

## PERSEPSI MAHASISWA AKUNTANSI TENTANG PRAKTIK *CREATIVE ACCOUNTING*

Moh. Lutfi Saiful Arif  
Robiatul Aulia  
Nurul Herawati

Universitas Trunojoyo Madura, Jl. Raya Telang,  
PO. BOX 2 Kamal, Bangkalan-Madura  
Surel: [robixx\\_utm@yahoo.com](mailto:robixx_utm@yahoo.com)

**Abstrak: Persepsi Mahasiswa Akuntansi tentang Praktik *Creative Accounting*.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa akuntansi tentang praktik *creative accounting* ditinjau dari teori etika bisnis. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara dengan 5 mahasiswa akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura sebagai informan kunci. Hasil wawancara tentang *creative accounting* kemudian dianalisis dengan teori etika bisnis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *creative accounting* tidak dapat diterima dari teori etika deontologi, teori etika utilitarianisme, dan teori etika egoisme etis. Mahasiswa juga menganggap bahwa *creative accounting* adalah perbuatan yang tidak etis.

**Abstract: Accounting Students Perceptions about Creative Accounting Practices.** This study aims to determine the students' perceptions about the accounting practices of creative accounting viewed from business ethics theory. This research was conducted with descriptive qualitative method. Data was collected by interview to 5 accounting students of the Faculty of Economics, University Trunojoyo as key informants. Results of interviews on creative accounting was then analyzed by employing theory of business ethics. The results of this study showed that creative accounting can not be accepted from ethics theory of deontology, utilitarianism, and ethical egoism. Students also perceived that creative accounting is unethical act.

**Kata kunci:** Persepsi, Mahasiswa akuntansi, *Creative accounting*, Teori etika bisnis

Akuntansi dengan standar yang berlaku adalah alat yang digunakan manajemen dengan bantuan akuntan untuk menyajikan laporan keuangan. Praktik akuntansi tentunya tidak terlepas dari kebijakan manajemen dalam memilih metode yang sesuai dan diperbolehkan. Sulistiawan (2006) menyatakan bahwa prinsip akuntansi berlaku umum juga memberikan keleluasaan bagi para manajer untuk memilih metode akuntansi yang digunakannya dalam menyusun laporan keuangan. Dalam proses penyajian laporan keuangan, potensial sekali terjadi asimetri informasi atau aliran informasi yang tidak seimbang antara penyaji (manajemen) dan penerima informasi (*investor* dan kreditor). Dalam hal ini manajemen berpotensi memanfaatkan in-

formasi yang dimiliki untuk mengambil keuntungan maksimal.

Akuntansi kreatif (*creative accounting*) tumbuh dan berkembang karena adanya tekanan dari pemilik perusahaan (*principal*) untuk memaksimalkan dan mengeliminasi masalah akuntansi yang terjadi. Widarto *et al.* (2010) menunjukkan bahwa budaya kerja perusahaan telah mempengaruhi praktik akuntansi dan praktik akuntansi kreatif perusahaan. Praktik akuntansi kreatif ini banyak disebabkan oleh adanya tuntutan dan adanya campur tangan direksi dengan tujuan untuk mereduksi permasalahan akuntansi. Akuntansi kreatif (*creative accounting*) merupakan usaha sebuah organisasi atau badan usaha untuk memanfaatkan teknik dan kebijakan akuntansi guna mendapatkan ha-



sil yang diinginkan (Sulistiawan 2006). *Creative accounting* merupakan proses di mana beberapa pihak menggunakan kemampuan pemahaman pengetahuan akuntansi dan menggunakannya untuk memanipulasi pelaporan keuangan.

Masih terdapat perbedaan pendapat tentang penerimaan praktik akuntansi kreatif sendiri. Sulistawan (2006) menyatakan bahwa praktik akuntansi kreatif (*creative accounting practice*) dianggap sebagai tindakan yang tidak etis, bahkan merupakan bentuk dari manipulasi informasi sehingga menyesatkan penggunaannya. Tetapi dalam pandangan teori akuntansi positif, sepanjang akuntansi kreatif (*creative accounting*) tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip akuntansi yang berterima umum, tidak ada masalah yang harus dipersoalkan, asalkan tidak ada asimetri informasi antara pelaku akuntansi kreatif (*creative accounting*) dan pengguna informasi keuangan. Seperti yang disampaikan Aviyanti (2006), praktik-praktik akuntansi kreatif (*creative accounting practice*) tidak mudah untuk dibuktikan karena beberapa bentuk akuntansi kreatif memang secara akuntansi tidak bertentangan.

Dalam pandangan etika, akuntansi kreatif (*creative accounting*) dipengaruhi oleh kerangka ekonomi yang bertujuan untuk *self-interest*. Hal ini mungkin sah-sah saja dilakukan sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip akuntansi berterima umum. Walaupun demikian, masih menjadi perdebatan apakah *creative accounting* memang sesuatu yang benar untuk dilakukan. Pandangan tentang *creative accounting* ini dilakukan salah satu caranya dengan memberikan pemahaman dini di dunia akademis, yaitu kepada mahasiswa akuntansi yang nantinya akan terjun ke dunia bisnis.

Mahasiswa akuntansi merupakan calon-calon akuntan di masa mendatang yang juga memahami dunia akuntansi itu sendiri meskipun masih dalam tataran teoritis, namun hal ini tidak boleh dianggap masalah kecil. Oleh karena itu, peneliti merasa perlu untuk mengetahui persepsi mahasiswa akuntansi tentang praktik akuntansi kreatif. Tentu akan menarik untuk mengetahui tanggapan mahasiswa akuntansi mengenai fenomena-fenomena praktik akuntansi kreatif. Dalam penelitian ini Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura merupakan obyek penelitian karena pada kurikulum perkuliahan program studi akuntansi pada Universitas

Trunojoyo Madura sudah ada mata kuliah Etika Bisnis dan mata kuliah Akuntansi Forensik. Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa akuntansi tentang praktik *creative accounting* ditinjau dari teori etika bisnis.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Moleong (2007) definisi metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Salah satu karakteristik dari penelitian kualitatif adalah deskriptif. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Penelitian deskriptif ini diharapkan dapat memperoleh gambaran secara menyeluruh dan sistematis mengenai persepsi mahasiswa akuntansi tentang praktik akuntansi kreatif (*creative accounting practice*) ditinjau dari etika bisnis.

Pada penelitian ini menggunakan data primer berupa data-data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan pihak terkait pada obyek penelitian tersebut, yakni peneliti terjun langsung ke obyek penelitian yaitu Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura. Dalam penelitian ini Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura merupakan obyek penelitian karena pada kurikulum perkuliahan program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura sudah ada mata kuliah Etika Bisnis dan mata kuliah Akuntansi Forensik. Sumber data yang diperoleh secara tidak langsung berupa bahan pustaka yang berhubungan langsung dengan penelitian ini.

Obyek penelitian ini adalah mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura yang dianggap mampu oleh peneliti dengan kriteria mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura yang sudah menempuh mata kuliah Etika Bisnis dan Profesi (minimal dengan nilai B) dan sudah menempuh mata kuliah Akuntansi Forensik (minimal dengan nilai B). Jumlah informan pada penelitian ini adalah lima orang.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan do-

kumentasi Menurut Bungin (2001: 133) metode wawancara juga biasa disebut dengan metode *interview* atau disebut sebagai metode wawancara. Metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa. Penelitian ini menerapkan jenis wawancara pembicaraan informal. Pelaksanaan wawancara dan pengurutan pertanyaan disesuaikan dengan keadaan mahasiswa, sehingga bergantung pada spontanisitasnya dalam mengajukan pertanyaan kepada yang diwawancarai.

Dokumentasi menurut Arikunto (2002) adalah pencarian data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasati, notulen rapat, *lengger*, agenda, dan sebagainya. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dengan cara mengumpulkan bahan-bahan tertulis yang berkaitan dengan masalah yang diteliti baik dengan membaca surat-surat atau dengan cara mengambil literatur dari buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini data-data yang diperoleh dapat berupa literatur yang berkaitan dengan materi penelitian yakni tentang persepsi mahasiswa akuntansi tentang praktik akuntansi kreatif (*creative accounting practice*).

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisir dalam suatu pola, kategori dan suatu uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja (Moleong 2007). Setelah data-data terkumpul peneliti menganalisis data dengan menggunakan model Miles and Huberman (1994) yaitu reduksi data, penyajian data dan simpulan.

Pertama, mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan hal ini mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Peneliti merangkum dan memilih hal-hal yang pokok dari hasil wawancara tentang praktik akuntansi kreatif ditinjau dari teori etika bisnis.

