

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Akuntansi Kreatif

2.1.1. Definisi Akuntansi Kreatif

Kreatifitas adalah mampu dan dapat untuk memberikan suatu hal yang baru (Baron, 1969). Sependapat dengan Haefele (1962) yang memberikan pendapat jika kreatifitas adalah kemampuan untuk membuat suatu kombinasi – kombinasi baru. Hasibun (2002: 59) unsur kreatifitas dalam kinerja adalah kemampuan untuk menyelesaikan tugasnya dan dapat menghasilkan output yang berguna. Dalam bidang akuntansi, Akuntansi kreatif (*creative accounting*) adalah suatu kegiatan memanipulasi angka-angka dalam laporan keuangan untuk menghasilkan suatu laporan keuangan yang diinginkan, untuk suatu keperluan tertentu. Bake Amat dan Dowd dalam Melisa (2012), akuntansi kreatif (*creative accounting*) merupakan suatu proses dimana beberapa pihak menggunakan kemampuan pemahaman pengetahuan akuntansi (termasuk di dalamnya standar, teknik, dll) dan menggunakannya untuk memanipulasi pelaporan keuangan (Amat, Blake dan Dowd dalam Melisa (2012)).

2.1.2. Teknik Akuntansi Kreatif

Menurut Cosmin (2010) teknik yang dapat digunakan untuk melakukan akuntansi kreatif yaitu:

a. Tangible assets

Depresiasi dari aset menciptakan peluang bagi melakukan akuntansi kreatif dengan cara manajemen memperkirakan nilai *recoverable amount* lebih rendah dari aset bersih, hasilnya akan berpengaruh pada beban penyusutan

b. Goodwill

Goodwill meningkatkan nilai aset namun disisi lain terdapat penyusutan goodwill selama masa manfaat yang memiliki pengaruh pada periode mendatang.

c. Depreciation

Pemilihan metode penyusutan memiliki dampak padalaba rugi selama umur ekonomis aset. Dengan demikian, metode yang berbedadari depresiasi memiliki hasil yang berbeda. Pilihan masa manfaat yang berbedamenyebabkan beban depresiasi yang berbeda.

d. Inventories

Persediaan memberikan peluang bagi akuntansi kreatif melalui *under estimate* atau *upper estimate* dari estimasi stok akhir yang berdampak tidak hanya pada laporan keuangan tahun berjalan tetapi juga pada tahun berikutnya.

e. Provisions for liabilities and charges

alat yang efektif untuk "meratakan pengeluaran". Ketentuan kewajiban dan biaya dibentuk pada saat laba mengalami penurunan.

f. Construction contracts

Memilih antara dua metode akuntansi untuk kontrak konstruksi yang memberikan dampak pada laba rugi yaitu dengan metode:

- a) Metode persentase penyelesaian, pendapatan dan beban diakui berdasarkan persentase yang telah diestimasi secara handal
- b) Ketika kontrak konstruksi tidak dapat diestimasi secara handal, tidak diakui adanya pendapatan, beban diakui berdasarkan nilai aktual beban. Laba diakui sesuai dengan nilai terpulihkan beban pada periode berikutnya.

2.2. Kompetisi

2.2.1. Definisi Kompetisi

Kompetisi adalah sebuah persaingan atau perjuangan hidup di dalam lingkungan masyarakat (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Pengertian menurut KBBI tersebut dijelaskan lebih lanjut oleh Deaux, Dane, & Wrightsman (1993) dimana kompetisi memiliki pengertian bahwa kompetisi adalah suatu aktivitas untuk mencapai tujuan dengan cara mengalahkan orang lain atau kelompok. Individu atau kelompok memilih untuk bekerja sama atau berkompetisi tergantung situasi. Disampaikan juga oleh Chaplin (1999) jika kompetisi adalah saling mengatasi dan berjuang antara dua individu, atau antara beberapa kelompok untuk memperebutkan objek yang sama. Dijelaskan lagi lebih jelas oleh Sacks dan Krupat (1988) yang memberikan bahwa kompetisi adalah suatu usaha untuk

melawan atau melebihi orang lain atau suatu organisasi. Kompetisi mempunyai pengertian adanya persaingan antara perusahaan untuk mencapai pangsa pasar yang lebih besar. Bernstein, Rjkoy, Srull, & Wickens (1988) menjelaskan lagi jika kompetisi terjadi ketika individu berusaha mencapai tujuan untuk diri mereka sendiri dengan cara mengalahkan orang lain.

