

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Saat ini perusahaan membutuhkan pekerja yang mampu dan dapat bersaing dalam menciptakan suatu output guna mendapatkan profit yang maksimal dalam perusahaan. Agar dapat bersaing dengan perusahaan – perusahaan lainnya, maka suatu perusahaan menuntut pekerjanya untuk dapat mencapai kinerja kreatif yang maksimal. Asiyah (2005) menyebutkan jika pekerja merupakan faktor sentral yang paling penting dalam melakukan suatu aktivitas perusahaan. Dalam persaingan atau kompetisi dapat menimbulkan perubahan dalam bidang apapun, pernyataan ini didukung oleh (Elleson, 1983; Rich & DeVitis dalam Eisenberg 2011). Kompetisi atau persaingan dapat terjadi antar individu maupun antar kelompok (Goldman, Stockbauer, & McAuliffe dalam Eisenberg (2011)). Sesuai dengan pernyataan di atas, maka suatu karyawan dalam perusahaan dituntut agar dapat terus bersaing dan berkompetisi untuk memaksimalkan kreatifitas bagi suatu perusahaan yang dimiliki oleh masing – masing individu maupun kelompok untuk mencapai hasil yang optimal. Menurut Munandar (1985), kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi baru, berdasarkan data, informasi atau unsur-unsur yang ada. Hasil yang diciptakan tidak selalu hal-hal yang baru, tetapi juga dapat berupa gabungan (kombinasi) dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya. Dalam penerapan di bidang akuntansi, melakukan akuntansi

kreatif sendiri adalah aktivitas usaha untuk memanfaatkan teknik dan kebijakan
akuntansi (technics and



accounting policies) guna memperoleh hasil yang diinginkan, seperti penyajian nilai aset atau nilai laba yang lebih tinggi (*over valued*) atau lebih rendah (*under valued*) tergantung dari motivasi manajemen perusahaan untuk melakukannya (Sulistiawan dan Alvia dalam Sabeni 2013). Jadi di dalam melakukan akuntansi kreatif masih bisa dianggap legal karena praktik ini tidak melebihi standar – standar yang sudah ditetapkan.

Selain faktor kompetisi, suatu perusahaan juga harus memberikan rangsangan dari luar (ekstrinsik) guna memaksimalkan kreatifitas. Menurut Wiley dalam Gunarto (2012) insentif merupakan motivasi ekstrinsik terbaik yang dapat meningkatkan kinerja seseorang. Dengan adanya struktur atau sistem insentif yang baik maka dapat mendorong serta membuat karyawan membantu perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yang optimal (Mathis dan Jackson dalam Gunarto (2012)). Sabeni (2013) mendukung pernyataan tersebut dalam penerapan di bidang akuntansi dengan memberikan pendapat jika *creative accounting* memiliki bagian yang sering juga disebut *earning management*, karena pelaku *creative accounting* sering dipandang sebagai orang yang oportunis. Manajer juga mempunyai kepentingan pribadi untuk mengoptimalkan kesejahteraan mereka sendiri, diantaranya melalui adanya bonus yang dijanjikan. Biasanya bonus ini hanya akan ada atau bertambah jika perusahaan memperoleh laba. Semakin besar laba, semakin tinggi jumlah bonus. Jadi dalam melakukan akuntansi kreatif salah satu faktor yang memotivasi adalah motivasi bonus (insentif).

Hasibuan (1990) menjelaskan ada dua macam bentuk insentif yaitu “insentif material” (material insentif) dan “insentif non material” (non material insentif). Material insentif adalah material sebuah imbalan prestasi yang diberikan, yang termasuk dalam material insentif adalah upah, barang-barang dan yang sejenisnya. Non material insentif adalah motivasi yang tidak berbentuk materi, yang termasuk non material insentif adalah penempatan yang tepat, latihan yang sistematis, promosi yang obyektif, pekerjaan yang terjamin, program penghargaan, bintang jasa, perlakuan yang wajar dan yang sejenisnya. Orrison *et al.* atau Bothner *et al.* dalam Guth (2010) memberikan pendapat jika insentif juga meliputi insentif *tournament* dimana insentif ini telah menjadi komponen yang semakin penting dari sistem kompensasi. Insentif *tournament* ini memberikan sebuah *reward* yang diberitahukan di awal atau sebelum proses dimulai sehingga akan menunjukkan keterlibatan insentif tersebut secara penuh (Bonner dalam Guth (2010)).

Namun dalam penelitian sebelumnya yang melibatkan hubungan insentif dengan kinerja kreatif masih memerlukan beberapa pembuktian, adanya perbedaan hasil penelitian antara penelitian Jacob Eisenberg & William Forde Thompson (2011) dengan penelitian Amabile (1982). Pada penelitian Jacob Eisenberg (2011) peneliti menunjukkan jika dalam keadaan berkompetisi dengan insentif *tournament* lebih berpengaruh signifikan terhadap kinerja kreatif, dibandingkan pada keadaan non kompetisi tidak menggunakan insentif (non insentif). Namun dalam penelitian Amabile (1982) justru dalam keadaan non kompetisi dengan insentif material acak justru lebih berpengaruh signifikan