Kedua, penyajian data (*data display*) dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dengan menyajikan data,

maka peneliti akan mudah untuk memahami apa yang terjadi, dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Setelah peneliti mereduksi data, kemudian peneliti menyajikan hasil wawancara tersebut dalam bentuk uraian singkat. Hal itu dilakukan untuk memudahkan peneliti menyimpulkan hasil wawancara tersebut. Dalam penelitian ini penyajian data dilakukan dengan membaca keseluruhan informasi tentang *creative accounting*, membuat suatu uraian terperinci mengenai kasus dan konteksnya, dan penyajian data berupa deskriptif naratif agar dapat diambil suatu simpulan.

Ketiga, simpulan (verifikasi) merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis, atau teori. Setelah peneliti melakukan dua langkah sebelumnya. Selanjutnya peneliti menyimpulkan hasil dari penelitian dan menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Alat analisis yang dipakai dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teori etika bisnis teleologi yang terdiri dari teori etika *utilitarisme* dan teori *egoisme* etis serta dengan menggunakan teori etika bisnis deontologi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada mulanya laporan keuangan bagi suatu perusahaan hanyalah sebagai alat penguji dari pekerjaan bagian pembukuan, tetapi untuk selanjutnya laporan keuangan tidak hanya sebagai alat penguji saja tetapi juga sebagai dasar untuk dapat menentukan atau menilai posisi keuangan perusahaan tersebut, dimana dengan hasil analisa tersebut pihak-pihak yang berkepentingan mengambil suatu keputusan.

Sesuai Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No.1 (PSAK No. 1 tentang penyajian laporan keuangan), laporan keuangan terdiri dari neraca (*balance sheet*), laporan laba rugi (*income statement*), laporan arus kas (*cash flow statement*), laporan perubahan ekuitas (*stock-holders equity statement*), dan catatan atas laporan keuangan (*notes to financial statement*).

Praktik akuntansi kreatif (*creative accounting practice*) menurut Amat *et al.* (1999) adalah sebuah proses dimana beberapa pihak menggunakan kemampuan pemahaman

an pengetahuan akuntansi (termasuk di dalamnya standar, teknik dsb) dan menggunakannya untuk memanipulasi pelaporan keuangan. Menurut Sulistawan (2003) *creative accounting* adalah aktifitas badan usaha untuk memanfaatkan teknik dan kebijakan akuntansi guna mendapatkan hasil yang diinginkan, seperti penyajian nilai laba atau aset yang lebih tinggi atau lebih rendah tergantung motivasi mereka melakukannya.

Menurut Myddelton (2009), akuntan yang dianggap kreatif adalah akuntan yang dapat menginterpretasikan *grey area* standar akuntansi untuk mendapatkan manfaat atau keuntungan dari interpretasi tersebut. Dari segi teori akuntansi, metode yang paling baik adalah metode yang dapat mempertemukan antara penghasilan dan beban sesuai dengan prinsip akuntansi. Namun dalam tatanan *creative accounting practice* dapat berbeda sesuai dengan kepentingan yang memberikan manfaat paling besar (Avianti 2006). Oleh sebab itu, *creative accounting practice* dalam pemilihan metode akuntansi tidak hanya selalu berdasar pada konsep untuk mempertemukan antara pendapatan dan beban, tapi lebih banyak didorong oleh motif tertentu, seperti manajer berkeinginan menaikkan laba atau menurunkan pelaporan laba.

*Creative accounting* yang dilakukan pada neraca biasanya adalah mengubah metode akuntansi. Metode akuntansi merupakan pilihan-pilihan yang disediakan oleh standar akuntansi (*accounting choice*) dalam menilai asset perubahan. Metode yang digunakan sebagai *creative accounting* dalam neraca adalah mengubah metode penyusutan asset tetap (garis lurus atau saldo menurun). Sulistiyawan (2011) menyatakan bahwa jika ingin laba naik, mesin baru harus disusutkan menggunakan metode garis lurus dan mesin lama diubah metode penyusutannya dari metode garis lurus menjadi metode saldo menurun.

Pemilihan atas metode akuntansi tertentu akan memberikan *outcome* yang berbeda, baik bagi manajemen, pemilik perusahaan maupun pemerintah. Manajer cenderung memilih menggunakan metode garis lurus dibandingkan saldo menurun, karena metode garis lurus akan memberikan laba yang lebih besar dibandingkan laba dari metode saldo menurun pada awal periode penyusutan. Metode garis lurus akan mengalokasikan biaya depresiasi dengan jumlah yang sama sepanjang masa manfaat, se-

dangkan metode saldo menurun akan membebankan biaya yang lebih besar pada awal periode pembebanan.

*Creative accounting* yang dilakukan dengan pemilihan metode penyusutan aset tetap antara garis lurus (*straight line method*) dan saldo menurun (*declining balance method*) adalah biasanya perusahaan akan memilih menggunakan metode garis lurus untuk aset tetap baru, sedangkan untuk aset tetap yang lama perusahaan akan mengubah metode dari garis lurus menjadi metode saldo menurun. Hal ini akan menyebabkan laba perusahaan akan naik pada tiga periode mendatang. Dan biaya depresiasi pada tahun berjalan akan tidak begitu besar karena pemilihan metode penyusutan garis lurus pada asset tetap baru.

Menurut Mulford dan Comiskey (2002) *creative accounting* pada neraca juga biasanya dilakukan dengan cara pelaporan keliru atas aktiva dan utang (*misreported assets and liabilities*). Dalam kategori ini, termasuk di dalamnya harta yang tidak di amortisasi, yaitu: piutang, persediaan, dan investasi. Biaya dan rugi dapat diperkecil dengan cara menilai harta-harta tersebut lebih tinggi (*overvaluation*). Biaya operasi dapat dikurangi dengan cara menilai lebih tinggi (*overestimating*) kemungkinan tertagihnya piutang dagang, penyisihan piutang ragu-ragu. Rugi dapat dibatalkan cara tidak menghapus *inventory* yang lambat berputar (*slow-moving*) atau investasi yang nilainya semakin menurun dan diharapkan tidak dapat pulih kembali. Termasuk dalam kategori ini adalah langkah-langkah yang dilakukan untuk menggelembungkan laba dengan cara memperkecil (*understate*) utang.

Dalam praktiknya *creative accounting* sering kali dilakukan dan cenderung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Tabel 1 menjelaskan contoh-contoh praktik akuntansi kreatif.

Secara akuntansi, laporan laba rugi dan neraca disusun menggunakan prinsip berbasis akrual (*accrual basis*), yaitu pencatatan disusun berdasarkan pada saat terjadi transaksinya, bukan pada saat menerima atau mengeluarkan kas (Sulistiawan 2011). Dalam hal ini perusahaan akan mengakui transaksi pada saat terjadinya transaksi. Misalnya, perusahaan menjual barangnya secara kredit sehingga belum menerima kas. Meskipun demikian, perusahaan dapat mengakui transaksi tersebut sebagai penjualan dalam laporan laba ruginya dan mengakui sebagai piutang dalam neracanya.

**Tabel 1. Contoh-Contoh Praktik Akuntansi Kreatif (Mulford & Comiskey 2002)**

<b>Perusahaan</b>	<b>Praktik Akuntansi Kreatif</b>
Advance Medical Products, Inc AAER No. 812, Sept. 5, 1999	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengakui pendapatan atas pengiriman barang ke kantor perwakilan-barang masih milik perusahaan</li> <li>• Periode akuntansi tidak ditutup sehingga terus membukukan penjualan</li> <li>• Mengakui pendapatan atas penjualan tanpa mengirim barang yang dipesan (pembeli)</li> <li>• Mengakui pendapatan/ atas seluruh penjualan yang pengirimannya tidak sekaligus</li> </ul>
Cendant Corporation AAER No. 1272 . June. 12, 2000	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menilai terlalu rendah cadangan dan menilai cadangan menjadi pendapatan</li> <li>• Menilai terlalu tinggi cadangan-akuisisi kemudian dijadikan pendapatan.</li> <li>• Tidak membukukan pembatalan dan pengembalian iuran keanggotaan.</li> <li>• Membebaskan penghapusan harta dengan lawan cadangan akuisisi.</li> </ul>
Chambers Development AAER No. 767, March. 5, 1996	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kapitalisasi biaya tidak benar, terutama biaya bunga.</li> </ul>
First Merchants Acceptance Corp. AAER No. 1166, Sept. 28, 1999	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menilai terlalu rendah cadangan kerugian pinjaman dengan jalan salah menyajikan pembayaran kredit</li> </ul>
Hybrid/Ikon Inc. AAER No. 1281, June 29, 2000	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengakui pendapatan dari transaksi penjualan dengan <i>side letter</i> yang memberikan hak pada pembeli untuk meretur barang</li> </ul>
Informix Corp. AAER No 11215, Jan. 11, 2000	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengakui pendapatan atas transaksi dengan pelanggan penjual (bukan end-user) yang memiliki kredibilitas</li> </ul>
Intile Design, Inc. AAER No 1259, May 23, 2000	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menilai terlalu rendah persediaan akhir agar pajak property mengecil</li> </ul>
Pepsi-Cola P.R. AAER, No. 1171, Sept. 28, 1999	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menilai terlalu rendah cadangan diskon penjualan</li> </ul>
System Software Associates, Inc. AAER No. 1285, July, 14, 2000	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengakui pendapatan atas penjualan yang jelas apakah produk yang dikirim sudah diterima oleh pelanggan, kemungkinan tertagihnya harga kontrak dan hutang pada supplier</li> </ul>

<sup>a</sup> AAER adalah (divisi) penegakan (peraturan) akuntansi dan audit di the SEC (Bapepam AS) diterbitkan sesuai tanggal yang tertera

Begitu juga ketika perusahaan menggunakan jasa periklanan (*advertising*). Walaupun belum membayar jasa tersebut, perusahaan dapat mengakuinya sebagai biaya untuk mengurangi laba pada suatu periode. Hal ini dapat juga muncul dari transaksi nonkas, seperti penyusutan aset tetap. Ketika perusahaan mengakui biaya penyusutan atas aset tetap, maka akan terjadi penurunan laba, walaupun hal tersebut

bukan merupakan transaksi yang berhubungan dengan kas.

