondisi Kejiwaan

Kepribadian seseorang seringkali dihubungkan dengan keadaan mental seseorang. Gangguan yang terjadi pada mental seseorang dapat disebabkan karena adanya pertentangan yang menekan diri seseorang. hal ini mampu mempengaruhi perkembangan keagamaannya.

2. Faktor Eksternal

a) Lingkungan Keluarga

Kehidupan sosial seseorang yang paling sederhana mampu didapatkan dari keluarga. Keluarga merupakan proses seseorang dalam membentuk perkembangan jiwa keagamaannya sehingga keluarga menjadi bagian awal seseorang belajar beradaptasi dengan lingkungannya.

b) Lingkungan Institusional

Hal lain yang menjadi faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan keagamaan seseorang selain keluarga adalah lingkungan institusional. Keberadaan seseorang dilingkungannya lebih lama dibandingkan keberadaannya dengan keluarganya, sehingga lingkungan institusional mampu menjadi faktor penentu untuk pertumbuhan keagamaan seseorang.

c) Lingkungan Masyarakat

Seseorang agar dapat bersosialisasi dengan baik harus mampu menaati peraturan-peraturan yang berlaku dalam lingkungan masyarakat. Lingkungan masyarakat bukan merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam pertumbuhan jiwa keagamaan seseorang, namun untuk beberapa aspek norma-norma yang berlaku di lingkungan masyarakat sangat

mempu menjadi penentu dari perkembangan dan pertumbuhan keagamaan tersebut.

Menurut Thoules (1992) ada 4 faktor yang mempengaruhi Religiusitas seseorang, yaitu :

1. Faktor sosial

Meliputi semua aspek sosial, misalnya sekolah, keluarga, dan adat.

2. Faktor alami

Meliputi *experience* misalnya terjadinya pertentangan etika atau *emotional experience*

3. Faktor kebutuhan

Minsalnya kebutuhan keamanan, kebutuhan cinta kasih, kebutuhan dihargai, serta kebutuhan yang ditimbulkan dari ancaman kematian.

4. Faktor intelektual

Merupakan sesuatu yang menyangkut tentang kecerdasan seseorang dalam hal pembentukan kepercayaan.

Kepercayaan/agama diyakini dapat mengendalikan sikap manusia. Semakin tinggi tingkat religiusitas individu maka individu tersebut dapat mengendalikan sikapnya sendiri sehingga kepercayaan akan agama yang mereka anut menjauhkan mereka dari tindakan yang negative melalui perasaan mereka (Basri, 2015). Sulisty (2014) menjelaskan hal yang sama, bahwa individu yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi maka individu tersebut akan lebih bisa menguasai sikap dan perilakunya sendiri (*self control*) yang

akan berhubungan dengan kepercayaan yang mereka anut masing-masing sehingga menjauhkan diri mereka dari perbuatan yang negative dan tidak etis.

c. Indikator Religiusitas

Pengukuran religiusitas menurut Glock dan Stark (1965) dapat dikelompokkan dalam beberapa aspek, sebagai berikut:

1. Religious Practice (the ritualistic dimension)

Ukuran sejauh mana seseorang tersebut rajin menjalankan kewajiban ritual didalam ajaran keagamaan yang dianutnya. Minsalnya sholat, memberikan zakat atau memberikan sedekah, menunaikan ibadah puasa, dan lain sebagainya.

2. Religious Belief (the ideological dimension)

Ukuran dimana seseorang mampu mendapatkan ilmu-ilmu tentang keimanan dalam ajaran keagamaan yang dianutnya. Ukuran tersebut berhubungan dengan keinginan-keinginan seseorang yang beragama dan berpanutan pada suatu ajaran yang memegang erat kebenaran.

3. Religious Knowledge (the intellectual dimension)

Ukuran dimana seseorang memahami ajaran-ajaran keimanan dan keagamaan yang berhubungan dengan kegiatan keagamaan. Seseorang yang beragama setidaknya memahami dan mengetahui dasar-dasar dari keimanan.

