

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1. Penelitian Sebelumnya

Prajitno (2006) melakukan penelitian pada akuntan publik, akuntan perusahaan, dan akuntan pendidik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan persepsi antara akuntan publik, akuntan perusahaan, dan akuntan pendidik terhadap etika bisnis dan etika profesi. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu etika bisnis dan etika profesi. Teknik analisis data menggunakan *Anova (Analysis of Variance)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi yang signifikan antara akuntan publik, akuntan perusahaan, dan akuntan pendidik terhadap etika bisnis, terdapat perbedaan antara akuntan publik, akuntan perusahaan, dan akuntan pendidik terhadap etika profesi.

Martadi dan Suranta (2006) melakukan studi survei pada akuntan, mahasiswa Akuntansi, dan karyawan bagian Akuntansi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan persepsi antara akuntan, mahasiswa Akuntansi, dan karyawan bagian Akuntansi dipandang dari segi *gender* terhadap etika bisnis dan etika profesi akuntan. Variabel yang digunakan yaitu etika bisnis dan etika profesi akuntan. Teknik analisis data menggunakan *Independent Sample T-Test*. Hasil penelitian diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi yang signifikan antara akuntan, mahasiswa Akuntansi, dan karyawan pria bagian Akuntansi dengan akuntan wanita, mahasiswi Akuntansi, dan karyawan wanita bagian Akuntansi terhadap etika bisnis, tidak terdapat perbedaan persepsi yang signifikan antara akuntan pria dan mahasiswa Akuntansi

dengan akuntan wanita dan mahasiswi Akuntansi terhadap etika profesi, dan terdapat perbedaan persepsi yang signifikan antara karyawan pria bagian Akuntansi dengan karyawan wanita bagian Akuntansi terhadap etika profesi.

Winarna dan Retnowati (2003) melakukan penelitian pada akuntan pendidik, akuntan publik, dan mahasiswa akuntansi yang bertujuan untuk mengetahui persepsi akuntan pendidik, akuntan publik, dan mahasiswa akuntansi terhadap kode etik ikatan akuntan Indonesia dan untuk mengetahui apakah ada perbedaan persepsi yang signifikan antara akuntan pendidik, akuntan publik, dan mahasiswa akuntansi terhadap kode etik ikatan akuntan Indonesia. Variabel yang di gunakan etika profesi dan kode etik Ikatan Akuntan Indonesia. Teknik analisis data menggunakan *Anova (Analysis of Variance)*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa antara akuntan publik, akuntan pendidik dan mahasiswa akuntansi mempunyai persepsi yang berbeda terhadap kode etik ikatan akuntan Indonesia.

Murtanto dan Marini (2003) melakukan penelitian pada akuntan pria dan akuntan wanita serta mahasiswa dan mahasiswi. Tujuan penelitian untuk menguji perbedaan persepsi akuntan pria dan akuntan wanita serta mahasiswa dan mahasiswi terhadap etika bisnis dan etika profesi akuntan. Variabel penelitian yaitu etika bisnis dan etika profesi akuntan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu *Mann Whitney U-Test*. Hasil penelitian diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi yang signifikan antara akuntan pria dan akuntan wanita serta mahasiswa dan mahasiswi terhadap etika bisnis dan etika profesi akuntan.

Nurita dan Radianto (2008) penelitian ini bertujuan untuk menguji perbedaan persepsi mahasiswa akuntansi terhadap etika penyusunan laporan keuangan, variabel penelitian ini etika penyusunan laporan keuangan, metode penelitian yang digunakan Mann Whitney. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara mahasiswa yang sudah mengambil pendidikan etika dengan mahasiswa yang belum mengambil pendidikan etika. Sedangkan mengenai tanggung jawab terhadap pelaporan informasi keuangan mahasiswa yang belum mengambil pendidikan etika lebih tinggi dari pada mahasiswa yang sudah mengambil pendidikan etika. Hal ini berarti kurikulum akuntansi di perguruan tinggi tersebut dianggap belum cukup memberi bekal etika kepada mahasiswa untuk terjun langsung ke dunia kerja.