terhadap kinerja kreatif, dibandingkan dengan keadaan kompetisi dengan insentif *tournament*. Dalam penelitian tersebut akan menunjukkan pengkondisian jika penggunaan insentif *tournament* pasti akan menghasilkan kondisi yang berkompetisi namun penggunaan insentif material acak atau non insentif akan menghasilkan kondisi yang tidak berkompetisi. Insentif material acak memiliki perbedaan dengan non insentif dimana dijelaskan dalam *Expectancy theory* (Victor Vroom 1964) yang menyatakan bahwa intensitas kecenderungan untuk melakukan dengan cara tertentu tergantung pada intensitas harapan bahwa kinerja akan diikuti dengan hasil yang pasti dan pada daya tarik dari hasil kepada individu, jadi di dalam insentif material acak suatu individu masih bergantung pada intensitas harapan yang akan didapat dengan usaha yang dilakukan sedangkan pada non insentif suatu individu sudah tidak bergantung pada intensitas harapan untuk mendapatkan dari apa yang dihasilkan. Ini menunjukkan jika masih terjadi variasi dalam penelitian sebelumnya yang melibatkan hubungan insentif dengan kinerja kreatif. Penelitian yang dilakukan oleh Eisenberg (2011) memiliki sampel eksperimen dengan *gender* laki – laki dan perempuan yang bersaing, namun beda halnya dengan penelitian Amabile (1982) yang menggunakan sampel eksperimen dengan *gender* perempuan saja yang bersaing.

Nurture Theory menjelaskan bahwa perbedaan laki – laki dan perempuan merupakan konstruksi dari hasil sosial dan budaya yang menyebabkan perbedaan peran dan tugas antara perempuan dan laki – laki, dan perbedaan tersebut akan dapat mengakibatkan perbedaan yang lebih mendalam lagi terutama pada kaum perempuan yang selalu merasa untuk tertinggal dalam peran kontribusinya.

Perbedaan *gender* ini dapat memunculkan konflik dalam organisasi (Megawangi, 1999 : 76) dalam Prijatna (2012). Dalam perbedaan dan ketimpangan *gender* ini akan menyebabkan perbedaan hasil kinerja yang dipengaruhi oleh perbedaan *gender* masing – masing dalam individu maupun kelompok. Beberapa penelitian yang dilakukan oleh beberapa ahli menunjukkan bahwa perbedaan *gender* tidak berpengaruh terhadap tingkat kreativitas yang dilakukan oleh Kogan, 1974; Tegano dan Moran, 1989; Flaherty, 1992; Boling dan Boling 1993; Dudek dan Strobel, 1993 dalam Ayla (2009). Penelitian yang mengatakan jika kaum perempuan saja yang mempengaruhi kreativitas yang dilakukan oleh Coone, 1969; Warren dan Luria, 1972; Bharadwaj, 1985; Flaherty, 1992; Tegano dan Moran, 1989 dalam Ayla (2009). Penelitian yang menunjukkan bahwa laki – laki mempengaruhi kreativitas juga ditunjukkan oleh Ruth dan Birren, 1985 dalam Ayla (2009).

Berdasarkan dari permasalahan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Gender Sebagai Variabel Moderator Terhadap Hubungan Antara Struktur Insentif Dengan Kecenderungan Melakukan Akuntansi Kreatif”**

1.2. Perumusan dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, maka peneliti merumuskan perumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah perbedaan *gender* dan persamaan *gender* mempengaruhi hubungan antara *struktur insentif* dan *kecenderungan melakukan akuntansi kreatif*?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui seberapa besar *kecenderungan melakukan akuntansi kreatif* dihasilkan dari *struktur insentif* yang dipengaruhi oleh *gender*.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Kontribusi praktek bagi organisasi dan perusahaan:

- a. Memberikan kemudahan bagi organisasi dan perusahaan untuk menentukan seberapa besar kecenderungan melakukan akuntansi kreatif akan dilakukan pada persaingan yang terjadi antar sesama *gender* atau berbeda *gender* ketika adanya struktur insentif. Perusahaan akan mampu untuk menilai seberapa besar kecenderungan melakukan akuntansi kreatif yang akan dilakukan sehingga mengurangi perilaku tidak etis di dalam sebuah perusahaan atau organisasi.

Kontribusi bagi peneliti dan penelitian selanjutnya:

- b. Memberikan pemahaman jika faktor *gender* mempengaruhi hubungan antara struktur insentif dengan kecenderungan melakukan akuntansi kreatif serta memberikan penjelasan bahwa apakah *gender* akan mempengaruhi hasil dari hubungan insentif dengan kecenderungan melakukan akuntansi kreatif.

Kontribusi teori:

- c. Penelitian ini diharapkan memberikan sebuah hasil yang mendukung *Nurture Theory*, dimana teori tentang *gender* ini menjelaskan adanya

perbedaan peran baik laki – laki maupun perempuan dalam perbedaan peran serta penerimaan tugas.

1.4. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi dibagi dalam lima bab, yaitu :

BAB I Pendahuluan

Pendahuluan berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan dalam penelitian ini.

BAB II Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Bab ini akan menguraikan teori – teori, konsep, penelitian sebelumnya yang digunakan sampai dengan kerangka pikir, hipotesis, dan definisi operasional yang dikembangkan dalam penelitian ini.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang obyek dan lokasi eksperimen, partisipan, metode pengumpulan data, pengukuran variabel, desain eksperimen, dan alat analisis data yang diperlukan dalam penelitian ini.

BAB IV Hasil Analisis

Bab ini berisi hasil dan analisis data yang akan menguraikan berbagai perhitungan yang diperlukan untuk menjawab hipotesis dan permasalahan dalam penelitian ini.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan, saran, dan keterbatasan dari analisis yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya.