4. Religious Feeling (the experiential dimension)

Aspek tersebut seharusnya diketahui dari perilaku atau sikap individu. Jika individu melakukan kegiatan yang baik terhadap makhluk lain dengan dorongan keagamaan, maka tindakan tersebut merupakan tindakan dari ajaran

keagamaannya. Aspek ini selalu berhubungan dengan makhluk dan lingkungan sosial lainnya.

5. *Religious Effect (the consequential dimension)*

Aspek dimana yang akan menilai sikap seseorang yang dipengaruhi oleh ajaran-ajaran keimanan yang dipelajari dalam kegiatan sehari-harinya. Aspek ini selalu berhubungan dengan individu yang memegang agamanya terhadap kegiatan keagamaannya.

Penelitian ini menggunakan indikator teori dari Glock dan Stark (1965) yang mengatakan bahwa religiusitas diukur melalui: *Religious Practice (the ritualistic dimension)*, *Religious Belief (the ideological dimension)*, *Religious Knowledge (the intellectual dimension)*, *Religious Feeling (the experiential dimension)*, dan *Religious Effect (the consequential dimension)*.

3. Orientasi Etis

a. Pengertian Orientasi Etis

Menurut Cohen et al. (1996:40) orientasi setiap individu pertama-tama ditentukan oleh kebutuhannya. Kebutuhan ini akan berinteraksi dengan pengalaman pribadi yang dialami dan sistem nilai seseorang yang akan menentukan harapan atau tujuan dalam setiap perlakuannya sehingga nantinya seseorang tersebut mampu menentukan tindakan apa yang akan diambilnya. *Business Ethics Concept and Case* (Zarkasyi, 2009:3) mendefinisikan bahwa *Ethical orientation is the development of a person's ability to deal with moral issues*, yang artinya bahwa orientasi etika

merupakan pengembangan kemampuan individu untuk memperhatikan isu-isu tentang moral.

Orientasi etis merupakan pilihan lain dalam pola perilaku individu dalam menghadapi masalah etika dan akibat yang harus diambil oleh fungsi yang tidak sama (Higgins dan Kelleher, 2005:283). Perilaku etis seseorang dilihat dari konsep diri manusia yang sesuai dengan apa yang diperbuatnya (Khomsiyah dan Indriantoro, 1998:15). Menurut Primasari (2014:163) orientasi etis merupakan awal mula dari proses pemikiran manusia yang dapat menentukan benar atau tidaknya sikap seseorang. Perlunya orientasi etis dalam diri manusia yang akan berdampak pada perilaku etis dan mampu menilai terhadap perilaku tidak etis yang terjadi didalam lingkungan mereka (Damayanthi dan Juliarsa, 2016:10). Setiap individu memiliki pandangan yang bervariasi dalam hal mengambil sebuah strategi untuk menangani masalah etika yang mencakup dua hal orientasi independen yaitu idealisme dan relativisme, perspektif idealisme melibatkan aturan moral yang universal dengan penekanan pada kesejahteraan orang lain sementara relativisme lebih berfokus pada keadaan yang mengatur kepentingan pribadi (Gordon Woodbine, Ying Han Fan, dan Glennda Scully, 2012:196).

Sasongko et.al (2007:13) menyatakan bahwa manusia terdiri dari dua konsep yaitu idealisme dan relativisme yang menjadi sebuah konsep pengukuran dalam orientasi etis:

1. Konsep idelisme

Idealisme menunjukan keyakinan bahwa konsekuensi sebuah keputusan yang diinginkan dapat diperoleh tanpa melanggar nilai-nilai luhur moralitas. Dimensi ini dideskripsikan sebagai sikap seseorang terhadap suatu tindakan dan bagaimana tindakan itu berakibat kepada orang lain. Seseorang yang memiliki idealisme yang tinggi percaya bahwa tindakan dan perilaku yang etis seharusnya mempunyai konsekuensi yang positif dan tidak akan pernah berdampak atau berakibat merugikan kepada orang lain sekecil apapun.