Yulianti dan Fitriany (2005) melakukan studi survei pada mahasiswa Akuntansi. Tujuan penelitian untuk perilaku dan persepsi mahasiswa Akuntansi menyangkut penyusunan laporan keuangan untuk memenuhi kebutuhan pengguna laporan keuangan. Variabel penelitian yaitu manajemen laba, *misstate* (kecenderungan untuk melakukan salah saji dalam laporan keuangan), pengungkapan laporan keuangan, *cost dan benefit*, dan *responsibility*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu *Mann-Whitney U-Test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa tingkat akhir lebih menolak manajemen laba dibandingkan mahasiswa baru, mahasiswa jurusan Akuntansi memiliki sikap yang lebih positif dibandingkan mahasiswa jurusan non Akuntansi untuk faktor *misstate*, tidak terdapat perbedaan yang signifikan terhadap pengungkapan informasi dan tanggung jawab perusahaan, dan mahasiswa jurusan Akuntansi

memiliki sikap yang lebih negatif dibandingkan mahasiswa jurusan non Akuntansi untuk faktor *cost* dan *benefit*. Dan terdapat perbedaan karakter antara akuntan yang dapat mempengaruhi bagaimana cara pandang mereka terhadap etika penyusunan laporan keuangan. Perbedaan persepsi tersebut terjadi karena disebabkan oleh beberapa faktor yaitu faktor sikap, faktor motif, faktor kepentingan, faktor pengalaman dan faktor penghargaan.

Muhammad (2008) melakukan penelitian pada akuntan dan mahasiswa Yogyakarta. Tujuan penelitian untuk mengetahui tingkat signifikansi perbedaan persepsi antara akuntan dan mahasiswa Yogyakarta terhadap etika bisnis, mengetahui tingkat signifikansi perbedaan antara akuntan, mahasiswa tingkat pertama, mahasiswa tingkat akhir di Yogyakarta terhadap etika bisnis, dan mengetahui cakupan muatan etika dalam kurikulum Akuntansi pada perguruan tinggi di Yogyakarta. Variabel yang digunakan adalah etika bisnis. Teknik analisis data menggunakan *Independent Sample T-Test* dan *Mann-Whitney U-Test*. Hasil penelitian menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi akuntan dan mahasiswa terhadap etika bisnis, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara akuntan, mahasiswa tingkat pertama, mahasiswa tingkat akhir terhadap etika bisnis, dan cakupan muatan etika dalam perguruan tinggi pada Mata Kuliah Keahlian (MKK), mata kuliah Auditing menempati urutan tertinggi, disusul dengan mata kuliah Akuntansi Keuangan dan Perpajakan.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Persepsi

Menurut Robin dan Judge, (2008;175) persepsi adalah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Rahkmat (1993 dalam Ekayani dan Putra, 2003) mendefinisikan bahwa persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi tentang objek dan peristiwa tersebut tergantung pada suatu kerangka, ruang, dan waktu, maka persepsi seorang akuntan akan sangat subjektif dan situasional.

Persepsi merupakan proses untuk memahami lingkungan yang meliputi objek, orang, dan simbol atau tanda yang melibatkan proses kognitif (pengenalan). Proses kognitif diartikan sebagai proses individu memberikan arti melalui penafsirannya terhadap rangsangan (stimulus) yang muncul dari objek, orang, dan simbol atau tanda tertentu. Persepsi juga mencakup penerimaan, pengorganisasian, dan penafsiran rangsangan (stimulus) yang telah diorganisasi yang dapat mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap (Martadi dan Suranta, 2006).

Persepsi merupakan proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami setiap informasi tentang lingkungannya melalui panca inderanya (melihat, mendengar, mencium, menyentuh, dan merasakan). Ada beberapa syarat yang dipenuhi agar individu dapat menyadari dan dapat membuat persepsi, yaitu: (1) Adanya objek yang dipersepsikan (fisik); (2) Alat indera atau reseptor, yaitu

alat untuk menerima stimulus (fisiologis); dan (3) Adanya perhatian yang merupakan langkah pertama dalam mengadakan persepsi (psikologis) (Walgito, 1997 dalam Winarna dan Retnowati, 2003).

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terdiri dari faktor eksternal dan faktor internal sebagai berikut (Wilson D dalam Putri, 2008)

1. Faktor Eksternal

1. *Concreteness*, yaitu wujud atau gagasan yang abstrak yang sulit di persepsikan dibandingkan dengan objektif.
2. *Novelty*, biasanya lebih menarik untuk dipersepsikan dibandingkan dengan hal-hal yang lama.
3. *Velocity* atau percepatan misalnya gerak yang cepat untuk menstimulasi munculnya persepsi lebih efektif dibandingkan dengan gerakan yang lambat.
4. *Conditional stimuli*, stimulus yang dikondisikan seperti bel pintu, deringan telepon, dan lain-lain.

2. Faktor Internal

1. *Motivation*, misalnya merasa lelah menstimulasi untuk merespon terhadap istirahat.
2. *Interest*, hal hal yang menarik lebih diperhatikan daripada yang tidak menarik.
3. *Need*, kebutuhan akan hal tertentu akan menjadi pusat perhatian
4. *Assumption*, juga mempengaruhi persepsi sesuai dengan pengalaman melihat, merasakan, dan lain-lain.