Dalam laba rugi *creative accounting* dilakukan dengan cara mengubah periode pengakuan pendapatan dan biaya. Teknik ini dilakukan untuk mempercepat atau menunda pengakuan pendapatan dan biaya dengan cara menggeser pendapatan dan biaya ke periode berikutnya agar memperoleh laba maksimum (Sulistiawan 2011).

Menurut Mulford dan Comiskey (2002), *creative accounting* sering dimulai pada pengakuan pendapatan. Hal ini tidak mengherankan karena laporan laba-rugi sudah terkenal dan mempunyai dampak langsung pada angka laba. Sebenarnya pendapatan prematur atau fiktif merupakan komponen yang tidak dapat dibuang dalam permainan angka-angka keuangan. Hal ini dapat dipahami bahwa pendapatan dapat dilembungkan atau secara positif telah mempengaruhi laba dan mencerminkan daya pendapatan yang lebih tinggi.

Pengakuan pendapatan prematur adalah pengakuan pendapatan berdasarkan penjualan yang benar atau sah, namun saatnya dimajukan. Sedangkan pendapatan fiktif adalah pengakuan pendapatan yang tidak ada atau tidak terjadi penjualannya (Mulford dan Comiskey 2002). Pendapatan dari barang yang sudah dipesan namun belum dikirim bisa saja telah diakui sebagai pendapatan. Tindakan ini merupakan tindakan pengakuan pendapatan prematur. Yang lebih agresif, pesanan mungkin memang dikirim, tapi pendapatannya telah diakui di muka, yaitu sebelum penjualan diterima. Jika pesanan sedang sepi, tindakan ini akan berakibat pada pengakuan pendapatan fiktif.

*Creative accounting* lainnya yang dilakukan pada laporan laba rugi adalah kapitalisasi yang agresif dan kebijakan amortisasi yang terlalu lebar (*aggressive capitalization & extended amortization policies*). Agar laba menjadi lebih tinggi maka dapat dilakukan dengan cara memperbesar pendapatan dan memperkecil biaya (Mulford dan Comiskey 2002). Dalam kategori ini, kapitalisasi agresif dan kebijakan memperpanjang umur amortisasi, perusahaan memperkecil biaya dengan cara melakukan kapitalisasi biaya atau memperpanjang umur amortisasi. Misalnya harga peralatan yang dibeli untuk dipakai, dikapitalisasi di akun peralatan, kemudian didepresiasi atau diamortisasi sepanjang umurnya. Bila sudah dikapitalisasi, suatu biaya diubah menjadi harta yang akan diamortisasi sepanjang umurnya.

*Creative accounting* juga disinyalir dilakukan oleh *agent* dalam hubungannya antara *principal-agent*. Penelitian Watts dan Zimmerman (1986) secara empiris membuktikan bahwa hubungan *principal* dan *agent* sering ditentukan oleh angka akuntansi. Hal ini memacu *agent* untuk memikirkan bagaimana angka-angka akuntansi tersebut

dapat digunakan sebagai sarana untuk memaksimalkan kepentingannya.

Pembacaan Wahyudin (2003) atas asumsi *agency theory* mengemukakan bahwa masing-masing individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara *principal* dan *agent*. *Principal* termotivasi mengadakan kontrak untuk menyejahterakan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat, sedangkan *agent* termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya.

Perbedaan kepentingan ekonomis ini bisa saja disebabkan ataupun menyebabkan timbulnya *information asymmetry* (kesenjangan informasi) antara Pemegang Saham (*Stakeholders*) dan organisasi. Deskripsi bahwa manajer adalah agen bagi para pemegang saham atau dewan direksi adalah benar sesuai teori agensi. Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa teori keagenan mendeskripsikan pemegang saham sebagai *prinsipal* dan manajemen sebagai agen. Manajemen merupakan pihak yang dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham. Untuk itu manajemen diberikan sebagian kekuasaan untuk membuat keputusan bagi kepentingan terbaik pemegang saham.

Laporan Arus Kas, *creative accounting* yang dilakukan pada laporan arus kas biasanya adalah masalah atas pelaporan arus kas (*problems with cash-flow reporting*). Menurut Mulford dan Comiskey (2002) perusahaan dapat melaporkan daya pendapatan lebih tinggi tidak hanya dengan jalan melaporkan pendapatan lebih tinggi, namun dapat juga dengan cara melaporkan adanya arus kas yang langgeng (*sustainable*). Laporan arus kas menyajikan arus kas dalam tiga bagian, yaitu: kas untuk dan dari kegiatan operasi, kegiatan investasi, dan kegiatan pendanaan. Kualitas potensi memperoleh kas yang baik mencerminkan adanya daya pendapatan yang nyata.

Arus kas operasi dapat dilembungkan dengan cara mengubah biaya operasi menjadi arus kas investasi atau pendanaan. Cara yang sama, arus kas masuk dari investasi atau pendanaan dapat diubah menjadi arus kas operasi. Langkah ini tidak akan mengubah total perubahan arus kas (Mulford dan Comiskey 2002). Beberapa pedoman arus kas operasi mengakibatkan jumlah arus kas operasi salah dimengerti. Misalnya, arus kas masuk operasi di dalamnya

termasuk arus kas *nonrecurring* yang timbul dari komponen pendapatan operasi, akibat terjadi pemberhentian operasi atau kegiatan (*discontinued operations*). Selain itu, semua pajak pendapatan dilaporkan arus kas operasi, termasuk pajak-pajak yang terkait dengan kegiatan investasi dan pendanaan.

Mulford dan Comiskey (2002) mengemukakan bahwa semua masalah yang mengakibatkan arus kas operasi menjadi kurang efektif sebagai alat menilai kinerja keuangan digolongkan sebagai masalah pada laporan arus kas. Peraturan akuntansi atas pelaporan arus kas yang mungkin salah dimengerti digabung dengan adanya tindakan manajemen melakukan penggelembungan arus kas operasi dapat memberikan sinyal salah dan menyesatkan

Laporan Perubahan Ekuitas, informasi yang ada dalam laporan perubahan ekuitas adalah saldo awal, mutasi, dan saldo akhir dari akun-akun ekuitas yang secara umum sudah diinformasikan dalam neraca. Beberapa akun yang berhubungan antara lain laba/rugi bersih, saldo akumulasi laba, dan transaksi modal pemilik, termasuk dividen.

Dalam pelaporan informasi keuangan, setiap laporan keuangan memiliki hubungan dalam pencatatannya, karena akun-akun dalam setiap laporan keuangan berhubungan. Jika pada laporan keuangan laba rugi sudah dimanipulasi maka nilai saldo akumulasi laba pada laporan ekuitas pemilik bukan nilai sebenarnya. Karena nilai saldo laba pada laporan ekuitas pemilik merupakan mutasi dari laba-rugi.

Catatan atas Laporan Keuangan, catatan atas laporan keuangan memberikan penjelasan pada laporan keuangan yang disajikan. Jadi jika laporan yang disajikan memberikan informasi yang menyesatkan, maka dalam catatan atas laporan keuangan juga mengandung informasi yang menyesatkan disebabkan karena *creative accounting* yang dilakukan pada laporan keuangan yang lain.

Hubungan Informasi Laporan Keuangan dengan *Creative Accounting*. Laporan keuangan bertujuan untuk menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu entitas yang bermanfaat bagi sejumlah besar pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomi. Para pemakai informasi akuntansi melalui neraca dapat mengetahui dampak keuangan dari transaksi-transaksi atau kejadian ekonomi yang terjadi selama

periode yang bersangkutan terhadap stabilitas perusahaan secara keseluruhan.

Melalui informasi yang disajikan dalam neraca, para pemakai dapat membuat suatu keputusan ekonomi mengenai rencana atau strategi selanjutnya akan dipakai demi menjaga usaha kelangsungan tersebut. Untuk mengetahui posisi keuangan dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pemakai dapat melihat laporan laba rugi. Pemakai dapat mengidentifikasi dengan segera prospek perusahaan dimasa yang akan datang dan apakah akan melanjutkan atau menghentikan aliran investasinya.

