

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CREATIVE ACCOUNTING***  
**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016)**



**SKRIPSI**

Oleh:

Nama: Mutia Putri Andini  
No. Mahasiswa: 14312325

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2018**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CREATIVE*  
*ACCOUNTING***  
**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek  
Indonesia Tahun 2016)**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai  
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi UII

Oleh:

Nama: Mutia Putri Andini

No. Mahasiswa: 14312325

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2018**

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 11 April 2018



Penulis,

Mutia Putri Andini

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI**  
***CREATIVE ACCOUNTING***  
**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di**  
**Bursa Efek Indonesia Tahun 2016)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Mutia Putri Andini  
No. Mahasiswa: 14312325

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing  
Pada Tanggal 11 April 2016  
Dosen Pembimbing,



Ataina Hidayati, Dra., M.Si., Ph.D., Ak.

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CREATIVE ACCOUNTING (STUDI  
EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK  
INDONESIA TAHUN 2016)**

Disusun Oleh : **MUTIA PUTRI ANDINI**  
Nomor Mahasiswa : **14312325**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Senin, tanggal: 14 Mei 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Ataina Hidayati, Dra., Ak., M.Si., Ph.D.

Penguji : Yuni Nustini, Dra., MAFIS., Ak., CA., Ph.D.

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



DR. D. Agus Harjito, M.Si.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

*Alhamdulillah* *rabbil'alamiin*, puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang selalu melimpahkan kesehatan, berkah, rahmat, serta hidayah Nya, sehingga skripsi yang dibuat dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi Pada Fakultas Ekonomi UII ini dapat berjalan dengan lancar dan terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, dan para sahabatnya, yang telah menuntun kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang.

Tersusunnya seluruh rangkaian proses pembuatan hingga akhirnya skripsi ini jadi tidak terlepas dari banyaknya dukungan baik secara moril, spiritual, maupun material dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini izinkanlah penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Dwiprptono Agus Harjito, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Ibu Ataina Hidayati, Dra., M.Si., Ph.D., Ak. selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar dan bijaksana selalu memberikan dorongan, arahan, serta motivasi, dari merencanakan hingga selesainya penelitian ini.

Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala selalu memberikan kesehatan dan keberkahan untuk Ibu.

3. Bapak Dekar Urumsah, SE., S.Si., M.Com., Ph.D selaku Ketua Prodi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Orang tuaku tercinta, Untung Suwandi dan Dina Ratna Dewi, yang selalu menjadi inspirasiku untuk dapat menyelesaikan skripsi ini, walaupun jauh di Balikpapan. Terimakasih atas doa dan restu yang selalu diberikan. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala selalu melindungi dan memberikan kesehatan.
5. Kedua kakakku beserta keluarganya, Andrianto Wahyuda dan Adriadi Tantonno. Terimakasih karena selalu memberikan semangat dan dorongan untuk adik tercintanya ini dalam menyelesaikan skripsi. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala selalu memberikan kesehatan buat mas-mas sekeluarga.
6. Rizky Gusti Ranardi Putra, terimakasih selalu mau menjadi tempatku untuk berkeluh kesah dan selalu memberikan semangat. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala mengabulkan mimpi dan cita-citamu. Semangat skripsinya!
7. Sahabatku tersayang "Street Kids" (Bella, Jeje, Kiky, Nancy, Tari, Tita, dan Yori), Dinda, Iber, Mia, Sheema, Icha dan yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terimakasih karena selalu menjadi *mood booster/mood breaker* selama pengerjaan skripsi ini. Semoga pertemanan kita selamanya. Semangat skripsinya ya!

8. Seluruh teman-teman Akuntansi 2014 Fakultas Ekonomi, semoga perjuangan kita selalu diridho'i Allah Subhanahu Wa Ta 'ala.
9. Semua pihak yang telah membantu, berpartisipasi, dan memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis tulis satu persatu.

Penulis menyadari dalam penelitian skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan kesalahan baik dari segi bahasa maupun isinya, oleh sebab itu penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya. Selibhnya, atas dasar berbagai macam kelemahan dan kekurangan tersebut, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan evaluasi untuk kebaikan dikemudian. Semoga skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat banyak bagi siapapun yang membacanya. Akhir kata, semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala selalu melimpahkan kasih sayang dan rahmat-Nya kepada kita semua, Aamiin.