Empat tahap pemrosesan dalam membentuk persepsi (Kreitner dan Kinici, 2001 dalam Putri, 2008) adalah:

1. Tahap perhatian selektif (*selective attention*), yang merupakan proses timbulnya kesadaran akan sesuatu atau seseorang.
2. Tahap interpretasi dan penyederhanaan (*encoding and simplification*), merupakan proses interpretasi dan translasi informasi menjadi representasi informasi menjadi representasi mental.
3. Tahap penyimpanan dan pengulangan (*storege and retention*), merupakan tahap penyimpanan informasi dalam memori jangka panjang.
4. Tahap penarikan informasi dan oemberi respon (*retrivel and response*), merupakan yang dilakukan pada saat seseorang membuat pertimbangan dan mengambil keputusan.

Persepsi seseorang ditentukan oleh dua faktor utama yaitu pengalaman masa lalu dan faktor pribadi. Secara implisit persepsi suatu individu terhadap objek sangat mungkin memiliki perbedaan dengan persepsi individu yang lain terhadap objek yang sama. Fenomena ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu: Robbins, (1996;176)

1. Faktor pada persepsi yaitu faktor sikap, faktor motif, faktor kepentingan, faktor pengalaman, dan faktor penghargaan.
2. Faktor dalam situasi yaitu meliputi faktor waktu, faktor keadaan atau tempat, faktor kerja, dan faktor keadaan sosial.
3. Faktor pada target meliputi faktor hal baru, faktor gerakan, faktor bunyi, faktor ukuran, faktor latar belakang, dan faktor kedekatan.

Menurut Robbins (1996; 34), selain faktor dari dalam individu ada faktor-faktor lain yang berasal dari luar individu, yaitu:

1. Faktor Objek

Meliputi ukuran, intensitas dan kontras atau pertentangan. Semakin besar ukuran objek tertentu, maka persepsi individu terhadap objek tersebut akan semakin jelas dan mudah dipahami. Kemudian jika intensitas objek yang dipersepsikan semakin sering ditunjukkan, maka objek tersebut semakin diperlihatkan sehingga akan semakin mudah untuk dipersepsikan. Objek yang semakin bertentangan atau kontras dengan sekitarnya akan lebih menarik perhatian orang sehingga akan lebih dipersepsikan orang.

2. Faktor situasi

Adalah kondisi lingkungan dimana individu dipersepsikan objek tertentu, misalnya hawa panas atau dingin, terang atau gelap dan lain-lain serta banyaknya waktu yang digunakan individunya untuk mempersepsikan objek tersebut.

3. Pentingnya pemahaman mengenai persepsi

Pemahaman mengenai persepsi penting untuk diketahui karena persepsi merupakan salah satu variabel penting yang mempengaruhi perilaku individu. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa perilaku tidak bias lepas dari pengaruh individu sendiri dan lingkungannya. Variabel individu meliputi faktor-faktor yang ada didalam pribadi individu seperti persepsi, sikap, kemampuan dan ketrampilan, keahlian fisik, dan lain-lain. Variabel lingkungan merupakan faktor yang datang dari luar individu seperti pengalaman pendidikan, lingkungan sekitar dan sebagainya. Melalui pemahaman persepsi individu tertentu, seseorang dapat meramalkan

bagaimana perilaku individu tersebut, dengan kata lain merupakan deteksi awal bagi perilaku individu.

2.2.2. Etika

Etika dalam bahasa latin adalah *ethica* yang berarti falsafah moral. Etika secara harfiah berasal dari kata Yunani, *ethos* (jamaknya *ta etha*) yang artinya sama dengan moralitas yaitu adat kebiasaan yang baik (Keraf, 1998;14). Adat kebiasaan yang baik akan menjadi sistem nilai yang berfungsi sebagai pedoman dan tolak ukur tingkah laku yang baik dan buruk.

Suseno (1987;14) mengungkapkan bahwa etika merupakan filsafat atau pemikiran kritis dan mendasar tentang ajaran-ajaran dan pandangan-pandangan moral. Munawir (1987 dalam Muhammad, 2008) menjelaskan bahwa etika merupakan suatu prinsip moral dan perbuatan yang menjadi landasan bertindak seseorang sehingga yang dilakukannya dipandang oleh masyarakat umum sebagai perbuatan terpuji dan meningkatkan martabat serta kehormatan seseorang.

Menurut Keraf (1998;33-34), etika dapat dibagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut.

1) Etika umum

Etika umum berkaitan dengan bagaimana manusia mengambil keputusan etis, teori-teori etika dan prinsip-prinsip moral dasar yang menjadi pegangan bagi manusia dalam bertindak, serta tolok ukur dalam menilai baik atau buruknya suatu tindakan. Etika umum dapat dianalogkan dengan ilmu pengetahuan, yang membahas mengenai pengertian umum dan teori-teori.