Transaksi atau peristiwa ekonomi yang terjadi membawa pengaruh yang berbeda-beda terhadap posisi keuangan perusahaan dan juga terhadap modal yang dimiliki perusahaan. Untuk mengetahui dengan lebih jelas, pemakai dapat melihatnya didalam laporan perubahan modal. Informasi yang disajikannya dapat digunakan untuk mengendalikan dan atau mengawasi aktiva-aktiva yang dimiliki perusahaan sebagai modal kelangsungan usaha.

Laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan dapat digunakan sebagai rujukan para pemakai dalam mengambil suatu keputusan ekonomi dengan menilai apakah kinerja keuangannya sehat dan seimbang, dan apakah segala sesuatunya telah sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Apabila telah sesuai, perusahaan dapat menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan memenuhi berbagai kewajibannya sehingga tingkat profitabilitas dan akuntabilitasnya dapat membuat investor percaya sepenuhnya.

Dari informasi akuntansi yang sudah disebutkan, ada informasi yang lebih diminati oleh pihak-pihak yang menggunakan informasi akuntansi tersebut. Informasi laba adalah informasi yang paling diminati diantara informasi yang lain dalam laporan keuangan, seharusnya laba ini akan dijadikan acuan untuk mengambil keputusan. Informasi laba juga digunakan pihak pengguna informasi tersebut dalam pengambilan keputusan. Chen *et al.* (2005) menyatakan bahwa terjadi reaksi harga dan volume perdagangan saham pada sekitar tanggal publikasi laba di bursa saham China. Makin cepat publikasi laba diumumkan, reaksi pasarnya lebih besar. Namun, makin lambat publikasi laba diumumkan, reaksi pasarnya makin kecil. Hal ini menunjukkan bahwa publikasi laba adalah informasi

yang ditunggu oleh investor saham. Namun, informasi laba yang terlambat diumumkan dianggap sebagai informasi yang kadaluwarsa sehingga hilang maknanya bagi investor saham.

Hal senada juga disampaikan Alvia *et al.* (2011) yang menyatakan bahwa ketika terjadi publikasi laba, terjadi juga reaksi harga dan volume perdagangan saham. Hal ini menunjukkan bahwa informasi laba sangat relevan dalam pengambilan keputusan. Pengguna informasi akuntansi akan sangat tertarik melihat laba perusahaan yang tinggi. Sehingga manajemen perusahaan melakukan berbagai cara agar laba perusahaan sesuai dengan harapan manajemen perusahaan, meskipun informasi laba itu tidak dilaporkan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Hal ini terjadi karena naturi manusia cenderung untuk mengutamakan diri sendiri. Selain itu objektivitas dapat berkurang atau bahkan menghilang ketika terjadi konflik kepentingan.

Demi mendapatkan laba yang optimal, pengelola perusahaan cenderung menggunakan kebijakan akuntansi yang lebih agresif atau setidaknya mereka memiliki kebijakan akuntansi yang paling menguntungkan bagi mereka. Bahkan, jika perlu, mereka menunda aktivitas riil atau rencana perusahaan yang lebih penting demi mengurangi biaya sekaligus meningkatkan laba.

Dalam dunia bisnis, fenomena oportunitis diungkap dalam teori keagenan (*agency theory*). Teori ini menyatakan bahwa setiap individu memiliki kecenderungan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya secara maksimal. Secara konsep, teori ini menjelaskan hubungan atau kontrak antara pemegang saham (*principal*) dan manajer atau pengelola perusahaan (*agent*). Dalam kontrak tersebut, manajer secara moral bertanggung jawab memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Namun di sisi lain, manajer juga memiliki kepentingan pribadi untuk mengoptimalkan kesejahteraan mereka melalui pencapaian bonus yang dijanjikan oleh pemegang saham. Hal ini akan memicu manajemen untuk melakukan *creative accounting* untuk kepentingan mereka. *Creative accounting* menggambarkan kemungkinan alternatif penyajian laporan keuangan yang berbeda jika dikerjakan dengan cara yang berbeda.

Dalam praktiknya, manusia mengimplementasikan *creative accounting* seba-

gai bagian dari perilaku manusia untuk mencapai tujuannya. Namun, tidak dapat dipastikan apakah penggunaan pemilihan kebijakan akuntansi adalah untuk tujuan yang baik atau tidak baik. Manusialah yang menggunakannya, dan dalam hal ini akuntansi adalah bagian dari alat manusia untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai keinginannya.

**Pola Creative Accounting dalam Persepsi Mahasiswa Akuntansi.** Pertama, pola *taking a bath accounting*. *Taking Bath* atau disebut juga '*big bath*'. Menurut Scott (1997) pola ini dapat terjadi selama ada tekanan organisasional pada saat pergantian manajemen baru yaitu dengan mengakui adanya kegagalan atau defisit dikarenakan manajemen lama dan manajemen baru ingin menghindari kegagalan tersebut. Teknik ini juga dapat mengakui adanya biaya-biaya pada periode mendatang dan kerugian periode berjalan ketika keadaan buruk yang tidak menguntungkan yang tidak bisa dihindari pada periode berjalan. Konsekuensinya, manajemen melakukan pembersihan diri dengan membebaskan perkiraan-perkiraan biaya mendatang dan melakukan *clear the decks*. Akibatnya laba periode berikutnya akan lebih tinggi dari seharusnya. pola ini dilakukan dengan cara mengatur laba perusahaan tahun berjalan menjadi sangat tinggi atau rendah dibandingkan laba periode sebelumnya atau tahun berikutnya. Pola ini biasanya dipakai pada perusahaan yang sedang mengalami masalah organisasi atau sedang dalam proses pergantian pimpinan manajemen perusahaan. Pada perusahaan yang baru mengalami pergantian pimpinan, jika perusahaan berada dalam kondisi yang tidak menguntungkan sehingga harus melaporkan kerugian, manajer baru cenderung bersemangat melaporkan nilai kerugian dalam jumlah yang sangat ekstrem agar pada periode berikutnya dapat melaporkan laba sesuai target.

Caranya adalah melakukan penghapusan (*write off*) terhadap asset tertentu dan membebaskan biaya-biaya periode mendatang ke periode tahun berjalan. Hal ini dilakukan semata-mata untuk memperoleh kinerja yang lebih baik pada masa mendatang saat kondisi perekonomian lebih menguntungkan. Menurut hasil wawancara dengan salah seorang mahasiswa akuntansi Universitas Trunojoyo Madura, Nikmah (bukan nama sebenarnya) berpendapat bahwa:



“*Taking a bath accounting* merupakan sebuah bentuk manipulasi. Karena dengan tindakan melakukan pembersihan diri yang dilakukan oleh manajemen baru untuk menghindari kegagalan manajemen lama perusahaan akan berdampak laba yang lebih tinggi pada perusahaan di periode berikutnya. Dan ini dilakukan untuk kepentingan perusahaan saja.”

Mahasiswa akuntansi menganggap bahwa *taking a bath accounting* hanya dilakukan untuk kepentingan perusahaan saja. *Taking a bath accounting* bisa saja dilakukan meskipun suatu perusahaan tertentu adalah perusahaan *go public*, mungkin mereka akan mengorbankan laporan saat ini dan mengorbankan harga sahamnya. Namun di sisi lain, saat harga saham murah dapat dimanfaatkan orang tertentu untuk mengumpulkan saham ini agar pada periode berikutnya harga saham akan naik. Kenaikan harga saham berikutnya pastilah ditunjang dengan menarik biaya mendatang ke dalam periode saat ini atau menunda penjualan saat ini agar diakui pada periode berikutnya.

**Pola Income Minimization.** Menurut Scott (1997) cara ini mirip dengan ‘*taking bath*’ tetapi kurang ekstrem. Pola ini dilakukan pada saat profitabilitas perusahaan sangat tinggi dengan maksud agar tidak mendapatkan perhatian oleh pihak-pihak yang berkepentingan (aspek *political-cost*). Kebijakan yang diambil dapat berupa *write-off* atas barang modal dan aktiva tak berwujud, pembebanan biaya iklan, biaya riset dan pengembangan, metode *successful-efforts* untuk perusahaan minyak bumi dan sebagainya. Penghapusan tersebut dilakukan bila dengan teknik yang lain masih menunjukkan hasil operasi yang kelihatan masih menarik minat pihak-pihak yang berkepentingan. Tujuan dari penghapusan ini adalah untuk mencapai suatu tingkat *return on assets* yang dikehendaki.

Pola ini dilakukan dengan menjadikan laba periode tahun berjalan lebih rendah dari laba sebenarnya. Secara praktis, pola ini relatif sering dilakukan dengan motivasi perpajakan dan politis. Agar nilai pajak yang dibayarkan tidak terlalu tinggi, manajer cenderung menurunkan laba periode tahun berjalan, baik melalui penghapusan aset tetap maupun melalui pengakuan

biaya-biaya periode mendatang ke periode tahun berjalan. Melalui hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi Universitas Trunojoyo Madura, Irwan (nama disamarkan), dia berpendapat bahwa:

“Dengan meminimalisasi laba maka pajak perusahaan akan lebih kecil. Laporan keuangan juga tidak dilaporkan secara jujur. Ini jelas merupakan sebuah pelanggaran.”