Persaingan/ kompetisi dipahami sebagai situasi yang dirasakan akan menghasilkan hasil menang atau kalah di dalam suatu kompetisi individu atau kelompok serta tujuan untuk berbuat lebih baik (yaitu, menang atau, setidaknya, tidak kalah) dari peserta lain (Campbell & Furrer, 1995). Pengertian – pengertian tersebut dapat disimpulkan jika kompetisi adalah sebuah usaha yang dilakukan untuk memperebutkan/ mendapatkan suatu hal yang nantinya akan memiliki hasil atau menang. Kompetisi antara perusahaan dalam memperebutkan pelanggan akan menuju pada inovasi dan perbaikan produk.

2.2.2. Jenis Kompetisi

Salah satu pendapat yang mengatakan jika kompetisi terjadi karena adanya persaingan usaha baik itu individu maupun kelompok, serta kompetisi langsung dan kompetisi tidak langsung (Goldman, Stockbauer, & McAuliffe, 1977).

2.3. Insentif

2.3.1. Pengertian insentif

Insentif merupakan imbalan langsung yang dibayarkan kepada karyawan karena prestasi yang melebihi standar yang telah ditetapkan (Mutiara S. Pangabean 2002:77). Dijelaskan lagi bahwa insentif adalah penghargaan atas

dasar prestasi yang tinggi yang merupakan rasa pengakuan dari pihak organisasi terhadap prestasi kerja karyawan dan konstitusi pada organisasi (Mangkunegara 2004;89)

2.3.2. Jenis – jenis insentif

Menurut Panggabean (2004;90-91) insentif ada yang berupa insentif individu dan insentif kelompok:

a. Insentif individu

Insentif individu adalah insentif yang diberikan kepada karyawan sebagai imbalan atas usaha dan kinerja individual.

b. Insentif kelompok

Insentif kelompok adalah program bagi hasil dimana anggota kelompok yang memenuhi syarat tertentu saling berbagi hasil yang diukur dari kinerja yang diharapkan. Bagi hasil ini dapat bermanfaat untuk memfokuskan pada peningkatan kualitas, pengurangan biaya tenaga kerja.

2.3.3. Tujuan Pemberian Insentif

Pemberian Insentif menurut Panggabean (2004; 89) memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk memberikan penghargaan bagi karyawan yang berprestasi
- b. Untuk memberikan tanggung jawab dan dorongan kepada karyawan
- c. Untuk menjamin bahwa karyawan akan mengarahkan usahanya untuk mencapai tujuan organisasi
- d. Untuk mengukur usaha karyawan lewat kinerjanya

- e. Untuk meningkatkan produktivitas kerja individu maupun kelompok

2.3.4. Bentuk Insentif

2.3.4.1. Insentif Tournament

Insentif *Tournament* adalah bentuk insentif yang memiliki klasifikasi tertentu yang bentuknya hanya diberikan kepada individu atau kelompok yang mendapatkan peringkat 1, 2, 3 (ada juara 1, 2, 3). Peserta yang mendapatkan peringkat tertinggi adalah peserta yang memenuhi kriteria sebagai pemenang, sedangkan peringkat paling rendah adalah peserta yang kalah, semakin memenuhi kriteria yang telah ditetapkan maka peringkat yang didapatkan akan semakin tinggi (Bonner, dkk dalam Guth 2010). Terdapat empat elemen penting dalam Insentif *Tournament* (Budiarti dalam Ludji 2014):

1. Insentif yang ditetapkan di awal.
2. Insentif hanya diberikan kepada individu yang memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan lainnya.
3. Level usaha individu berdasarkan ukuran kenaikan gaji yang disebabkan oleh hadiah yang diberikan kepada pemenang.
4. Jumlah peserta yang diketahui pada awal *tournament*.

Peneliti di sini mengkondisikan jika menggunakan struktur insentif *tournament* maka akan menimbulkan kompetisi, ini ditunjukkan dalam penelitian Eisenberg (2011) jika dalam berkompetisi, insentif yang digunakan adalah insentif *tournament*, didukung juga oleh penelitian Amabile (1982) dimana insentif yang digunakan dalam kondisi kompetisi adalah insentif *tournament*.

2.3.4.2. Insentif Material

Menurut Hasibuan (1990) 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.