2) Etika khusus

Etika khusus adalah penerapan prinsip-prinsip moral dasar dalam bidang kehidupan yang khusus. Etika khusus dapat dibagi menjadi tiga, yaitu:

- 1) Etika individual, yaitu menyangkut kewajiban dan sikap manusia terhadap dirinya sendiri.
- 2) Etika sosial, yaitu berkaitan dengan kewajiban, sikap dan pola perilaku manusia dengan manusia lainnya salah satu bagian dari etika sosial adalah etika profesi, termasuk etika profesi akuntan.
- 3) Etika lingkungan hidup merupakan cabang dari etika sosial mengenai hubungan antara manusia baik sebagai individu maupun sebagai kelompok dengan lingkungan alam dan juga hubungan manusia yang satu dengan manusia yang lainnya.

Etika mendeskripsikan suatu perwujudan dari norma dan tingkah laku yang dapat membantu manusia bertindak secara bebas dan dapat dipertanggungjawabkan, artinya setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia merupakan hasil dari pengambilan keputusan yang diambil sendiri diiringi dengan tersedianya berbagai macam kesempatan untuk mempertanggungjawabkan nilainya (Prajitno, 2006). Etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut serta diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain.

Etika adalah hal-hal yang berkaitan dengan masalah benar dan salah (Harsono, 1997 dalam Nugrahaningsih, 2005). Rianto (2008) mengungkapkan bahwa secara umum pengertian etika hanya dianggap sebagai pernyataan benar

dan salah atau baik dan buruk. Etika sebenarnya meliputi suatu proses penentuan yang kompleks tentang yang harus dilakukan oleh seseorang dalam situasi tertentu. Proses ini meliputi penyeimbangan pertimbangan sisi dalam (*inner*) dan sisi luar (*outer*) yang disifati oleh kombinasi unik dari pengalaman dan pembelajaran masing-masing individu.

2.2.3. Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan bagian dari etika sosial yang tumbuh dari etika pada umumnya (Muhammad, 2008). Keraf (1998;31) menyebutkan bahwa bisnis dapat menjadi sebuah profesi etis apabila ditunjang oleh sistem politik ekonomi yang kondusif, artinya untuk menciptakan bisnis sebagai sebuah profesi yang etis, maka dibutuhkan prinsip-prinsip etis untuk berbisnis yang baik yang merupakan suatu aturan hukum yang mengatur kegiatan bisnis semua pihak secara adil dan baik disertai dengan sebuah sistem pemerintahan yang adil dan efektif dalam menegakkan aturan bisnis tersebut.

Etika bisnis terkait dengan masalah penilaian terhadap kegiatan dan perilaku bisnis yang mengacu pada kebenaran atau kejujuran berusaha kebenaran yang dimaksud adalah etika standar yang secara umum dapat diterima dan diakui prinsip-prinsip baik oleh masyarakat, perusahaan dan individu. Menurut Nilasari dan Wiludjeng (2006;22-23) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku bisnis yang etis adalah:

1) **Lingkungan Bisnis**

Lingkungan bisnis yang dipenuhi oleh situasi persaingan yang tajam antara perusahaan satu dengan lainnya terkadang dapat mendorong perusahaan untuk melanggar prinsip-prinsip etika bisnis.

2) **Organisasi**

Peran dan status seseorang dalam suatu organisasi atau perusahaan dapat pula menjurus pada keinginan untuk mendahulukan kepentingan pribadi dan merusak kerja sama antara sesama karyawan secara profesional.

3) **Filosofi Moral Individu**

Nilai dan norma yang dianut setiap orang tidak selalu sama, serigkali perilaku moral seseorang di pengaruhi oleh dua hal tersebut. Individu yang tidak memiliki moralitas yang baik memiliki kemungkinan besar untuk bertindak secara etis.

Muslich (1998 dalam Murtanto dan Marini, 2003) mendefinsikan bahwa etika bisnis sebagai pengetahuan mengenai tata cara yang ideal dalam pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara ekonomi atau sosial yang mana penetapan norma dan moralitas ini dapat menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis. Etika bisnis beroperasi pada tingkat individual, organisasi, dan sistem (Ludigdo dan Machfoedz, 1999 dalam Ekayani dan Putra, 2003).

Keraf (1998;73-78) menjelaskan bahwa terdapat beberapa prinsip umum dalam etika bisnis, meliputi:

1) Prinsip otonomi

Otonomi adalah sikap dan kemampuan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Terdapat dua aspek prinsip otonomi, yaitu prinsip kebebasan dan aspek tanggung jawab.