2. Konsep relativisme

Konsep relativisme menunjukkan perilaku penolakan terhadap kemutlakan aturan-aturan moral yang mengatur perilaku individu yang ada. Orientasi etis ini mengkritik penerapan prinsip-prinsip aturan moral yang universal. Relativisme menyakan bahwa tidak ada sudut pandang suatu etika yang dapat didefinisikan secara jelas merupakan yang terbaik, karena setiap individu mempunyai sudut pandang tentang etika dengan sangat beragam dan luas.

Dari pengertian diatas disimpulkan bahwa orientasi etis merupakan pandangan seseorang dalam menentukan sikap yang akan diambil terhadap permasalahan etika.

b. Pengertian Idealisme

Idealisme merupakan keyakinan bahwa konsekuensi sebuah keputusan yang diinginkan dapat diperoleh tanpa melanggar nilai-nilai luhur dan moralitas. Dimensi ini dideskripsikan sebagai sikap individu terhadap suatu

tindakan dan bagaimana tindakan itu berakibat kepada orang lain (Zulhawati dkk., 2013:24). Berhubungan dengan tingkat dimana individual percaya bahwa konsekuensi yang diinginkan tanpa melanggar kaidah moral (Saptianingrum dan Kholisoh, 2014:56). Forsyth (1992:180) menyatakan bahwa idealisme adalah suatu sikap yang dilakukan oleh seseorang individu yang akan sesuai dengan hasil yang didapat, jika sikapnya benar maka hasilnya akan benar begitupun sebaliknya. Idealisme mengarah ke seseorang yang mempunyai keinginan untuk melakukan sesuatu tanpa melanggar norma-norma yang berlaku di masyarakat (Apriliawati dan Suardana, 2016:48). Forsyth (1992:180) menyatakan individu yang memiliki idealisme yang tinggi akan cenderung mengambil tindakan yang keras terhadap suatu permasalahan yang akan berdampak buruk terhadap orang lain.

c. Pengertian Relativisme

Relativisme merupakan teknik berpikir seseorang individu yang disesuaikan pada masing-masing latar budaya yang berbeda-beda, sedangkan relativisme etis merupakan suatu perilaku yang dapat dikatakan etis atau tidak, benar atau salah, tergantung pada pandangan masyarakat itu sendiri (Forsyth, 1992:177). Menurut Zulhawati, Pujiastuti dan Ifah Rofiqoh (2013:89) menyatakan bahwa tidak ada etika yang paling baik atau yang paling benar, hal ini dikarenakan pada masing-masing individu memiliki pandangan yang berbeda mengenai suatu etika. Sedangkan menurut Liu (2013:818) Relativisme adalah suatu sikap penolakan terhadap nilai-nilai moral yang absolut dalam mengarahkan perilaku etis. Seseorang yang

mempunyai relativisme yang tinggi akan beranggapan kalau perilaku yang bermoral akan melihat pada keadaan yang dialaminya, sehingga seseorang yang relativismenya tinggi biasanya akan menolak perilaku atau tindakan yang tidak bermoral atau tidak sesuai norma-norma etika (Himmah, 2013:35).

d. Indikator Orientasi Etis

Indikator orientasi etis pada penelitian ini adalah indikator dari Greenfield et.al (2007), berikut adalah indikatornya:

1) Idealisme

Idealisme adalah cara pandang individu terhadap suatu masalah etika. Individu yang memiliki idealisme akan mengambil sikap sesuai dengan akibat yang akan ditimbulkan. Individu yang idealisme tidak akan mengambil sikap atau perilaku yang akan meruginya individu lainnya

2) Relativisme

Relativisme merupakan cara seseorang melihat perilaku yang tidak sesuai dengan norma-norma dan moralitas. Individu yang memiliki relativisme pada tingkat yang tinggi biasanya akan dengan tegas tidak setuju terhadap perilaku atau sikap yang tidak sesuai pada nilai nilai moral dan norma-norma yang berlaku.