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Yogyakarta, 11 April 2018

Penyusun

Mutia Putri Andini



**KARYA INI KUPERSEMBAHKAN UNTUK :**

**ALLAH SUBHANAHU WA TA'ALA  
PAPAKU UNTUNG SUWANDI DAN MAMAKU DINA RATNA DEWI  
KAKAKKU ANDRIANTO WAHYUDA DAN ADRIADI TANTONO  
RIZKY GUSTI RANARDI PUTRA  
SAHABATKU "STREET KIDS"  
KELUARGA DAN SAHABAT-SAHABATKU YANG LAINNYA**

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul .....	i
Halaman Judul .....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Kata Pengantar .....	vi
Halaman Persembahan .....	ix
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Abstrak.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Teori Akuntansi Positif ( <i>Positive Accounting Theory</i> ).....	8
2.1.2 Teori Agensi ( <i>Agency Theory</i> ).....	9
2.1.3 <i>Signaling Theory</i> .....	10
2.1.4 Teori Asimetri Informasi.....	11
2.1.5 Teori Etika Deontologi.....	11
2.2 <i>Creative Accounting</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1 Definisi <i>Creative Accounting</i> .....	12
2.2.2 Metode <i>Creative Accounting</i> .....	13
2.2.3 Motivasi <i>Creative Accounting</i> .....	19
2.3 Penelitian Terdahulu.....	22
2.4 Kerangka Pemikiran .....	24
2.5 Hipotesis Penelitian .....	24

2.5.1.	Hubungan Obligasi Kontraktual terhadap <i>Creative Accounting</i> .....	24
2.5.2.	Hubungan Manajemen Pajak terhadap <i>Creative Accounting</i> .....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....		27
3.1	Populasi dan Penentuan Sampel Penelitian.....	27
3.2	Data dan Sumber Data.....	27
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	28
3.4	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	28
3.4.1	Variabel Dependen.....	28
3.4.2	Variabel Independen .....	29
3.5	Metode Analisis.....	30
3.5.1.	Uji Statistik Deskriptif .....	31
3.5.2.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	31
3.5.3.	Uji Hipotesis .....	31
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1	Populasi dan Sampel .....	32
4.2	Statistik Deskriptif.....	32
4.3	Uji Koefisien Determinasi.....	33
4.4	Uji Hipotesis.....	34
4.5	Pembahasan .....	35
4.4.1	Pengaruh Obligasi Kontraktual terhadap <i>Creative Accounting</i> .....	35
4.4.2	Pengaruh Manajemen Pajak terhadap <i>Creative Accounting</i> .....	36
BAB V PENUTUP.....		38
5.1	Kesimpulan.....	38
5.2	Implikasi dan Manfaat Hasil Penelitian .....	38
5.3	Keterbatasan penelitian .....	38
5.4	Saran .....	39
DAFTAR REFERENSI .....		41
LAMPIRAN.....		45

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	32
Tabel 4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	33
Tabel 4.3 Hasil Uji Hipotesis .....	34

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur

LAMPIRAN 2 : Proksi Obligasi Kontraktual

LAMPIRAN 3 : Proksi Manajemen Pajak

LAMPIRAN 4 : Proksi *Creative Accounting*

LAMPIRAN 5 : Data yang Di Analisis

LAMPIRAN 6 : Output Analisis Data

## **ABSTRACT**

*This study aimed to examine the effect of obligation contractual and tax management of the Creative Accounting practices of the companies listed in Indonesia Stock Exchange in 2016. This study used a sample of 50 manufacturing companies from various sectors. This research is a replication of previous research. The results of this study indicate that obligation contractual and tax management have no effect on Creative Accounting practices.*

**Keywords :** *Creative Accounting, obligation contractual, tax management*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh obligasi kontraktual dan manajemen pajak terhadap praktik *Creative Accounting* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016. Penelitian ini menggunakan 50 sampel perusahaan manufaktur dari berbagai sektor. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa obligasi kontraktual dan manajemen pajak tidak memiliki pengaruh terhadap praktik *Creative Accounting*.