2) Prinsip kejujuran

Prinsip ini merupakan prinsip yang paling problematika karena masih banyak pelaku bisnis yang mendasarkan kegiatan bisnisnya pada penipuan atau tindakan kecurangan. Bisnis tidak dapat bertahan lama atau berhasil jika tidak berdasarkan pada prinsip kejujuran yang merupakan kunci suksesse aktivitas bisnis seseorang yang berjangka panjang. Aspek kejujuran dalam bisnis yaitu:

- 1) Kejujuran terwujud dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak.
- 2) Kejujuran juga akan terwujud dalam penawaran barang dan jasa dengan mutu yang baik.
- 3) Kejujuran menyangkut hubungan kerja dalam perusahaan.

Prinsip kejujuran sangat berkaitan dengan aspek kepercayaan yang merupakan modal dasar yang akan mengalirkan keuntungan yang besar di masa mendatang.

3) Prinsip keadilan

Prinsip ini menuntut agar setiap orang dalam kegiatan bisnis dalam relasi eksternal maupun internal perusahaan perlu dilakukan sesuai dengan haknya masing-masing. Hak orang lain perlu dihargai dan jangan sampai dilanggar.

Keadilan menuntut agar tidak ada pihak yang dirugikan haknya dan kepentingannya.

4) Prinsip saling menguntungkan

Prinsip ini menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak. Prinsip saling menguntungkan secara positif menuntut hal yang sama, yaitu agar semua pihak berusaha untuk saling menguntungkan satu sama lain.

5) Prinsip integritas moral

Prinsip ini sudah tercakup dalam prinsip pertama dan kedua di atas. Prinsip ini dirumuskan secara khusus untuk menunjukkan bahwa setiap individu memiliki kewajiban moral yang sama bobotnya untuk menghargai diri sendiri, terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baiknya atau nama baik perusahaan.

Menurut Keraf (1998;69-71), ada tiga sasaran dan lingkup pokok etika bisnis, yaitu:

- 1) Etika bisnis sebagai etika profesi mengenai berbagai prinsip, kondisi, dan masalah yang terkait dengan praktik bisnis yang baik dan etis. Tujuannya untuk menghimbau para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya secara baik dan etis karena lingkup etika bisnis ini ditunjukkan kepada manajer dan pelaku bisnis serta membahas mengenai perilaku bisnis yang baik dan etis, maka etika bisnis seringkali disebut sebagai etika manajemen.

- 2) Etika bisnis bertujuan untuk menyadarkan masyarakat khususnya konsumen, buruh atau karyawan, masyarakat luas, dan pemilih *asset* umum semacam lingkungan hidup mengenai hak dan kepentingannya yang tidak boleh dilanggar karena masyarakat memiliki kepentingan langsung untuk mengawasi bisnis secara baik dan etis, maka etika bisnis tidak hanya ditunjukkan kepada kaum profesional bisnis, tetapi juga kepada masyarakat umum.
- 3) Etika bisnis juga membahas mengenai sistem ekonomi yang sangat menentukan etis atau tidaknya suatu praktek bisnis. Etika bisnis dalam hal ini lebih bersifat makro atau disebut juga sebagai etika ekonomi.

Etika bisnis dijalankan pada tiga taraf (Bertens 2000;35), yaitu:

- 1) Taraf makro, etika bisnis mempelajari aspek-aspek moral dari sistem ekonomi sebagai keseluruhan.
- 2) Taraf meso (madya atau menengah), etika bisnis menyelidiki masalah-masalah etis di bidang organisasi.
- 3) Taraf mikro, fokus pada individu dalam hubungan ekonomi atau bisnis yaitu mempelajari dan memahami tanggung jawab etis dari atasan dan bawahan, pegawai dengan pemilik perusahaan, dan sebagainya.

2.2.4. Etika Profesi

Etika profesi merupakan norma atau standar yang sah untuk mengatur perilaku profesional dalam hubungan dengan klien atau bukan klien, etika itu haruslah indentik dengan moralitas biasa atau intensifikasi dari moralitas itu (Koehn, 2000;14-15). Etika profesi merupakan etika khusus yang menyangkut dimensi

sosial. Etika profesi khusus berlaku dalam kelompok profesi yang bersangkutan yaitu akuntan (Nugrahaningsih, 2005). Etika profesi merupakan karakteristik suatu profesi yang membedakan profesi lain yang berfungsi untuk mengatur tingkah laku para anggotanya (Boynton dan Kell, 1996 dalam Murtanto dan Marini, 2003).

Murtanto dan Marini (2003) menjelaskan bahwa etika profesi merupakan sebuah profesi yang memiliki komitmen moral yang tinggi, yang biasanya dituangkan dalam bentuk aturan khusus yang menjadi pegangan bagi setiap orang yang mengemban profesi yang bersangkutan. Aturan ini merupakan aturan main dalam menjalankan atau mengemban profesi tersebut yang biasanya disebut sebagai kode etik yang harus dipenuhi dan ditaati oleh setiap profesi.