B. Kajian Penelitian yang Relevan

1. Mirna Wati dan Bambang Sudibyo (2016)

Penelitian yang berjudul pengaruh pendidikan etika dan religiusitas terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi bertujuan untuk melihat hubungan antara pendidikan etika, gender, religiusitas dan performa akademik terhadap

persepsi etis mahasiswa. Penelitian ini juga untuk membuktikan perbedaan persepsi antara mahasiswa yang sudah atau sedang mengambil mata kuliah etika bisnis dan yang belum, antara mahasiswa laki-laki dan perempuan serta mahasiswa yang memiliki ipk yang tinggi. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda dan uji beda independen sample t-test. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan etika dan performa akademik tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi etis mahasiswa, berbeda halnya dengan religiusitas dan gender yang memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil uji beda menunjukkan ini perbedaan persepsi etis antara yang sudah atau sedang mengambil mata kuliah etika bisnis dengan yang belum, sama halnya dengan mahasiswa laki-laki dan perempuan.

Perbedaan penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan variable orientasi etis sebagai variable independen dan penelitian ini menggunakan mahasiswa S1 prodi akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta serta Universitas Islam Indonesia pada angkatan 2016-2017 sebagai responden, sedangkan penelitian Mirna Wati dan Bambang Sudibyo (2016) tidak menggunakan variabel orientasi etis dan hanya menggunakan mahasiswa S1 jurusan akuntansi fakultas ekonomika dan bisnis Universitas Gajah Mada angkatan 2012-2015. Persamaan penelitian ini dengan Mirna Wati dan Bambang Sudibyo (2016) adalah menggunakan variabel religiusitas sebagai independen dan persepsi mahasiswa sebagai dependen.

2. Elok Faiqoh Himmah (2013)

Penelitian dari Elok Faiqo Himmah (2013) bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi etis mahasiswa akuntansi mengenai skandal etis auditor dan *Corporate Manager*. Faktor-faktor yang dimaksud yaitu Orientasi etis (idealisme dan relativisme), gender dan tingkat pengetahuan sebagai variabel independent. Penelitian ini menarik kesimpulan bahwa tingkat idealisme, *gender*, tingkat pengetahuan mahasiswa akuntansi berpengaruh terhadap persepsi etis mengenai skandal etis auditor dan *Corporate Manager*, Sedangkan tingkat relativisme mahasiswa akuntansi tidak berpengaruh terhadap persepsi etis mengenai skandal etis auditor dan *Corporate Manager*.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada objek penelitian yang hanya pada mahasiswa akuntansi dan satu universitas, sehingga dinilai kurang mewakili mahasiswa akuntansi secara keseluruhan. Selain itu, hasil penelitian diperoleh dengan hanya menyebarkan kuesioner kepada responden. Instrumen yang digunakan memiliki sifat *close questionnaire* dan *open questionnaire*. Pada *open questionnaire* menghasilkan ungkapan yang heterogen. Sehingga penulis merasa kesulitan dalam mendeskripsikan hasil atas eksplorasi ungkapan-ungkapan responden. Persamaan penelitian ini adalah menggunakan variabel orientasi etis sebagai variabel independent dan persepsi mahasiswa sebagai variabel dependen. Perbedaan penelitian ini dengan Elok Faiqoh Himmah (2013) adalah tidak menggunakan variabel religiusitas sebagai variabel independent. Sampel yang digunakan oleh Elok Faiqoh Himmah (2013) adalah mahasiswa jurusan akuntansi fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Brawijaya yang telah atau sedang menempuh mata kuliah etika bisnis dan profesi, sedangkan

penelitian ini menggunakan responden yaitu mahasiswa S1 prodi akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta dan Universitas Islam Indonesia pada angkatan 2016 dan 2017.