**Kata Kunci :** *Creative Accounting, obligasi kontraktual, manajemen pajak.*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Akhir-akhir ini, dunia telah di gemparkan oleh terungkapnya dokumen yang berisi nama-nama orang dan perusahaan yang telah melakukan pemindahan uang di negara-negara *tax haven* atau negara yang tidak memungut pajak yaitu *Panama Papers* dan *Paradise Papers*. *Panama Papers* adalah dokumen yang berisi database firma Mossack Fonseca yang memuat nama-nama pengguna jasanya untuk memindahkan uang di negara-negara *tax haven*, sedangkan *Paradise Papers* adalah dokumen yang berisi database firma Appleby yang memuat nama-nama pengguna jasanya untuk memindahkan uang di negara-negara *tax haven*. Hal ini dilakukan sebagai bentuk untuk menimbun kekayaan pribadi maupun perusahaan. Di negara *tax haven* ini pajak penghasilan (PPH) Badan maupun Orang Pribadi dikenakan tarif sangat rendah, bahkan bisa sampai nol persen. Maka tak heran apabila banyak perusahaan cangkang atau *offshore* menjamur di negara tersebut. Istilah perusahaan cangkang atau *offshore* sesungguhnya hanyalah sebutan untuk perusahaan yang secara legal terdaftar oleh pemerintah namun sesungguhnya tidak melakukan aktifitas perusahaan sebagaimana mestinya. Beberapa negara *tax haven* antara lain Swiss, Singapura, British Virgin Island, Panama, dan lain sebagainya.

Pemindahan uang ke negara *tax haven* termasuk dalam bentuk tindakan penyelewengan pajak. Hal ini dimaksudkan agar pengusaha tidak perlu membayar

pajak yang besar atas penghasilannya. Dengan demikian dalam pelaporan pajaknya di Indonesia, para pengusaha tidak menyampaikan jumlah penghasilannya sebenar-benarnya. Dalam hal ini, penyelewengan pajak merupakan salah satu tindakan yang termasuk dalam *Creative Accounting*.

Menurut Bhasin (2016), *Creative Accounting* merupakan praktik yang mengikuti (atau mungkin tidak) prinsip atau standar akuntansi, tapi menyimpang dari tujuan yang sesungguhnya demi menunjukkan citra yang diinginkan oleh perusahaan kepada para pemangku kepentingan. Salah satu tindakan menyimpang dari tujuan yang sesungguhnya misalnya adalah kegiatan akuntansi perusahaan harus di ungkapkan secara penuh pada periode berjalan namun tidak dilakukan. Dengan kata lain, praktik *Creative Accounting* mereduksi reliabilitas atas informasi keuangan.

Para pelaku *Creative Accounting* menggunakan celah dari prinsip dan standar yang ada atau bahkan teknik-teknik yang digunakan tidak atau belum diungkapkan di dalam standar sehingga praktik ini tidak di katakan perilaku *Fraud*. Sebuah kegiatan akuntansi dapat dikatakan *Fraud* apabila terdapat unsur kesengajaan memanipulasi data keuangan, menghilangkan, ataupun dengan sengaja salah menerapkan prinsip akuntansi yang berkaitan dengan jumlah, klasifikasi, cara penyajian, maupun pengungkapan.

Terdapat berbagai macam alasan perusahaan melakukan praktik *Creative Accounting*. Menurut Adhikara (2011) timbulnya praktik *Creative Accounting* ini dipicu oleh tekanan bahwa perusahaan harus berada dalam posisi laba untuk



menarik investor dan kreditor maupun sumber daya. Karena adanya tekanan ini, manajemen melakukan tindakan yang mengarah pada perilaku *oportunistik* yaitu tindakan mempercantik laporan keuangan yang disebut dengan kosmetika akuntansi.

Telah banyak kasus *Creative Accounting* yang terjadi di dunia ini, beberapa di antaranya yaitu kasus Kimia Farma Tbk dan Enron Corporation. Kimia farma melakukan praktik *Creative Accounting* dimotivasi oleh keinginan pihak direksi untuk menaikkan laba. Kimia Farma Tbk teridentifikasi melakukan penggelembungan keuntungan (*overstated*) dalam laporan keuangan pada semester I tahun 2002 juga dinyatakan dalam *annual report* Bapepam 2002. Kasus Enron menggunakan beberapa partner strategis untuk memanfaatkan teknik dan kebijakan akuntansi. Enron menggunakan bisnis lain yang tidak dikonsolidasikan dalam laporan keuangannya sehingga dapat mengeliminasi kerugian untuk dibebankan kepada mitra bisnisnya sehingga kinerja perusahaannya tetap terjaga.