Martadi dan Suranta (2006) menyatakan bahwa etika profesi akuntan di Indonesia diatur dalam Kode Etik Akuntan Indonesia. Kode etik ini mengikat para anggota Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dan dapat dipergunakan oleh akuntan lainnya yang bukan atau belum menjadi anggota IAI. Ada dua sasaran pokok dari kode etik ini, yaitu:

- 1) Kode etik ini bermaksud untuk melindungi masyarakat dari kemungkinan dirugikan oleh kelalaian, baik secara sengaja maupun tidak sengaja dari kaum profesional.
- 2) Kode etik ini bertujuan untuk melindungi keluhuran profesi tersebut dari perilaku-perilaku buruk orang-orang tertentu yang mengaku dirinya profesional

2.2.5. Kode Etik Sebagai Etika Profesi Akuntan

Kode etik adalah norma perilaku yang mengatur hubungan antara akuntan dengan kliennya. Antara akuntan dengan sejawatnya, dan antara profesi dengan masyarakat (Sriwahjoeni, 2000 dalam Murtanto dan Marini, 2003). Kode etik terdapat muatan-muatan etika yang pada dasarnya bertujuan untuk melindungi kepentingan anggota dan kepentingan masyarakat yang menggunakan jasa profesi. Profesi akuntan juga terdapat kode etik yang disepakati bersama yang disebut sebagai kode etik akuntan. Kode etik dibuat dengan tujuan untuk membantu para anggotanya dalam mencapainya suatu kualitas mutu pekerjaan yang optimal.

Martadi dan Suranta (2006) menjelaskan bahwa etika profesi akuntan di Indonesia diatur dalam Kode Etik Akuntan Indonesia. Kode Etik ini mengikat para anggota IAI (Ikatan Akuntan Indonesia) di satu sisi dan dapat dipergunakan oleh akuntan lainnya yang bukan atau belum menjadi anggota IAI (Ikatan Akuntan Indonesia) di sisi lainnya. Kode Etik Akuntan Indonesia yang baru tersebut terdiri dari tiga bagian, yaitu:

1) Kode Etik Umum.

Terdiri dari delapan prinsip etika profesi yang merupakan landasan perilaku etika profesional, memberikan kerangka dasar bagi Aturan Etika, dan mengatur pelaksanaan pemberian jasa profesional oleh anggota, yang meliputi: Tanggung Jawab Profesi, Kepentingan Umum, Integritas, Obyektifitas, Kompetensi dan Kehati-hatian Profesionalnya, Kerahasiaan, Perilaku Profesional, dan Standar Teknis.

2) **Kode Etik Akuntan Kompartemen.**

Kode Etik Akuntan Kompartemen disahkan oleh Rapat Anggota Kompartemen dan mengikat seluruh anggota Kompartemen yang bersangkutan.

3) **Interpretasi Kode Etik Akuntan Kompartemen.**

Interpretasi Kode Etik Akuntan Kompartemen merupakan panduan penerapan Kode Etik Akuntan Kompartemen.

Pernyataan Etika Profesi yang berlaku saat itu dapat dipakai sebagai interpretasi dan atau Aturan Etika sampai dikeluarkannya Aturan dan Interpretasi baru untuk mengantikannya.

Ada dua sasaran pokok dari kode etik, yaitu pertama, kode etik ini bermaksud untuk melindungi masyarakat dari kemungkinan dirugikan oleh kelalaian, baik secara sengaja maupun tidak sengaja dari kaum profesional. Kedua, kode etik ini bertujuan untuk melindungi keluhuran profesi tersebut dari perilaku-perilaku buruk orang-orang tertentu yang mengaku dirinya profesional (Keraf 1998;41). Menurut Augustine (2005) etika bisnis bukan sekedar masalah tuntutan harkat etis manusia, melainkan jaminan agar manusia dalam melaksanakan bisnis mempunyai perasaan baik dan pantas.

2.2.6. Etika Penyusunan Laporan Keuangan

Laporan keuangan yang disusun harus didasarkan pada prinsip akuntansi yang lazim, agar pembaca laporan keuangan memperoleh gambaran yang jelas. di Indonesia prinsip ekonomi disusun oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). Oleh

karena itu sifat akuntansi sebagai suatu kegiatan jasa. Unsur penyajian laporan keuangan yang layak terdiri dari empat, yaitu :

1) *Mistate* (kecenderungan untuk melakukan salah saji dalam laporan keuangan)

Kecenderungan bagi setiap perusahaan di Indonesia yang sering mengalami kesulitan dalam menyajikan laporan keuangan yang baik dan sesuai standar akuntansi merupakan sesuatu problematika tersendiri. Dan hal ini merupakan Sesuatu kondisi yang ada korelasinya memiliki keterkaitan antara penyusunan laporan keuangan dan sikap serta perilaku baik para penyaji maupun penggunaannya.