Dari hasil wawancara dengan Irwan menjelaskan bahwa mahasiswa akuntansi Universitas Trunojoyo Madura berpendapat bahwa tindakan meminimalisasi laba sebuah perusahaan dilakukan hanya untuk kepentingan perusahaan saja. Seperti meminimalisasi pajak yang harus dibayar oleh perusahaan. Pendapat tersebut sesuai dengan pernyataan Alvia *et al.* (2011) yang menyatakan bahwa tindakan *creative accounting* tidak hanya terjadi pada perusahaan *go public* dan selalu untuk kepentingan harga saham, tetapi juga untuk kepentingan perpajakan. Kepentingan ini didominasi oleh perusahaan yang belum *go public*. Perusahaan yang belum *go public* cenderung melaporkan dan menginginkan untuk menyajikan laporan laba fiskal yang lebih rendah dari nilai yang sebenarnya. Kecenderungan ini memotivasi manajer untuk bertindak kreatif melakukan tindakan manajemen laba agar seolah-olah laba fiskal yang dilaporkan memang lebih rendah tanpa melanggar aturan dan kebijakan akuntansi perpajakan. Perilaku seperti ini bukanlah perilaku unik yang umum terjadi, di mana manusia yang bersifat oportunistis cenderung ingin mendapatkan hasil sebanyak-banyaknya dengan mengeluarkan sumber daya serendah-rendahnya. Kasus pajak yang melibatkan Gayus H. Tambunan dan beberapa perusahaan di Indonesia, sebenarnya menunjukkan bahwa permainan pajak adalah perilaku manusia dengan menggunakan akuntansi sebagai salah satu media.

*Income minimization* juga dilakukan untuk motivasi politis. Agar tidak menjadi pusat perhatian yang akan menimbulkan biaya politis yang tinggi, manajer sering kali memilih untuk melaporkan laba yang rendah dari laba yang seharusnya dilaporkan. Contoh motivasi politis ini bisa terjadi pada instansi yang mengharapkan mendapatkan bantuan dari pemerintah atau sumber danalainnya. Demi menjaga konsistensi bantuan dan subsidi manajer

cenderung menurunkan laba karena khawatir jika kinerja baik, sahamnya akan dijual atau tidak mendapatkan bantuan. Melalui hasil wawancara dengan James (nama disamarkan) salah seorang Mahasiswa Akuntansi Universitas Trunojoyo Madura, yang menyatakan bahwa:

“Meminimalisasi laba bertujuan untuk kepentingan tertentu perusahaan dan dilakukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu.”

Jadi, pada aspek politis ini, manajer cenderung melakukan *creative accounting* untuk menyajikan laba yang lebih rendah dari nilai yang sebenarnya, terutama selama periode kemakmuran tinggi. Hal ini dilakukan untuk mengurangi laba perusahaan sehingga tidak menarik perhatian pemerintah, media, atau konsumen yang dapat menyebabkan meningkatnya biaya politis perusahaan. Rendahnya biaya politis akan menguntungkan manajemen.

Selain itu, meminimalisasi laba juga bisa terjadi karena adanya pelanggaran perjanjian utang. Herawati dan Baridwan (2007) menyatakan bahwa manajemen perusahaan yang melanggar perjanjian utang melakukan manajemen laba lebih besar daripada perusahaan kontrol pada periode sebelum dan saat terjadinya pelanggaran utang. Tujuannya meminimalisasi laba disini adalah menunjukkan kesulitan perusahaan untuk memperoleh waktu yang lebih baik dalam negosiasi kontrak ulang kepada kepada kreditor. Dan juga adanya jaminan dari kreditor bahwa perusahaan akan mendapat jaminan pembebasan tuntutan pelanggaran perjanjian utang.

Pola *Income Maximization*. Maksimalisasi laba dimaksudkan untuk memperoleh bonus yang lebih besar, dimana laba yang dilaporkan tetap dibawah batas atas yang ditetapkan. Pola ini merupakan kebalikan dari pola *income minimization*. Menurut pola ini, manajemen laba dilakukan dengan cara menjadikan laba tahun berjalan lebih tinggi dari laba sebenarnya. Teknik yang dilakukan pada pola ini beragam. Mulai dari menunda pelaporan biaya-biaya periode tahun berjalan ke periode mendatang, pemilihan metode akuntansi yang dapat memaksimalkan laba, sampai dengan meningkatkan jumlah penjualan dan produksi. Menurut sulistiawan (2003) pola *income maximization* biasanya banyak digunakan oleh perusahaan yang akan

melakukan IPO agar mendapat kepercayaan dari kreditor. Hampir semua perusahaan *go public* meningkatkan laba dengan tujuan menjaga kinerja saham mereka. Motivasi ini banyak digunakan oleh perusahaan yang akan *go public* ataupun sudah *go public*.

Proses penjualan saham perusahaan ke public akan direspons positif oleh pasar ketika penerbit saham (emiten) dapat menjual kinerja yang baik. Salah satu ukuran kinerja yang dilihat oleh calon investor adalah penyajian laba pada laporan keuangan perusahaan. Kondisi ini sering kali memotivasi manajer untuk berperilaku kreatif dengan berusaha menampilkan kinerja keuangan yang lebih baik dari biasanya.

Gumanti (2001) mempublikasikan penelitiannya tentang perilaku manajemen laba pada perusahaan manufaktur dengan periode amatan dua tahun sebelum *go public*. Dengan menggunakan model modifikasi De Angelo, ditemukan bukti bahwa terdapat praktik manajemen laba di seputar IPO. Hal ini ditunjukkan dengan kenaikan laba secara signifikan dari manipulasi aktivitas akrual pada dua tahun sebelum IPO pada perusahaan-perusahaan di Bursa Efek Jakarta (sebelum menjadi Bursa Efek Indonesia).

Di Indonesia, Sulistiawan dan Ami (2003) membuat suatu riset tentang IPO. Hasilnya, IPO tahun 1999-2001 menghasilkan laba satu hari (selisih harga di pasar perdana dan harga hari pertama di pasar sekunder) sebesar 70,1%. Perusahaan yang besar asetnya cenderung menghasilkan laba IPO lebih rendah dibandingkan perusahaan kecil (perusahaan dengan nilai aset yang lebih rendah). Jadi, besar perusahaan menunjukkan risikonya rendah sehingga *return* yang diharapkan investor juga rendah. Sebaliknya, perusahaan kecil dianggap memiliki risiko yang relatif lebih besar, sehingga *return* yang diharapkan oleh investor makin besar.

Motivasi yang juga mempengaruhi *income maximization* adalah motivasi bonus. Dalam sebuah perjanjian bisnis, pemegang saham akan memberikan sejumlah insentif dan bonus sebagai *feedback* atau evaluasi atas kinerja manajer dalam menjalankan operasional perusahaan. Insentif ini diberikan dalam jumlah relatif tetap dan rutin. Sementara, bonus yang relatif lebih besar nilainya hanya akan diberikan ketika kinerja manajer berada di area pencapaian bonus yang telah ditetapkan oleh pemegang

saham. Kinerja manajemen salah satunya diukur dari pencapaian laba usaha. Pengukuran kinerja berdasarkan laba dan skema bonus tersebut memotivasi para manajer untuk memberikan performa terbaiknya sehingga tidak menutup peluang mereka melakukan tindakan *creative accounting* agar dapat menampilkan kinerja (*performance*) yang baik demi mendapatkan bonus yang maksimal.

Selain itu, motivasi berikutnya adalah motivasi utang. Perusahaan selain melakukan kontrak bisnis dengan pemegang saham, untuk kepentingan ekspansi perusahaan, manajer seringkali melakukan beberapa kontrak bisnis dengan pihak ketiga, dalam hal ini adalah kreditor. Agar kreditor mau menginvestasikan dananya di perusahaannya, tentunya manajer harus menunjukkan performa yang baik dari perusahaannya. Dan untuk memperoleh hasil maksimal, yaitu pinjaman dalam jumlah besar, perilaku kreatif dari manajer untuk menampilkan *performa* yang baik dari laporan keuangannya pun seringkali muncul. Melalui hasil wawancara dengan Adams (nama disamarkan), ia berpendapat bahwa:

“Memaksimalisasi laba sudah jelas merupakan tindakan kebohongan publik. Laporan yang disajikan tidak sebenarnya hanya akan menguntungkan manajemen perusahaan saja. Dan pastinya akan merugikan pihak-pihak pemakai laporan keuangan tersebut.”

Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa menganggap memaksimalisasi laba adalah sebuah tindakan pelanggaran. Tindakan memaksimalkan laba dalam sebuah perusahaan merupakan tindakan pelaporan keuangan yang sudah dimodifikasi sedemikian rupa dengan memilih kebijakan akuntansi yang memaksimalkan laba dan pelaporannya tidak melaporkan posisi laba yang sebenarnya pada periode tersebut. Selain untuk mendapatkan pinjaman, kasus seperti itu juga berlaku untuk menjaga perjanjian utang. Jika suatu perusahaan mendapatkan dana dari kreditor, perusahaan berkewajiban menjaga rasio keuangannya agar berada pada batas bawah tertentu. Jika hal ini dilanggar, perjanjian utang dibatalkan.

Motivasi berikutnya dalam *income maximization* adalah motivasi pergan-

tian Direksi. Praktik *creative accounting* biasanya terjadi pada sekitar periode pergantian direksi atau *chief executive officer* (CEO). Menjelang berakhirnya masa jabatan, direksi cenderung bertindak kreatif dengan memaksimalkan laba agar performa kerjanya tetap terlihat baik pada tahun terakhir ia menjabat. Perilaku ini ditunjukkan dengan terjadinya peningkatan laba yang cukup signifikan pada periode menjelang berakhirnya masa jabatan. Menurut Sulistiawan, Janu- arsi, dan Alvia (2011) motivasi utama yang mendorong perilaku kreatif tersebut adalah untuk memperoleh bonus yang maksimal pada akhir masa jabatannya.

Pola *Income Smoothing*. Menurut Scott (1997) perataan laba merupakan cara yang paling populer dan sering dilakukan. Perusahaan-perusahaan melakukannya untuk mengurangi volatilitas laba bersih. Perusahaan mungkin juga meratakan laba bersihnya untuk pelaporan eksternal dengan maksud sebagai penyampaian informasi internal perusahaan kepada pasar dalam meramalkan pertumbuhan laba jangka panjang perusahaan.

Pola ini dilakukan dengan mengurangi fluktuasi laba sehingga laba yang dilaporkan relatif stabil. Untuk investor dan kreditor yang memiliki sifat *risk adverse*, kestabilan laba merupakan hal penting dalam pengambilan keputusan. Dalam dunia keuangan, fluktuasi harga saham atau fluktuasi laba merupakan indikator risiko. Demi menjaga agar laba tidak fluktuatif, stabilitasnya harus dijaga. Stabilitas laba ini dapat diperoleh dengan mengombinasikan dua pola tersebut, yaitu meminimalkan atau memaksimalkan laba. *Income smoothing* dapat dikatakan merupakan upaya untuk menetralkan keadaan lingkungan uang yang penuh dengan ketidakpastian.

Tindakan perataan laba atau *income smoothing* merupakan tindakan yang umum atau rasional (Jatiningrum 2000). Praktik perataan laba merupakan fenomena yang umum terjadi sebagai usaha manajemen untuk mengurangi fluktuasi laba yang dilaporkan dalam laporan keuangan.

Menurut Fafa (Mahasiswa Akuntansi Universitas Trunojoyo Madura) menganggap bahwa:

“Menurut saya, tindakan perusahaan untuk meratakan laba pada saat tertentu, jelas merupakan suatu tindakan yang mengabai-

kan rasa kejujuran. Dampak dari tindakan perataan laba ini, dapat memberikan informasi yang palsu kepada para pemakai informasi laporan keuangan tersebut. Dengan perataan laba ini, perusahaan bertujuan untuk memoles arus laba persediaan dengan sedemikian rupa agar nampak mulus. Sehingga dengan melihat laba tersebut, perusahaan akan terkesan tidak beresiko. Tindakan meratakan laba hanya akan menguntungkan pihak perusahaan saja”

Pernyataan Fafa menjelaskan bahwa tindakan *income smoothing* merupakan bentuk manipulasi dan merupakan kebohongan dalam pelaporan keuangan. Tindakan *income smoothing* adalah suatu sarana yang dapat digunakan manajemen perusahaan untuk mengurangi fluktuasi pelaporan penghasilan dan memanipulasi variabel-variabel akuntansi semu atau dengan melakukan transaksi-transaksi riil.

Tindakan perataan laba ini menyebabkan pengungkapan informasi mengenai laba menjadi menyesatkan, sehingga akan mengakibatkan terjadinya kesalahan dalam pengambilan keputusan oleh pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan, khususnya pihak eksternal (Jatiningrum 2000). Perataan laba menjadi suatu hal yang merugikan investor, karena investor tidak akan memperoleh informasi yang akurat mengenai laba untuk mengevaluasi tingkat pengembalian dari portofolionya. Tindakan perataan laba mengakibatkan pengungkapan dalam laporan keuangan menjadi tidak memadai.

*Creative Accounting* Ditinjau dari Teori Etika Bisnis. Menurut pembacaan Wahyudin (2003) etika didefinisikan sebagai sebuah proses, yaitu proses penentuan yang kompleks tentang apa yang harus dilakukan dalam situasi tertentu. Argumen ini didasarkan pada ketidak-setujuan terlalu sederhananya persepsi umum atas pengertian etika yang hanya dianggap pernyataan benar-salah atau baik-buruk. Proses itu sendiri meliputi penyeimbangan pertimbangan sisi dalam (*inner*) dan sisi luar (*outer*) yang disifati oleh kombinasi unik dari pengalaman dan pembelajaran masing-masing individu.

Etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup

seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat. Etika bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, masyarakat.

Secara sederhana yang dimaksud dengan etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku, dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat.

Prinsip-prinsip etika tidak berdiri sendiri, tetapi tercantum dalam suatu kerangka pemikiran sistematis yang disebut “teori.” Secara konkret teori etika sering terfokuskan pada perbuatan (Bartens 2000). Bisa dikatakan juga bahwa teori etika membantu kita untuk menilai keputusan etis. Teori etika menyediakan kerangka yang memungkinkan kita memastikan benar tidaknya keputusan moral kita. Berdasarkan teori etika, suatu keputusan moral yang kita ambil jadi beralasan. Dengan kata lain karena teori etika, suatu tindakan dapat terhindar dari suasana sewenang-wenang.

Masalah utama dalam *creative accounting* ada pada kecenderungan perilaku manusia untuk memenuhi kebutuhan atau kepentingannya sendiri. Alasannya, manusia cenderung memanfaatkan pengetahuan atau informasi yang dimiliki guna mendapatkan tujuannya masing-masing.

Motivasi mengapa manajemen perusahaan melakukan *creative accounting* tidak dapat lepas dari individu sebagai pelakunya. Dengan mengabaikan kepentingan pemakai eksternal atas laporan keuangan bahkan pengabaian kepentingan pemilik perusahaan (*owner*) menunjukkan indikasi kepentingan individu menjadi prioritas. Prioritas kepentingan individu ini suatu peristiwa perilaku manusia yang berupaya mewujudkan kenikmatan. Motivasi-motivasi dalam *creative accounting* mendorong terbentuknya perilaku oportunistis dalam hubungan kontrak antara pihak-pihak yang terlibat, baik antara pemegang saham dan manajer maupun pengelola perusahaan dengan pihak lainnya.

Salah satu teori etika yang terkemuka adalah teori teleologi. Teleologis berasal dari

bahasa Yunani *telos* yang artinya adalah tujuan. Menurut teori ini kualitas etis suatu perbuatan diperoleh dengan dicapainya tujuan perbuatan. Etika teleologi yaitu etika yang mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang hendak dicapai dengan tindakan itu, atau berdasarkan akibatnya yang ditimbulkan atas tindakan yang dilakukan.

Suatu tindakan dinilai baik, jika bertujuan mencapai sesuatu yang baik, atau akibat yang ditimbulkannya baik dan bermanfaat. Misalnya: mencuri sebagai etika teleologi tidak dinilai baik atau buruk. Berdasarkan tindakan itu sendiri, melainkan oleh tujuan dan akibat dari tindakan itu. Jika tujuannya baik, maka tindakan itu dinilai baik. Contoh: seorang anak mencuri untuk membiayai berobat ibunya yang sedang sakit, tindakan ini baik untuk moral kemanusiaan tetapi dari aspek hukum jelas tindakan ini melanggar hukum. Etika teleologi lebih bersifat situasional, karena tujuan dan akibatnya suatu tindakan bisa sangat bergantung pada situasi khusus tertentu. Karena itu setiap norma dan kewajiban moral tidak bisa berlaku begitu saja dalam situasi sebagaimana dimaksudkan.

**Creative Accounting Ditinjau dari Teori Etika Deontologi.** Teori deontologi berasal dari bahasa Yunani, *deon* berarti tugas dan *logos* berarti pengetahuan. Sehingga etika Deontologi menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibatnya atau tujuan baik dari tindakan yang dilakukan, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri. Dengan kata lainnya, bahwa tindakan itu bernilai moral karena tindakan itu dilaksanakan terlepas dari tujuan atau akibat dari tindakan itu. Contoh: jika seseorang diberi tugas dan melaksanakannya sesuai dengan tugas maka itu dianggap benar, sedang dikatakan salah jika tidak melaksanakan tugas. Kewajiban itu, bagi deontologi tidak bisa ditawar-tawar.