Menurut Mulford dan Comiskey (2002), beberapa motivasi dibalik praktik *Creative Accounting* berpengaruh baik terhadap harga saham, kompensasi manajemen, dan perjanjian hutang. Gosh (2010) lebih lanjut menekankan pada faktor-faktor penentu *Creative Accounting* yang mempengaruhi harga saham, biaya pinjaman perusahaan yang lebih rendah sebagai pengaruh dari peningkatan tingkat kredit, rencana insentif untuk pejabat perusahaan dan karyawan yang memiliki kedudukan yang didasarkan pada kinerja perusahaan serta keuntungan politik. Selain itu Sawicki dan Shrestha (2008) menjelaskan bahwa *insider trading*

sebagai faktor yang memberikan kontribusi dalam praktik *Creative Accounting* antar perusahaan.

Penulis melakukan penelitian dengan mereplikasi penelitian yang telah dilakukan oleh Kamau, Namusonge, dan Bichanga (2015). Penelitian yang dilakukan oleh Kamau, Namusonge, dan Bichanga (2015) menggunakan variabel terikat manajer kompensasi, obligasi kontraktual, manajemen pajak, kinerja harga saham, dan *insider dealings*. Penelitian tersebut menghasilkan bahwa manajer kompensasi, obligasi kontraktual, manajemen pajak, dan *insider dealings* adalah praktik-praktik yang memiliki pengaruh sangat signifikan terhadap praktik *Creative Accounting* sedangkan kinerja harga saham tidak memiliki hubungan terhadap praktik *Creative Accounting*. Berdasarkan uraian di atas, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Creative Accounting* (Studi Empiris terhadap Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dituliskan diatas, maka pokok masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah obligasi kontraktual berpengaruh terhadap praktik *Creative Accounting* pada perusahaan manufaktur?
2. Apakah manajemen pajak berpengaruh terhadap praktik *Creative Accounting* pada perusahaan manufaktur?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan, maka pencapaian yang ingin diraih oleh peneliti adalah:

1. Mengetahui pengaruh obligasi kontraktual terhadap praktik *Creative Accounting* pada perusahaan manufaktur.
2. Mengetahui pengaruh manajemen pajak terhadap praktik *Creative Accounting* pada perusahaan manufaktur.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun harapan manfaat yang akan diperoleh setelah diadakannya penelitian ini adalah tercapainya kedua manfaat sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan, manajemen, kreditor maupun investor dalam memahami cara pendeteksian, pencegahan, serta memrediksi terjadinya praktik *Creative Accounting* dimana objek yang ditekankan adalah perusahaan manufaktur agar tidak terjadi kerugian atas praktik ini serta membantu investor dalam memberikan pertimbangan agar tidak salah berinvestasi.

#### 2. Manfaat Teoritis

Bagi akademisi, diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu dan teori akuntansi, terutama yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi praktik *Creative Accounting* dalam perusahaan manufaktur. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi

referensi, bahan wacana, maupun sarana untuk mendewasakan atau menambah wawasan bagi penelitian selanjutnya mengenai praktik *Creative Accounting* dalam penelitian di masa yang akan datang.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Berikut ini adalah sistematika penulisan dalam penelitian ini:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

#### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang landasan teori, konsep, dan penelitian terdahulu yang menjadi referensi penulis dalam pembuatan penelitian dan hipotesis, serta di dalam bab ini terdapat kerangka penelitian yang menjelaskan garis besar penelitian ini.

#### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang penentuan sampel dan populasi dalam penelitian ini, sumber data serta teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

#### BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil dari analisis data yang telah dilakukan berupa hasil perhitungan dan pembuktian penelitian.

#### BAB V : PENUTUP

Bab ini mengemukakan kesimpulan atas penelitian ini, keterbatasan serta saran bagi penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori Akuntansi Positif (*Positive Accounting Theory*)**

Teori Akuntansi Positif merupakan teori yang digunakan untuk menjelaskan suatu proses dengan kemampuan, pemahaman, pengetahuan akuntansi dan kebijakan akuntansi yang sesuai untuk menghadapi kondisi dimasa yang akan datang. Pada dasarnya, teori akuntansi positif menyatakan bahwa tujuan dari teori akuntansi adalah menjelaskan dan memprediksi praktik-praktik akuntansi. Teori Akuntansi Positif berorientasi pada penelitian empiris dan menjustifikasi beberapa teknik dan metode akuntansi yang sekarang digunakan atau mencari model baru untuk pengembangan teori akuntansi dimasa yang akan datang.