Peneliti dalam penelitian ini memberikan insentif material yang dilakukan secara acak, karena akan mengkondisikan keadaan non kompetisi, sesuai dengan penelitian Amabile (1982) dimana dalam menggunakan insentif material acak, maka akan tercipta suatu kondisi yang tidak berkompetisi.

2.4. Gender

2.4.1. Pengertian Gender

Secara etimologis kata “*gender*” berasal dari bahasa Inggris yang berarti ‘jenis kelamin’ (John M. Echols dan Hassan Shadily, 1983: 265). Kata “*gender*” bisa diartikan sebagai ‘perbedaan yang tampak antara laki-laki dan perempuan dalam hal nilai dan perilaku (Victoria Neufeldt (ed.), 1984: 561). Secara terminologis, “*gender*” bisa didefinisikan sebagai harapan-harapan budaya terhadap laki-laki dan perempuan (Hilary M. Lips, 1993: 4). Definisi lain tentang gender dikemukakan oleh Elaine Showalter. Menurutnya,

“gender” adalah perbedaan laki-laki dan perempuan dilihat dari konstruksi sosial budaya (Elaine Showalter (ed.), 1989: 3). Gender bisa juga dijadikan sebagai konsep analisis yang dapat digunakan untuk menjelaskan sesuatu (Nasaruddin Umar, 1999: 34). Lebih tegas lagi disebutkan dalam *Women’s Studies Encyclopedia* bahwa gender adalah suatu konsep kultural yang dipakai untuk membedakan peran, perilaku, mentalitas, dan karakteristik emosional antara laki-laki dan perempuan yang berkembang dalam masyarakat (Siti Musdah Mulia, 2004: 4). Dari beberapa definisi di atas dapat dipahami bahwa gender adalah suatu sifat yang dijadikan dasar untuk mengidentifikasi perbedaan antara laki-laki dan perempuan dilihat dari segi kondisi sosial dan budaya, nilai dan perilaku, mentalitas, dan emosi, serta faktor-faktor nonbiologis lainnya.

2.4.2. Sejarah Gender

Sebelum membahas gender, ada baiknya kita mengetahui apa yang dimaksud dengan seks. Seks dapat diartikan sebagai perbedaan antara laki-laki dan perempuan yang secara biologis memiliki ciri-ciri tersendiri. Secara kodrati, keduanya memiliki fungsi-fungsi organisme yang berbeda. Perbedaan inilah yang berpengaruh dan berkaitan dengan faktor sosial, geografis dan kebudayaan suatu masyarakat, sehingga melahirkan konsep gender. Dalam bahasa Inggris, kata “gender” yaitu pengelompokan kata benda atau kata ganti yang menyatakan sifat laki-laki dan perempuan. Kata “gender” diartikan kelompok laki-laki, perempuan atau perbedaan jenis kelamin. Namun, di Indonesia kata “gender” termasuk kosa kata di bidang ilmu sosial, maka gender merupakan istilah. *Gender* (*genus*) adalah sifat yang melekat pada kaum laki-laki atau perempuan yang

dibentuk oleh faktor-faktor sosial maupun kebudayaan, tergantung pada waktu (tren) dan tempatnya. Kantor Menteri Negara Urusan Peranan Perempuan mendefinisikan gender sebagai konsep hubungan sosial yang membedakan arti pada kepentingan dan pemusatan fungsi-fungsi dan peran antara laki - laki dan perempuan.

Gender sering diidentikkan dengan jenis kelamin (*sex*), padahal gender berbedadengan jenis kelamin. Gender sering juga dipahami sebagai pemberian dari Tuhan atau kodrat Ilahi, padahal gender tidak semata-mata demikian. Sejarah perbedaan *gender* antara seorang laki - laki dengan seorang perempuan terjadimelalui proses yang sangat panjang dan dibentuk oleh beberapa sebab, seperti kondisi sosial budaya, kondisi keagamaan, dan kondisi kenegaraan. Dengan proses yang panjang ini, perbedaan gender akhirnya sering dianggap menjadi ketentuan Tuhan yang bersifat kodrati atau seolah-olah bersifat biologis yang tidak dapat diubah lagi. Inilah sebenarnya yang menyebabkan awal terjadinya ketidakadilan *gender* di tengah-tengah masyarakat.