Pendekatan deontologi sudah diterima dalam konteks agama, dan merupakan salah satu teori etika yang terpenting (Bartens 2000). Perbuatan tidak pernah menjadi baik karena hasilnya baik, melainkan hanya karena wajib dilakukan. Karena itu, bisa dimengerti bahwa deontologi selalu menekankan perbuatan tidak dihalakan karena tujuannya.

Pada teori etika *deontology* tokoh besar aliran ini adalah Immanuel Kant (1724-

1804) (Ludigdo 2007). Sehingga disebut juga sebagai Kantianisme. Istilah deontologi sendiri berasal dari kata Yunani “*deon*” yang berarti kewajiban (Bertens 2000). Pandangan dasar dari pemikiran etika deontologi ini adalah bahwa penilaian baik atau buruknya suatu tindakan didasarkan pada penilaian apakah tindakan itu sendiri sebagai baik atau buruk.

Immanuel Kant sebagai filosofis penting dalam memperkenalkan pendekatan deontologi ini, mengemukakan pandangannya bahwa suatu perilaku atau tindakan yang benar, bila dilakukan berdasarkan imperatif kategoris (Bertens 2000). Imperatif kategoris berarti mewajibkan yang tidak tergantung pada kondisi atau syarat apapun. Dari pernyataan tersebut, secara sepintas dapat disimpulkan bahwa konsep dasar imperatif kategoris yang dikemukakan oleh Kant yang menjadi landasan pendekatan deontologi, memiliki penilaian moral yang berbeda dengan konsep dasar *utilitarianisme* yang lebih memfokuskan konsep nilai-nilai moral pada pencapaian manfaat. Selain itu Kant juga mengatakan, bagi hukum yang terpenting adalah legalitas perbuatan, artinya segi lahiriah perbuatan. Menurut hasil wawancara dengan Adams (nama disamarkan) mahasiswa akuntansi Universitas Trunojoyo Madura, menyatakan bahwa:

“..Laporan keuangan harus dilaporkan sesuai dengan kenyataannya, jika tidak dilaporkan dengan keadaan yang sebenarnya, maka itu adalah tindakan kebohongan publik”

Pernyataan Adams menunjukkan bahwa mahasiswa menganggap bahwa tindakan *creative accounting* adalah perbuatan yang tidak etis secara deontologi. Karena kewajiban dari manajer perusahaan sebenarnya adalah melaporkan informasi yang sebenarnya.

Jadi, melihat motivasi *creative accounting* maka *creative accounting* merupakan tindakan yang keluar dari etika menurut teori etika deontologi. Dalam aspek *creative accounting* ini yang dinilai adalah apakah suatu perbuatan yang dilakukan bertentangan dengan kenyataan yang sebenarnya atau tidak. Dan pada kenyataannya *creative accounting* dilakukan hanya untuk memenuhi kepentingan tertentu dengan mengabaikan kejujuran dari informasi yang disajikan.

*Creative Accounting Ditinjau dari Teori Etika Utilitarianisme.* Teori etika berikutnya adalah teori *utilitarianisme* atau *utilitarisme* yang berasal dari kata Latin utilis yang be-

rarti “bermanfaat”, berpandangan bahwa suatu perbuatan atau tindakan adalah baik jika membawa manfaat, tapi manfaat itu harus menyangkut bukan saja satu dua orang melainkan masyarakat sebagai keseluruhan.

*Utilitarianism*, suatu tindakan dinilai baik, jika bertujuan mencapai sesuatu yang baik, atau akibat yang ditimbulkannya baik dan bermanfaat. Semakin tinggi kegunaannya maka semakin tinggi nilainya. Berasal dari bahasa Latin *utilis* yang berarti “bermanfaat.” Menurut teori ini suatu perbuatan adalah baik jika membawa manfaat, tapi manfaat itu harus menyangkut bukan saja satu dua orang melainkan masyarakat sebagai keseluruhan. Dalam rangka pemikiran *utilitarianisme*, kriteria untuk menentukan baik buruknya suatu perbuatan adalah *the greatest happiness of the greatest number*, kebahagiaan terbesar dari jumlah orang yang terbesar. Perbuatan yang mengakibatkan paling banyak orang merasa senang dan puas adalah perbuatan yang terbaik.

Dapat dipahami pula bahwa *utilitarianisme* sangat menekankan pentingnya konsekuensi perbuatan dalam menilai baik buruknya suatu perbuatan. Kualitas moral suatu perbuatan dalam menilai baik buruknya tergantung pada konsekuensi atau akibat yang dibawakan olehnya. Jika suatu perbuatan mengakibatkan manfaat paling besar, maka perbuatan itu adalah baik. Sebaliknya, jika perbuatan membawa lebih banyak kerugian daripada manfaat, perbuatan itu harus dinilai buruk.

*Utilitarianisme* tidak boleh dimengerti dengan cara egoistis. Konsep dasar moral untuk menentukan baik buruknya suatu perbuatan menurut pemikiran *utilitarianisme* adalah *the greatest happiness of the greatest number*, kebahagiaan terbesar dari jumlah orang terbesar (Bartens 2000). Sehingga perbuatan yang mengakibatkan paling banyak orang merasa senang dan puas adalah perbuatan yang terbaik. Beberapa pandangan yang mendukung teori ini, menyatakan bahwa daya tarik pendekatan utilitarian terutama didasarkan pada nilai-nilai positif dari etika ini, yaitu rasionalitas, kebebasan, dan universalitas.

Teori *utilitarianisme* menganggap tindakan itu etis apabila secara tulus suatu tindakan itu dilakukan untuk kepentingan orang banyak. Oleh karena itu, dalam situasi dimana kita perlu mengambil kebijakan atau tindakan berdasarkan teori etika *utilitarianisme*, perlu menggunakan perasaan

atau intuisi moral kita untuk mempertimbangkan secara jujur apakah tindakan yang kita ambil memang manusiawi atau tidak terlepas dari perbedaan persepsi akan konsep manfaat itu sendiri.

Dilihat dari praktik akuntansi kreatif (*creative accounting practice*) yang cenderung oportunistis, maka tindakan *creative accounting* tidak dapat diterima oleh teori etika *utilitarianisme*. Melalui hasil wawancara dengan Nikmah (nama disamarkan), berpendapat bahwa:

“*Creative accounting* dilakukan hanya untuk kepentingan manajemen sendiri, dan tidak dilakukan untuk kepentingan masyarakat banyak.”

Mahasiswa Akuntansi Universitas Trunojoyo Madura menganggap bahwa tindakan *creative accounting* dilakukan tidak untuk kepentingan orang banyak. Tindakan oportunistis dalam praktik *creative accounting* jelas tindakan yang hanya dilakukan untuk kepentingan tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa *creative accounting* tidak bisa diterima secara teori etika *utilitarianisme*.

*Creative Accounting* Ditinjau dari Teori Etika *Egoism* Etis. *Egoisme* etis adalah perilaku yang dapat diterima tergantung pada konsekuensinya. Menurut Rachels (2004) bahwa *egoisme* etis merupakan teori mengenai bagaimana kita seharusnya bertindak, tanpa memandang bagaimana kita biasanya bertindak. Menurut teori ini hanya ada satu prinsip perilaku yang utama, yakni prinsip kepentingan diri, dan prinsip ini merangkum semua tugas dan kewajiban alami seseorang.

Inti pandangan *egoisme* adalah bahwa tindakan dari setiap orang pada dasarnya bertujuan untuk mengejar pribadi dan memajukan dirinya sendiri. Satu-satunya tujuan tindakan moral setiap orang adalah mengejar kepentingan pribadi dan memajukan dirinya. *Egoisme* ini baru menjadi persoalan serius ketika ia cenderung menjadi *hedonistis*, yaitu ketika kebahagiaan dan kepentingan pribadi diterjemahkan semata-mata sebagai kenikmatan fisik yang bersifat vulgar.

*Egoisme* etis adalah suatu aliran etika normatif yang menyatakan bahwa setiap orang wajib memilih tindakan yang paling menguntungkan bagi dirinya sendiri. Dengan kata lain, menurut paham ini, tindakan yang baik dan dengan demikian wajib diam-

bil adalah tindakan yang menguntungkan bagi diri sendiri. Satu-satunya kewajiban manusia adalah mengusahakan agar kepentingannya sendiri dapat terjamin.