Menurut Watts dan Zimmerman (1990) dalam Kamau, Namusonge, Bichanga (2015), Teori Akuntansi Positif dapat di interpretasikan ke dalam 3 jenis hipotesis yaitu :

1. Hipotesis rencana bonus di mana para manajer memilih kebijakan yang dapat meningkatkan bonus mereka.
2. Hipotesis perjanjian utang di mana para direktur akan mendukung kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan pendapatan saat ini.

3. Hipotesis biaya politik di mana para manajer dapat menggunakan kebijakan yang mengurangi panasnya politik dan biaya politik seperti pajak.

*Creative Accounting* melibatkan penggunaan penilaian manajemen untuk membuat pilihan akuntansi atau untuk merancang transaksi sehingga mempengaruhi kemungkinan transfer kekayaan antara perusahaan dan masyarakat melalui hipotesis biaya politik, penyedia dana melalui hipotesis perjanjian utang atau manajer melalui hipotesis rencana bonus (Diana dan Madalina, 2007).

### **2.1.2 Teori Agensi (*Agency Theory*)**

Teori agensi menjelaskan hubungan kontraktual antara principal dan agent. Pihak *principal* (pemilik perusahaan) adalah pihak yang memberikan kepercayaan kepada *agent* (manajer) untuk menjalankan segala kegiatan perusahaan termasuk dalam pengambilan keputusan. Menurut Jensen dan Meckling, (1976) dalam Ezeani et al. (2012) perusahaan berfungsi sebagai fokus di dalam proses yang kompleks, di mana tujuan individu yang saling bertentangan dibawa ke dalam keseimbangan dalam kerangka hubungan kontraktual. Jensen dan Meckling (1976) lebih lanjut menyatakan bahwa konflik kepentingan ada antara manajemen dan pemilik bisnis dalam kasus-kasus seperti itu di mana pemilik bukan manajer. Teori agensi mengasumsikan model seorang manajer yang individualistis, melayani diri sendiri dan bersifat oportunistik. Para manajer yang direnungkan di bawah teori agensi lebih memilih untuk memaksimalkan kepentingan mereka sendiri dengan mengorbankan pemilik (Adelopo, 2010).

Teori ini merupakan perkembangan dari riset akuntansi keuangan yang digabungkan dengan perilaku manusia dalam model ekonomi. Teori ini membahas hubungan antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajer (*agent*) sulit tercipta karena adanya kepentingan yang saling bertentangan atau memiliki kepentingan masing-masing.

Hubungan antara *principal* dan *agent* dapat bertentangan akibat ketidakseimbangan informasi (*asymmetrical information*) karena agen mengetahui segala informasi yang dimiliki oleh perusahaan dibandingkan dengan *principal*. Dengan asumsi bahwa setiap individu bertindak untuk memaksimalkan kepentingan sendiri sehingga hal itu memicu para *agent* untuk menyembunyikan informasi dari *principal*. Sehingga besar kemungkinan para *agent* dapat memanipulasi angka dalam laporan keuangan.

### **2.1.3 Signaling Theory**

*Signaling Theory* adalah teori yang menggambarkan kondisi dan tindakan *agency* terhadap *principal* (pemilik atau calon investor perusahaan). Tindakan yang dilakukan oleh *agency* adalah untuk memberi kesan positif mengenai kondisi perusahaan yang dikelolanya.

Dalam *signaling theory* akan sulit untuk membedakan antara perusahaan yang berkualitas rendah maupun yang berkualitas tinggi, dimana *agency* dengan kualitas perusahaan yang tinggi akan memberikan sinyal yang baik kepada calon investor dibandingkan perusahaan dengan kualitas yang rendah.



#### **2.1.4 Teori Asimetri Informasi**

Terdapat salah satu penyebab perbedaan antara agent dan principal disamping masalah keagenan adalah ketidakmerataan informasi (*information asymmetry*). Yang mana memiliki akibat pada besarnya peluang manajer untuk melakukan hal yang menguntungkan bagi kepentingannya.

Kondisi suatu perusahaan dapat dilihat dengan adanya ketidakmerataan informasi. Beberapa kondisi perusahaan yang dapat menimbulkan kondisi informasi asimetri yaitu perusahaan yang sangat besar, memiliki penyebaran ke berbagai wilayah dan memiliki produk beragam yang membutuhkan teknologi. Asimetri informasi ini akan berdampak pada investor karena sulit secara objektif membedakan perusahaan yang berkualitas tinggi dan berkualitas rendah. Beberapa perusahaan yang menjalankan bisnisnya mungkin akan mendapatkan keuntungan apabila dilihat dari sisi informasi dibandingkan perusahaan yang lain.