Penjelasan di atas maka dapat dipahami bahwa *gender* adalah suatu sifat yang dijadikan dasar untuk mengidentifikasi perbedaan antara laki-laki dan perempuan dilihat dari segi kondisi sosial dan budaya, nilai dan perilaku, mentalitas, dan emosi, serta faktor-faktor nonbiologis lainnya. Gender berbeda dengan *sex*, meskipun secara etimologis artinya sama sama dengan *sex*, yaitu jenis kelamin (John M. Echols dan Hassan Shadily, 1983: 517). Secara umum *sex* digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan laki-laki dan perempuan dari segi

anatomi biologis, sedang gender lebih banyak berkonsentrasi kepada aspek sosial, budaya, dan aspek aspek nonbiologis lainnya.

Gender memiliki kedudukan yang penting dalam kehidupan seseorang dan dapat menentukan pengalaman hidup yang akan ditempuhnya. *Gender* dapat menentukan akses seseorang terhadap pendidikan, dunia kerja, dan sektor-sektor publik lainnya. Akhirnya, genderlah yang banyak menentukan seseorang akan menjadi apa nantinya.

2.4.3. Hubungan Gender dengan Kinerja Kreatif

Penggunaan *gender* yang cocok dan tepat akan meningkatkan kinerja kreatif suatu perusahaan yang nantinya akan berguna untuk perusahaan dalam menghasilkan output yang berkualitas dan kreatif. Pernyataan ini didukung juga oleh (Girvan, 1997) yang berpendapat jika penggunaan indikator perbandingan jenis kelamin dan teknik evaluasi terkait lainnya akan mengarah pada pemahaman yang lebih baik untuk hasil yang dapat dicapai, menggunakan indikator-indikator sensitif *gender* juga akan memberi bekal dalam perencanaan masa depan dan pelaksanaan program yang lebih efektif.

2.5. Teori Nurture

Nurture Theory (Judith Rith Harris 1938) yang kemudian dikembangkan lagi oleh pakar – pakar ahli sosiologi dan psikologi menjelaskan jika perbedaan laki-laki dan perempuan pada hakekatnya adalah hasil konstruksi sosial budaya sehingga menghasilkan peran dan tugas yang berbeda. Konstruksi sosial budaya selama ini menempatkan perempuan dan laki-laki dalam kelas yang berbeda. Laki-

laki selalu lebih superior dibandingkan perempuan. Perbedaan tersebut menyebabkan perempuan selalu tertinggal dan terabaikan peran dan kontribusinya dalam hidup berkeluarga, bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Penjelasan bahwa teori ini ingin menunjukkan jika *gender* yang tepat pada bidang yang tepat pada suatu perusahaan akan menghasilkan hasil output yang baik pula untuk perusahaan, karena dengan adanya perbedaan *gender* justru saling melengkapi peran masing – masing dan output yang dihasilkan, maka sesuai dengan teori ini digunakan untuk menciptakan output yang bermutu, berkualitas serta inovatif.

2.6. Arousal Theory

Yerkes & Dogson (1908) dalam Gunarto (2012) menggambarkan *Optimal Arousal Theory* adalah teori yang menyatakan bahwa kinerja meningkat sesuai dengan rangsangan yang didapat oleh individu, namun jika rangsangan terlalu tinggi kinerja seseorang bukannya akan meningkat tetapi akan mengalami penurunan. Jadi perlu adanya rangsangan yang optimal dan tepat untuk membuat seorang individu dapat terus menerus bekerja secara maksimal. Rangsangan optimal disini digambarkan sebagai gairah kerja dari individu tersebut, jadi gairah harus tetap dipertahankan pada titik yang optimal sehingga kinerja yang tinggi juga dapat terus dipertahankan.

Gairah kerja disini didefinisikan sebagai :

1. Kesiapan individu untuk melakukan suatu hal yang dapat memotivasinya dalam bekerja

2. Kondisi individu yang berenergi, siap untuk memotivasi dirinya untuk melakukan suatu perilaku tertentu
3. Kondisi fisiologis kewaspadaan & antisipasi yang mempersiapkan individu untuk melakukan pekerjaan.

Lebih lanjut Yerkes & Dogson (1908) dalam Gunarto(2012) menyatakan dalam teori Inverted 'U' bahwa gairah kerja tingkat tinggi dan tingkat rendah tidak akan menghasilkan kinerja yang maksimal atau tinggi. Namun tingkat kinerja yang tinggi biasanya dihasilkan dari gairah kerja yang sedang atau moderat. Gairah yang tinggi akan menyebabkan semangat yang berlebih dalam diri seorang individu, sehingga kadang – kadang tidak memperdulikan dinamika yang terjadi disekelilingnya, sedangkan gairah yang rendah akan memicu kemalasan dan ketidakfokusan dalam diri individu untuk mengerjakan pekerjaannya.