Sifat egois para pelaku *creative accounting* jelas terlihat dalam praktik akuntansi kreatif, Triuwono (1997) menyatakan kondisi upaya mencari kenikmatan melalui *creative accounting* tanpa menghiraukan kepentingan pihak lain ini merefleksikan dari eksistensi sifat egoistik manusia. Arie (nama disamarkan) berpendapat bahwa:

“Setiap laporan keuangan yang tidak dilaporkan sesuai kenyataannya merupakan tindakan yang tidak etis. Karena hal itu hanya untuk kepentingan perusahaan saja tanpa memikirkan kepentingan pihak lain”

Dari pernyataan saudara Arie, menunjukkan bahwa Mahasiswa Akuntansi Universitas Trunojoyo Madura juga menganggap bahwa *creative accounting* merupakan tindakan egois yang hanya mementingkan kepentingan pelakunya. Dan itu merupakan sifat egois pelaku *creative accounting*.

*Creative accounting* mungkin saja dilakukan untuk memberikan kepuasan dan kenikmatan individu pada pelakunya. Tapi, dalam praktiknya tindakan *creative accounting* memberikan informasi palsu sehingga menyesatkan dan merugikan pihak-pihak yang menggunakan laporan keuangan tersebut. Hal ini dapat menjadi pertimbangan untuk menilai penerimaan *creative accounting* oleh teori etika egoisme etis.

## **SIMPULAN**

Fenomena oportunistis diungkap dalam teori keagenan (*agency theory*) menyatakan bahwa setiap individu memiliki kecenderungan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya secara maksimal dan hal ini merupakan pemicu terjadinya *creative accounting*.

Dalam praktiknya, manusia mengimplementasikan *creative accounting* sebagai bagian dari perilaku manusia untuk mencapai tujuannya. Namun, tidak dapat dipastikan apakah penggunaan pemilihan kebijakan akuntansi adalah untuk tujuan yang baik atau tidak baik. Manusialah yang menggunakannya, dan dalam hal ini akuntansi adalah bagian dari alat manusia untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai keinginannya.

Dari informasi akuntansi yang dilaporkan ada informasi yang lebih diminati oleh pihak-pihak yang menggunakan informasi akuntansi tersebut. Informasi laba adalah informasi yang paling diminati diantara informasi yang lain dalam laporan keuangan, informasi laba ini akan dijadikan acuan untuk mengambil keputusan.

Laporan keuangan yang diinginkan oleh penyusun laporan keuangan nilai laba atau aset yang lebih tinggi atau lebih rendah. Secara umum, perusahaan yang bukan perusahaan *go public* cenderung menyajikan nilai laba yang lebih rendah dari nilai yang sebenarnya dalam laporan pajak agar biaya pajaknya lebih rendah. Sementara, perusahaan *go public* cenderung menaikkan laba karena mereka lebih mementingkan kenaikan harga sahamnya dibandingkan pertimbangan pajak. Pelaporan laba yang lebih tinggi atau lebih rendah bergantung pada motivasi pengelola perusahaan melakukannya.

Motivasi-motivasi dalam *creative accounting* diantaranya adalah: motivasi bonus, motivasi hutang, motivasi pajak, motivasi penjualan saham, motivasi penggantian direksi, motivasi politis, dan motivasi karena adanya pelanggaran dalam perjanjian hutang.

*Creative accounting* ditinjau dari teori etika deontologi, *utilitarianisme*, dan *egoisme* etis tidak dapat diterima sebagai tindakan yang etis, karena *creative accounting* menyesatkan pengguna informasi laporan keuangan. *Creative accounting* hanya mementingkan kepentingan individu dengan mengorbankan kepentingan orang banyak. Dalam persepsinya mahasiswa akuntansi Universitas Trunojoyo Madura juga menyatakan hal serupa. Mahasiswa Akuntansi Universitas Trunojoyo Madura menganggap bahwa *creative accounting* adalah tindakan yang tidak etis. Dari hasil wawancara dengan mahasiswa program studi akuntansi Universitas Trunojoyo Madura dapat disimpulkan bahwa *creative accounting* tidak dapat diterima oleh teori etika bisnis dan merupakan tindakan yang tidak etis.

Dalam penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Dari penelitian ini peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya hendaknya dapat mengembangkan penelitian ini dengan pendekatan lain, instrumen yang lebih bervariasi, agar data yang terkumpul lebih akurat, sehingga hasil yang didapat juga semakin baik.

## DAFTAR RUJUKAN

- Amat, O., J. Black, dan J. Dowds. 1999. "The Ethiccs of Creative Accounting". *Economic Working Paper*, hlm 1-17
- Anggraeni, D. M. 2011. "Agency Theory dalam Perspektif Islam". *JHI*, Vol. 9 No.2, hlm 1-13.
- Alvia, Januarsi, Sulistiawan. 2011. *Creative Accounting, mengungkap manajemen laba dan skandal akuntansi*. Salemba Empat. Jakarta
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Suatu Penelitian: Pendekatan Praktek Edisi Revisi kelima*. Penerbit Rhineka Cipta. Jakarta
- Aviyanti, I. 2006. "Mengungkap Praktik Earning Management di perusahaan". *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi*, Vol. 7, No. 2, hlm 828-841.
- Bartens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Kanisius. Yogyakarta
- Bungin, B. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial; Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*. Airlangga University Press. Surabaya
- Cheng,G.L., T.W. Louis, dan N. Gao. 2005. "Information Content and Timing of Earning Announcements". *Journal of Business Finance and Accounting*, Vol. 32, No. 1, hlm 65-95.
- Gumanti, T.A. 2001."Earnings Management dalam Penawaran Saham Perdana di Bursa Efek Jakarta". *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol. 4, No. 2, hlm 165-181.
- Herawati, N. dan Z. Baridwan. 2007. Manajemen Laba pada Perusahaan yang Melanggar Perjanjian Utang. *Simposium Nasional Akuntansi X*, Makassar 26-28 Juli
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. Standar Akuntansi Keuangan. Salemba Empat. Jakarta.
- Jatiningrum. 2000. "Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Perataan Penghasilan Bersih/Laba pada Perusahaan yang Terdaftar di BEJ". *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 2, hlm 145-155.
- Jensen, M.C. dan Meckling. 1976. "Theory of the Firm: Managerial Behavior: Agency Cost and Ownership Structure". *Journal of Financial Economics*. Vol. 3, No. 4, hlm 305-360.
- Ludidgo, U. dan M. Machfoedz. 1999. "Persepsi Akuntan dan Mahasiswa tentang Etika Bisnis." *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol. 2, No.1, hlm 1-19
- Ludidgo, U. 1999. Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Etika Bisnis : Studi terhadap Persepsi Akuntan dan Mahasiswa Akuntansi. *Simposium Nasional Akuntansi II. (September)*, IAI-KAPd., Malang.
- Milles, B. M. dan A. M. Huberman. 1994. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. SAGE Publications. Los Angeles.
- Myddelton, D.R. 2009. *Margin of Error In Accounting*. Palgrave Macmillan. New York.
- Moleong, J. L. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Mulford, C. W. dan E. E. Comiskey. 2002. *The Financial Numbers Game : Detecting Creative Accounting Practices*. John Wiley & Sons. Canada
- Rachels, J. 2004. *Filsafat Moral*. Kanisius. Yogyakarta.
- Robbin, S. P. 2003. *Organizational Behavior Edisi Bahasa Indonesia*. Indeks Gramedia. Jakarta.
- Scott, W. R. 1997. *Financial Accounting Theory.International Editions*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall, Inc. New Jersey
- Sulistiawan, D. dan F. Arni. 2003. "Klasifikasi Return IPO Berdasarkan Data Akuntansi". *Akuntansi dan Teknologi Akuntansi*. Vol. 2, No. 2, hlm 57-72.
- Sulistiawan, D. 2006. "Persepsi Komunitas Akuntansi Terhadap Praktik Creative Accounting".*Akuntansi dan Teknologi Informasi*, Vol. 5, No. 2, hlm 115-128.
- Sulistiawan, D. 2003. "Praktik Creative Accounting: Sebuah Kajian Analitis". *Akuntansi dan Teknologi Informasi*. Vol. 2, No. 2, hlm 57-72.
- Sulistiawan, D.2009. "Reaksi Pasar di Sekitar Tanggal Pengumuman Laba: Pengujian Analisis Teknikal Modern". *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Vol. 13, No. 2, hlm 185-197.
- Triyuwono, I. 1997. "Akuntansi Syariah dan Koperasi; Mencari bentuk dalam Bingkai Metafora Amanah". *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 1, No 1, hlm 3-46.



- Wahyudin, M. 2003. Persepsi mahasiswa dan akuntan tentang penerimaan etika terhadap praktik manajemen laba. *SNA VI Semarang 16-17 oktober*.
- Warren, C.S. dan J.M. Reeve. 2005. *Accounting: Pengantar Akuntansi Edisi 1*. Salemba Empat. Jakarta.
- Watts, R. dan J. Zimmerman. 1986. *Positive Accounting Theory*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall. NJ.
- Widarto, Z. Baridwan, dan M. Sudarma. 2010. "Analisa krisis Praktik Akuntansi dalam Konteks Budaya Organisasi PT. BUMI dan Pandangan Islam dalam Menyikapi Praktik tersebut". *Wacana*, Vol 13, No 3, hlm 458-465.