3. Steven Stack dan Augustine Kposowa (2006)

Penelitian yang dilakukan oleh Steven Stack dan Augustine Kposowa (2006) dengan judul “*The Effect of Religiosity on Tax Fraud Acceptability: A Cross-National Analysis*”. Pada penelitian ini membahas dua literatur dengan menganalisis data pada 45.728 individu di 36 negara dari *world values survey*. Penelitian ini mengontrol predictor TFA lainnya, termasuk ikatan sosial, tekanan ekonomi, dan faktor-faktor demografis. Hasil yang didapat pada penelitian ini adalah semakin tinggi tingkat religiusitas individu, maka semakin rendah tingkat TFA (*tax fraud acceptability*). Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Steven Stack dan Augustine Kposowa (2006) dan penelitian ini adalah pada penelitian ini peneliti menggunakan mahasiswa akuntansi S1 prodi akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta dan Universitas Islam Indonesia sebagai responden. Penelitian ini juga menggunakan orientasi etis sebagai variabel independent dan persepsi etis mahasiswa pada *creative accounting* sebagai variabel dependen, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Steven Stack dan Augustine Kposowa (2006) hanya meneliti dua variabel yaitu religiusitas dan TFA (*tax fraud acceptability*). Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Steven Stack dan Augustine Kposowa (2006) adalah penggunaan variabel religiusitas sebagai variabel dependen.

4. CE Rabin (2005)

Penelitian yang dilakukan oleh CE Rabin (2005) yang berjudul “*Determinants of Auditors’ Attitudes Toward Creative Accounting*” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sikap auditor terhadap *Creative Accounting* apakah mempengaruhi evaluasi mereka terhadap pelaporan keuangan dan untuk mengetahui bagaimana persepsi mereka terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi penyusunan laporan keuangan dengan teknik *Aggressive Accounting*, juga bagaimana penilaian etis diri mereka sendiri. Penelitian ini bersifat eksploratif karena hubungan antara konstruk bersifat spekulatif.

Rendahnya jumlah responden membuat sulit untuk menguji model pengukurannya. Oleh karena itu, hubungan antara konstruk dan variable tidak sepenuhnya tereksplorasi. Persamaan penelitian ini adalah menggunakan variable *Creative Accounting* sebagai variable dependen. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian dari CE Rabin (2005) adalah tidak menggunakan orientasi etis dan religiusitas sebagai variable independent sedangkan penelitian ini menggunakannya. Sampel yang digunakan oleh CE Rabin (2005) pada penelitiannya adalah auditor dan manager di empat perusahaan terbesar, sedangkan penelitian ini menggunakan sampel mahasiswa S1 prodi akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta dan Universitas Islam Indonesia angkatan 2016 dan 2017.

5. Dean E. Allmon, Diana Page, dan Ralph Roberts (2000)

Penelitian dari Dean E. Allmon, Diana Page, dan Ralph Roberts (2000) dengan judul “*Determinants of Perceptions of Cheating: Ethical Orientation,*

Personality and Demographics” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi orientasi etis mahasiswa bisnis dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa tentang perilaku dikelas yang beretika. Sampel yang digunakan sebesar 227 mahasiswa bisnis dari Amerika Serikat dan Australia yang kemudian digunakan untuk mengevaluasi. Faktor independen termasuk usia, jenis kelamin, orientasi agama, negara asal, kepribadian, dan orientasi etika. Dari hasil ditemukan bahwa terdapat dampak yang besar terhadap persepsi perilaku kelas yang beretika dari variabel orientasi etis dan orientasi religius.

Perbedaan penelitian yang dilakukan Dean E. Allmon, Diana Page, dan Ralph Roberts (2000) dan penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan religiusitas sebagai variabel independen dan persepsi etis mahasiswa akuntansi pada *creative accounting* sebagai variabel dependennya. Peneliti menggunakan mahasiswa akuntansi S1 prodi akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta dan Universitas Islam Indonesia sebagai responden. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Dean E. Allmon, Diana Page, dan Ralph Roberts (2000) adalah penggunaan orientasi etis sebagai variabel independen.