Hal ini mau tidak mau memunculkan semacam kode etik yang terbentuk secara procedural dan sistematis yang telah ditetapkan oleh pihak yang berwenang, yaitu dalam hal itu adalah IAI (Ikatan Akuntansi Indonesia). Namun demikian masih saja terdapat perbedaan-perbedaan persepsi tentang penyajian laporan keuangan yang terbentuk dari sikap dan perilaku masing-masing individu. Oleh karena itu sifat manusia yang cenderung memiliki ketidakterikatan tentang suatu pemikiran. Bahkan didalam naungan perusahaan yang sama pun akan terjadi diantara individu-individu yang berkepentingan terhadap penyajian laporan keuangan

2) *Disclosure* (Pengungkapan Laporan Keuangan)

Laporan keuangan merupakan komponen sentral dan memegang peranan penting dalam mengkomunikasikan efek dari berbagai transaksiserta kejadian-kejadian ekonomi lain bagi para pengambil keputusan. Untuk itu laporan keuangan harus

dapat menyediakan informasi mengenai perusahaan dan operasinya kepada pihak yang berkepentingan sebagai basis dalam pengambilan keputusan yang disajikan secara bervariasi sesuai dengan kebutuhan dan masalah yang tercakup. Variasi tersebut antara lain meliputi informasi mengenai laba atau rugi terhadap investasi untuk mengidentifikasi hubungan-hubungan informasi tersebut, maka diperlukan analisis data yang diungkapkan dalam perhitungan laporan laba rugi, neraca, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan tersebut sebagai komponen laporan keuangan.

3) *Cost dan Benefit* (Beban perusahaan untuk melakukan pengungkapan)

Laporan keuangan merupakan ringkasan dari transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama tahun buku yang bersangkutan. Laporan keuangan itu sendiri dibuat oleh pihak manajemen yang memiliki tujuan untuk mempertanggungjawabkan tugas-tugas yang dibebankan sehingga menghasilkan informasi bagi pihak-pihak terkait. Laporan ini sangat berguna bagi tiap pihak yang mempunyai kepentingan demi mencapai tujuan.

4) *Responsibility* (Tanggung jawab dalam penyajian laporan keuangan yang informatif bagi penggunanya)

Menurut IAI, Laporan keuangan merupakan bagian dari proses pelaporan keuangan. Tujuan pelaporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan yang bermanfaat bagi sejumlah yang besar dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Laporan keuangan disusun untuk tujuan memenuhi kebutuhan sebagian besar pemakai. Namun demikian laporan keuangan tidak menyediakan semua

informasi yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan ekonomi secara umum menggambarkan pengaruh keuangan informasi dari kejadian masa lalu dan tidak diwajibkan untuk menyediakan informasi non keuangan. Pihak manajemen harus bertanggung jawab atas apa yang dilaporkan dalam laporan keuangan artinya pihak manajemen harus membuat laporan itu sesuai dengan kenyataan sebenarnya sehingga laporan keuangan itu memberikan informasi yang dipercayai bagi penggunaannya.

Laporan keuangan juga menunjukkan apa yang telah dilakukan manajemen (*stewardship*) atau pertanggung jawaban manajemen atas sumber daya yang dipercayakan kepadanya. Pemakai yang ingin menilai apa yang telah dilakukan atas pertanggung jawaban manajemen berbuat demikian agar mereka dapat membuat keputusan ekonomi. Keputusan ini mungkin mencakup misalnya keputusan untuk menanam atau menjual investasi mereka dalam perusahaan atas keputusan untuk mengangkat kembali atau mengganti manajemen.

Beberapa tindakan yang lalu yang dilakukan perusahaan merupakan bagian dari kegiatan yang berdampak masa depan. Oleh karena itu, peristiwa yang lalu itu tidak akan dapat dinilai tanpa melihat tanpa melihat dampaknya dimasa yang akan datang. Dengan kata lain, pertanggung jawaban memerlukan informasi tentang potensi dan juga hasil yang sudah diperoleh. Sebagai bagian dari kegiatan peramalan, sebaiknya para pemakai laporan disajikan informasi tentang keadaan sekarang, keadaan masa yang akan datang dan juga keadaan masa lalu. Pertanggung jawaban menyangkut pelaporan secara periodik kemajuan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Pihak manajemen harus bertanggung jawab atas apa yang dilaporkan dalam laporan keuangan artinya pihak manajemen harus membuat laporan itu sesuai dengan kenyataan sebenarnya sehingga sehingga laporan itu memberikan informasi yang dapat dipercaya bagi penggunanya.