2.7. Teori Harapan

Teori harapan kadang disebut teori ekspektansi atau *expectancy theory of motivation* dikemukakan oleh Victor Vroom pada tahun 1964. Teori ini 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. Teori harapan menyatakan bahwa motivasi karyawan adalah hasil dari seberapa jauh seseorang menginginkan imbalan (*Valence*), yaitu penilaian bahwa kemungkinan sebuah upaya akan menyebabkan kinerja yang diharapkan (*Expectancy*), dan keyakinan

bahwa kinerja akan mengakibatkan penghargaan (*Instrumentality*). Singkatnya, *Valence* adalah signifikansi yang dikaitkan oleh individu tentang hasil yang diharapkan.

2.8. Pengembangan Hipotesis

Pengembangan hipotesis pada penelitian kali ini akan menggunakan konsep dari *Nurture Theory* (Judith Rith Harris 1938), *Arousal Theory* (Yerkes & Dogson (1908) dalam Gunarto (2012) dan *Expentancy Theory* (Victor Vroom 1964). Dengan pemberian insentif *tournament* maka akan menimbulkan kondisi yang berkompetisi, dengan munculnya kompetisi maka gairah kerja akan meningkat yang akan berdampak pada kreatifitas, *nurture theory* menjelaskan jika adanya perbedaan *gender* akan menyebabkan hasil yang berbeda, *arousal theory* menyebutkan jika gairah kerja terlalu tinggi maka kinerja akan turun, kinerja yang dimaksud di sini adalah dalam penerapannya di bidang akuntansi yang merupakan kecenderungan melakukan akuntansi kreatif, ketika adanya situasi kompetisi akibat dari pemberian insentif *tournament* maka gairah kerja akan meningkat dan secara otomatis gairah kerja akan naik, gairah kerja yang terlalu tinggi tidak baik karena dapat menghilangkan kecenderungan melakukan akuntansi kreatif, ini menyebabkan butuhnya persaingan antar persamaan *gender* karena dengan persaingan dengan sesama *gender* maka tidak ada ketertarikan (konflik/ persaingan) antara satu individu *gender* dengan individu *gender* lainnya yang sama sehingga dapat menurunkan gairah kerja yang terlalu tinggi tersebut. Perbedaan *gender* dapat memunculkan konflik dalam organisasi (Ratna

Megawangi, 1999: 76) dalam Prijatna (2012) dengan perbedaan *gender* laki - laki dan perempuan dalam suatu persaingan maka gairah kerja yang timbul akan terlalu tinggi disebabkan adanya konflik dalam perbedaan *gender* tersebut, sehingga gairah kerja menjadi terlalu tinggi ketika adanya gairah kerja dalam persaingan akibat pemberian insentif *tournament* serta ditambah adanya gairah konflik perbedaan pada *gender* laki - laki dan perempuan yang memiliki peran dan tugas yang berbeda, sehingga akan menimbulkan kecenderungan melakukan akuntansi kreatif terlalu tinggi, yang dapat menyebabkan turunnya kecenderungan melakukan akuntansi kreatif, ini sesuai dengan *optimal arousal theory* yang memberikan pendapat jika gairah kerja yang terlalu tinggi adalah tidak baik. Laki - laki sering diamati rata-rata memiliki skor yang lebih tinggi pada beberapa tes spasial kemampuan, penalaran, dan penargetan, sementara perempuan sering ditemukan rata-rata lebih tinggi pada beberapa tes memori, kemampuan verbal (cara), dan motorik koordinasi (Halper & Kimura dalam Ayla 2009). Maka dengan demikian peneliti mengajukan hipotesis dalam penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

H1 : Seseorang akan lebih cenderung melakukan *creative accounting* jika diberikan insentif *tournament* dalam persaingan dengan persamaan *gender*.