#### **2.1.5 Teori Etika Deontologi**

Teori ini menekankan pada kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan itu bernilai moral sebab tindakan itu dilakukan terlepas dari tujuan atau akibat dari tindakan tersebut. Menurut teori ini jika dilihat dari motivasi *Creative Accounting* maka *Creative Accounting* ini merupakan tindakan yang keluar dari etika. *Creative Accounting* juga dilakukan untuk memenuhi kepentingan tertentu dengan mengabaikan kejujuran dari informasi yang disajikan.

## **2.2 *Creative Accounting***

### **2.2.1 Definisi *Creative Accounting***

*Creative Accounting* berasal dari kata “*creative*” dan “*accounting*” yang apabila diartikan ke dalam bahasa Indonesia yaitu “*Creative Accounting*”. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kreatif merupakan “kemampuan untuk menciptakan, ide atau pemikiran yang berbeda” sedangkan akuntansi merupakan “teori dan praktik perakunan, termasuk tanggung jawab, prinsip, standar, kelaziman (kebiasaan), dan semua kegiatannya” sehingga dapat dikatakan *Creative Accounting* merupakan praktik akuntansi yang berbeda dari praktik akuntansi yang biasa digunakan. Berikut adalah pengertian *Creative Accounting* menurut beberapa peneliti, antara lain :

1. Menurut Amat, Blake dan Dowd (1999) didalam Adhikara (2011), *Creative Accounting* adalah sebuah proses dimana beberapa pihak menggunakan kemampuan pemahaman pengetahuan akuntansi (termasuk didalamnya standar, teknik dsb.) dan menggunakannya untuk memanipulasi pelaporan keuangan.
2. Menurut Khatri (2015), *Creative Accounting* secara praktis menggunakan fleksibilitas yang disediakan dalam prinsip-prinsip akuntansi atau standar akuntansi untuk mengelola pengakuan, pengukuran serta penyajian akuntansi yang berbeda untuk melayani tujuan mereka yang menyiapkan akun (manajemen) daripada mereka yang cenderung menggunakan akun (pihak eksternal : pemegang saham, kreditor).

3. Menurut Sulistiawan (2006) dalam Arif, Aulia, Herawati (2014), *Creative Accounting* merupakan aktivitas yang dilakukan oleh organisasi atau badan usaha dengan memanfaatkan teknik maupun kebijakan akuntansi demi mendapatkan hasil yang diinginkan.
4. Menurut Marilena dan Corina (2012), *Creative Accounting* adalah instrumen yang berguna bagi manajer untuk mempromosikan dan mempertahankan citra perusahaan serta untuk memilih informasi sehingga data (informasi keuangan) yang ditawarkan harus mempertahankan minat yang ada dalam pikiran penggunanya (investor maupun kreditor).

Dalam praktiknya, masih terdapat pro dan kontra terhadap *Creative Accounting*. Beberapa peneliti beranggapan bahwa *creative accounting* merupakan praktik yang tidak etis dan merupakan praktik manipulasi informasi keuangan yang menyesatkan penggunanya. Namun berdasarkan pandangan teori akuntansi positif, *Creative Accounting* boleh dilakukan selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip akuntansi berterima umum dan tidak terdapat asimetri informasi antara *pincipal* dan *agent*.

### **2.2.2 Metode *Creative Accounting***

*Creative Accounting* lebih dari sekedar perubahan laba. Berbagai metode *Creative Accounting* menurut Amat, Blake, dan Dowds (1999) didalam Adhikara (2011) meliputi:

1. Mengubah metode akuntansi.

Metode akuntansi digunakan dalam penilaian aset perusahaan. Berikut adalah beberapa metode akuntansi, antara lain:

a. Metode penilaian persediaan menggunakan *First In First Out (FIFO)*, *Last In First Out (LIFO)*, dan *Average Cost*.

- *First In First Out (FIFO)*

Metode FIFO menghitung nilai persediaan dengan nilai perolehan barang yang masuk ke gudang pertama kali sebagai barang persediaan awal yang dijual ke pelanggan sehingga barang yang tersisa di persediaan akhir dinilai dengan nilai perolehan persediaan yang terakhir dibeli atau masuk ke gudang. Metode FIFO banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan karena dianggap memberikan dampak terhadap nilai aset yang dibeli perusahaan dan menghasilkan nilai tinggi untuk persediaan.