Pertanggung jawaban memberikan suatu dasar untuk mengungkapkan informasi yang diperlukan untuk menilai prestasi yang lalu. Keputusan ekonomi yang dilakukan oleh para pemakai menimbulkan kebutuhan informasi tentang masa lalu dan informasi yang diperlukan dalam mencapai tujuan perusahaan dimasa yang akan datang.

2.3. Hipotesis

Prajitno (2006) menemukan bahwa terdapat perbedaan persepsi yang signifikan antara akuntan publik, akuntan perusahaan, dan akuntan pendidik terhadap etika bisnis. Muhammad (2008) menemukan terdapat perbedaan persepsi antara akuntan dengan mahasiswa terhadap etika bisnis. Ekayani dan Putra (2003) menemukan terdapat perbedaan persepsi yang cukup signifikan antara akuntan dan mahasiswa Bali terhadap etika bisnis.

H_{01} : Tidak terdapat perbedaan persepsi antara akuntan pendidik, akuntan perusahaan, dan akuntan publik terhadap etika bisnis.

H_1 : Terdapat perbedaan persepsi antara akuntan pendidik, akuntan perusahaan, dan akuntan publik terhadap etika bisnis.

Penelitian Murtanto dan Marini (2003) menemukan bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi yang signifikan antara akuntan pria dan akuntan wanita serta mahasiswi dan mahasiswa Akuntansi terhadap etika profesi. Martadi dan Suranta

(2006) juga menemukan tidak terdapat perbedaan persepsi yang signifikan antara akuntan pria, mahasiswa akuntansi, dan karyawan bagian akuntansi dengan akuntan wanita, mahasiswi akuntansi, dan karyawan wanita bagian akuntansi terhadap etika profesi.

H₀₂: Tidak terdapat perbedaan persepsi antara akuntan pendidik, akuntan perusahaan, dan akuntan publik terhadap etika profesi.

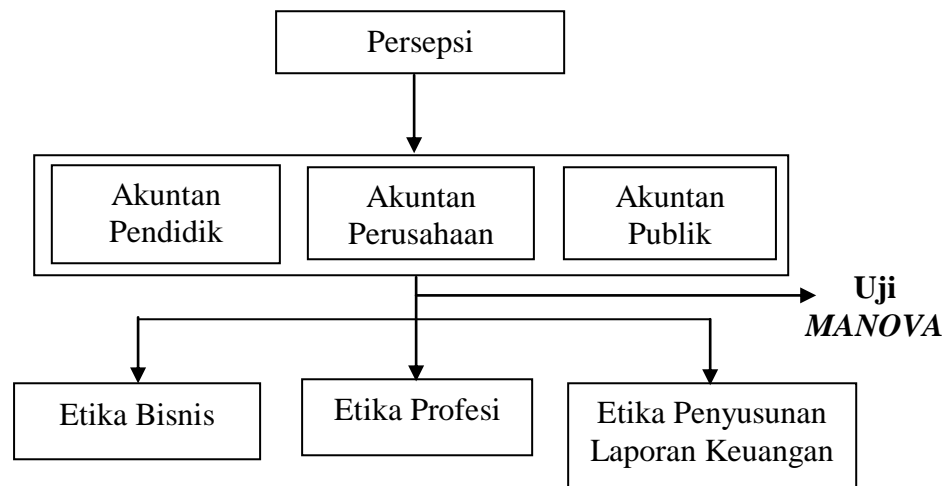
H₂: Terdapat perbedaan persepsi antara akuntan pendidik, akuntan perusahaan, dan akuntan publik terhadap etika profesi.

Mahmud (2008) menemukan tidak terdapat perbedaan persepsi antara mahasiswa tingkat atas dan mahasiswa tingkat bawah terhadap etika penyusunan laporan keuangan. Yulianti dan Fitriany (2005) juga menemukan bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi antara dosen dan mahasiswa Akuntansi terhadap etika penyusunan laporan keuangan.

H₀₃: Tidak terdapat perbedaan persepsi antara akuntan pendidik, akuntan perusahaan, dan akuntan publik terhadap etika penyusunan laporan keuangan.

H₃: Terdapat perbedaan persepsi antara akuntan pendidik, akuntan perusahaan, dan akuntan publik terhadap etika penyusunan laporan keuangan.

2.4. Rerangka Konseptual



Gambar 2.1
Rerangka Konseptual

Gambar alur rerangka konseptual di atas terdapat tiga variabel terikat yaitu etika bisnis, etika profesi, dan etika penyusunan laporan keuangan. Terdapat tiga variabel bebas, yaitu persepsi akuntan pendidik, akuntan perusahaan, dan akuntan publik. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji *MANOVA*.