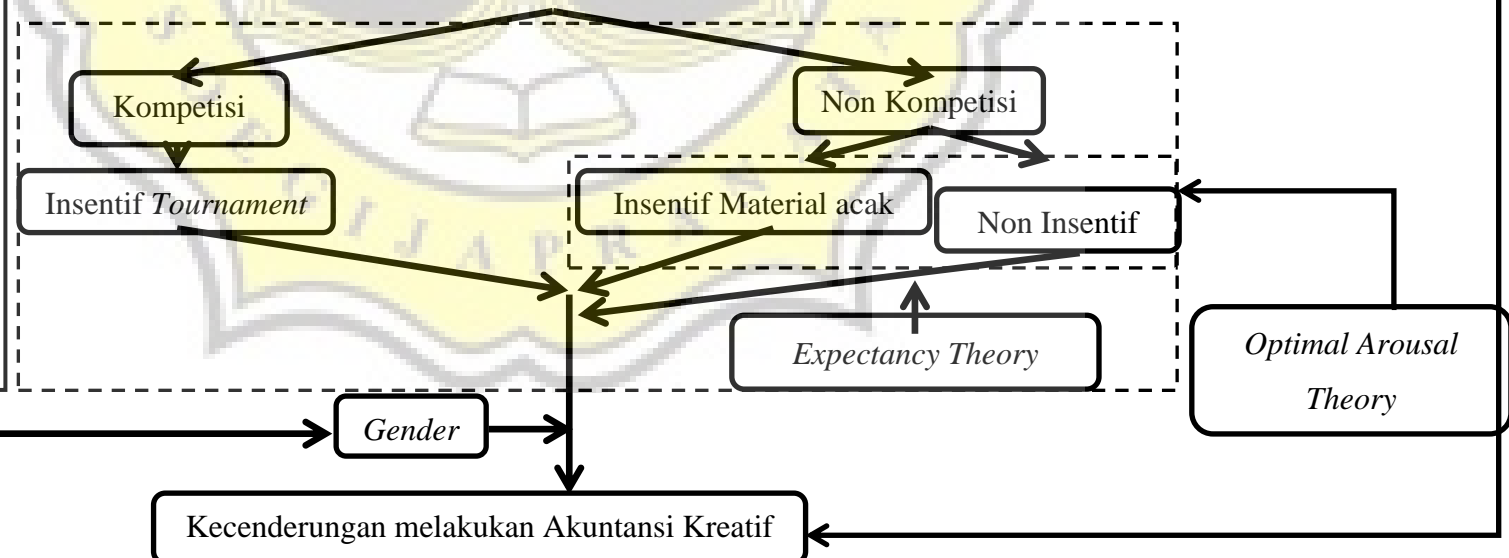
2.9. Kerangka Pikir

Saat ini perusahaan membutuhkan pekerja yang mampu dan dapat bersaing dalam menciptakan suatu output baru dan berguna yang dapat diterima di masyarakat. Agar dapat bersaing dengan perusahaan – perusahaan lainnya, maka suatu perusahaan menuntut pekerjanya untuk dapat mencapai kreatifitas yang maksimal. Selain persaingan, rangsangan dari luar yang berupa insentif juga dibutuhkan untuk meningkatkan kreatifitas (Wiley dalam Gunarto (2012)).

Pekerja merupakan faktor sentral yang paling penting dalam melakukan suatu aktivitas perusahaan (Asiyah 2005).

Dalam penelitian Jacob Eisenberg & William Forde Thompson (2011) jika kompetisi dengan insentif *tournament* berpengaruh terhadap kinerja kreatif. Dalam Penelitian Amabile (1982) justru menunjukkan jika kondisi non kompetisi dengan insentif material acak berpengaruh terhadap kinerja kreatif. Akuntansi kreatif sendiri adalah kegiatan memanipulasi data untuk suatu tujuan. Perbedaan output kreatif ini muncul akibat dari perbedaan gender pada sample masing – masing penelitian dikarenakan konsep struktur yang membedakan pria dan wanita dalam segi mental, emosional, perilaku serta peran (*Women's Studies Encyclopedia*).

Perbedaan hasil penelitian pada Eisenberg (2011) dan Amabile (1982) terdapat pada sample eksperimen yang digunakan, pada Eisenberg (2011) sample menggunakan *gender* laki - laki dan perempuan, sedangkan pada Amabile (1982) menggunakan sampel *gender* wanita saja, ini menyebabkan timbulnya *gender* sebagai variabel moderating.