C. Kerangka Berpikir

1. Pengaruh religiusitas terhadap persepsi etis mahasiswa pada *Creative Accounting*.

Individu akan memikirkan semua keputusan dan tindakan yang akan diperbuat sesuai dengan ajaran agama yang dipelajarinya dan dipercayanya selama ini. Mahasiswa yang mempunyai religiusitasnya pada tingkatan yang

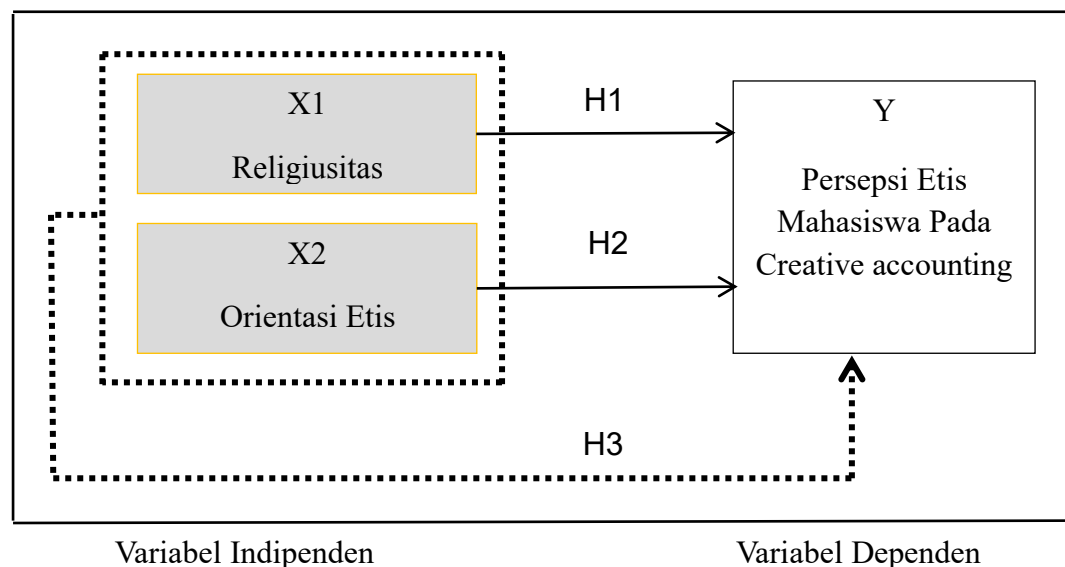
tinggi tidak akan melakukan tindakan dan perilaku yang melanggar ajaran agamanya, sehingga diharapkan semakin tinggi tingkat religiusitas mahasiswa akan semakin etis dalam bertindak, berperilaku dan dalam mengambil sebuah keputusan yang menyangkut permasalahan etika. Jika mahasiswa tersebut mempunyai religiusitas pada tingkat yang tinggi, maka mahasiswa tersebut akan semakin etis dalam mengkritik perilaku tindakan *creative accounting*.

2. Pengaruh orientasi etis terhadap persepsi etis mahasiswa pada *Creative Accounting*.

seseorang yang memiliki orientasi etis yang tinggi akan selalu menghindari hal yang dapat merugikan orang lain dan dapat membuat keputusan atau merespon sesuai permasalahan yang terjadi, sehingga mahasiswa yang memiliki orientasi etis yang lebih tinggi akan selalu berpikiran bahwa perilaku yang tidak baik maka tidak etis untuk dilakukan.

D. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah pola pikir yang menunjukkan hubungan antar variabel yang akan di teliti (sugiyono, 2012:5). Paradigma penelitian ini adalah sebagai berikut :



Keterangan :

X1 : Religiusitas

X2 : Orientasi Etis

Y : Persepsi etis mahasiswa pada *creative accounting*

—→ : Pengaruh parsial

.....➔ : Pengaruh simultan

E. Hipotesis Penelitian

Dalam kerangka pikir dapat dilihat bahwa Religiusitas dan orientasi etis diduga berpengaruh kepada persepsi etis mahasiswa pada *creative accounting*. Dari konteks tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Religiusitas berpengaruh positif terhadap persepsi mahasiswa pada *Creative Accounting* di Universitas Negeri Yogyakarta dan Universitas Islam Indonesia.

2. Orientasi etis berpengaruh positif terhadap persepsi mahasiswa pada *Creative Accounting* di Universitas Negeri Yogyakarta dan Universitas Islam Indonesia.
3. Religiusitas dan Orientasi etis berpengaruh positif terhadap persepsi mahasiswa pada *Creative Accounting* di Universitas Negeri Yogyakarta dan Universitas Islam Indonesia.