2.10. Definisi dan Pengukuran Variabel

2.10.1. Akuntansi Kreatif

Dalam penelitian ini akuntansi kreatif merupakan variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen yakni struktur insentif dengan *gender* sebagai variabel moderator. Akuntansi kreatif yang dimaksud dalam penelitian kali ini adalah kecenderungan yang dilakukan dalam melakukan suatu manipulasi data baik merubah metode atau cara lainnya yang ditujukan untuk peningkatan laba yang lebih tinggi atau rendah namun tidak melebihi standar dan dapat dikatakan tidak etis namun masih dianggap legal. Akuntansi kreatif diukur menggunakan penugasan yang dikembangkan peneliti yang terdiri dari 8 soal kasus mengenai *creative accounting*. Peneliti menggunakan tes kreatif verbal, karena menurut Kim (2011) untuk menghasilkan akuntansi kreatif, individu harus memiliki ide yang bermacam - macam. Dalam tes verbal, individu dituntut untuk memilih cara yang menurutnya paling tepat dilakukan jika berada di dalam posisi akuntan manajer pada sebuah divisi. Pada penilaian kali ini skala yang digunakan adalah skala rasio. Penilaian pada penelitian ini meliputi pilihan *multiple choice* dimana masing – masing kasus memiliki skor sendiri, semakin tinggi nilai yang di dapat maka menunjukkan semakin tinggi individu dalam melakukan kecenderungan akuntansi kreatif, sebaliknya semakin sedikit nilai yang di dapat maka semakin rendah individu dalam melakukan kecenderungan akuntansi kreatif.

2.10.2. Struktur Insentif

Struktur insentif pada penelitian kali ini menjadi variabel independen yang akan mempengaruhi variabel dependen yaitu kecenderungan melakukan akuntansi kreatif. Struktur insentif yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi 3 jenis insentif yang akan diberikan berupa insentif *tournament*, insentif material acak dan non insentif. Pada struktur insentif ini akan membedakan pengkondisian yang akan menimbulkan situasi baik kompetisi dan tidak berkompetisi.

2.10.2.1. Insentif *Tournament*

Insentif *tournament* adalah pemberian penghargaan berupa bonus yang diberikan kepada tiga pemenang yang memiliki kecenderungan akuntansi kreatif yang paling tinggi dengan membuat laba nampak paling tinggi. Peserta yang berhasil meraih juara ke 1 dengan skor penilaian tertinggi akan mendapatkan bonus sebesar 50% kelebihan dari target laba, pada peserta yang berhasil meraih juara ke 2 dengan skor penilaian tertinggi ke 2 akan mendapatkan bonus sebesar 30% kelebihan dari target laba, sedangkan untuk peserta yang meraih juara ke 3 dengan skor penilaian tertinggi ke 3 akan mendapatkan bonus 10% kelebihan dari target laba.

2.10.2.2. Insentif Material

Insentif Material yang diberikan secara acak adalah insentif yang berupa materi yang diberikan kepada peserta melalui undian dan tidak memperdulikan seberapa tinggi kecenderungan melakukan akuntansi kreatif dan laba yang dihasilkan. Seluruh peserta memiliki kesempatan yang sama untuk mendapatkan insentif material berupa materi/ barang yang akan diberikan. Hadiah

yang diberikan diasumsikan berupa bonus berupa sepeda motor senilai Rp. 25.000.000,00

2.10.2.3. Non-Insentif

Non-Insentif yang dimaksud dalam penelitian adalah tidak adanya pemberian insentif kepada peserta, meskipun telah melakukan penugasan dan mencapai laba tinggi atau laba rendah. Non insentif tidak mengenal adanya pemberian dalam bentuk bonus maupun materi, serta tidak mengenal juara/pemenang.

2.10.3. Gender

2.10.3.1. Perbedaan Gender

Dalam penelitian kali ini peneliti akan membagi sampel ke dalam bentuk grup/ kelas. Dimana kelompok tersebut berisikan partisipan dengan grup/ kelas *gender* laki - laki dan perempuan yang akan bersaing yang ditempatkan dalam satu kelas secara bersamaan.

2.10.3.2. Persamaan Gender

Dalam penelitian kali ini peneliti akan membagi sample ke dalam bentuk persaingan dalam satu grup/ kelas. Grup ke 1 akan berisikan *gender* laki - laki yang akan saling bersaing dan grup ke 2 akan berisikan *gender* perempuan yang akan saling bersaing. Grup ini akan dimasukkan ke dalam kategori persaingan persamaan *gender*.