- *Last In First Out (LIFO)*

Metode LIFO merupakan kebalikan dari metode FIFO. Metode LIFO sudah tidak boleh dipergunakan menurut *International Financial Reporting Standards (IFRS)*. Dalam Undang-Undang tentang Pajak Penghasilan (UU PPh) No. 36 tahun 2008, metode LIFO tidak diperbolehkan lagi penggunaannya, hanya metode FIFO dan *Average* yang diperbolehkan dalam menghitung persediaan, hal ini diperjelas dalam pasal 10 ayat 6 yang berbunyi:

“...penilaian persediaan barang yang diperbolehkan hanya menggunakan harga perolehan awal. Penilaian pemakaian persediaan untuk penghitungan harga pokok hanya boleh dilakukan dengan menggunakan metode *average* atau metode FIFO. Cara penilaian tersebut juga berlaku untuk sekuritas”.

Hal ini disebabkan karena dengan menggunakan metode LIFO laba yang dihasilkan oleh perusahaan rendah sehingga menyebabkan pembayaran pajak ke negara lebih sedikit (diasumsikan bahwa harga pembelian persediaan terus mengalami peningkatan dikarenakan inflasi). Dalam IAS 2 (*Inventory*) juga disebutkan bahwa metode yang diperbolehkan dalam *Inventory* hanya FIFO dan *Average*. Hal ini diperjelas dalam IAS2.25 yang berbunyi “Untuk item yang dapat dipertukarkan, IAS 2 memungkinkan FIFO atau rumus biaya rata-rata tertimbang. Rumus LIFO, yang telah diizinkan sebelum revisi 2003 dari IAS 2, tidak lagi diperbolehkan”. Alasan lain metode LIFO tidak boleh digunakan menurut IFRS karena metode LIFO dapat mengurangi kualitas laporan posisi keuangan dimana nilai persediaan yang disajikan dalam laporan posisi keuangan tidak merepresentasikan *nilai persediaan yang sesungguhnya (IAS 2.BC13)*. Selain itu perbedaan laba menurut metode FIFO, *Average* dan metode LIFO cukup signifikan.

- *Average Cost*

Metode *Average Cost* digunakan untuk menghitung biaya dari persediaan akhir dan juga menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) pada setiap periode berdasarkan biaya rata-rata per unit persediaan. Untuk menghitung *Average cost*, rumus yang biasa digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{Biaya Rata-rata Per Unit} = \frac{\text{Total Nilai Persediaan}}{\text{Total Unit Persediaan}}$$

b. Metode penyusutan aset tetap dengan menggunakan metode *straight line*, *activity method*, dan *declining*.

- Metode Garis Lurus (*Straight Line Method*).

Metode *straight line* digunakan untuk menghitung depresiasi aset yang besarnya sama untuk setiap tahun masa manfaat aset. Hal ini disebabkan karena dasar perhitungannya menggunakan waktu. Untuk menentukan biaya depresiasi setiap tahunnya dengan metode *straight line* adalah dengan membagi biaya yang dapat disusutkan dengan masa manfaat aset. Untuk menghitung depresiasi menggunakan metode *straight line*, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Sisa} = \text{Biaya yang Dapat Disusutkan}$$

$$\text{Beban Depresiasi Tahunan} = \frac{\text{Biaya yang Dapat Disusutkan}}{\text{Masa Manfaat}}$$

Banyak perusahaan yang menggunakan metode *straight line* dalam menghitung depresiasi aset perusahaannya. Hal ini disebabkan karena metode *straight line* mudah digunakan.

- Metode Unit Aktivitas (*Activity Method*)

Metode unit aktivitas menggunakan total unit produksi atau tingkat penggunaan aset dalam menghitung nilai depresiasi. Metode ini

sangat cocok digunakan dalam menghitung nilai depresiasi untuk mesin pabrik, peralatan pengangkutan, dan pesawat terbang. Untuk mesin pabrik, metode ini dapat menggunakan jumlah unit yang dihasilkan atau dengan menggunakan jam kerja mesin, peralatan pengangkutan dapat menggunakan jarak tempuh, dan pesawat terbang dapat menggunakan jam terbang pesawat tersebut. Untuk menghitung depresiasi menggunakan metode unit aktivitas, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{Biaya Depresiasi per Unit} = \frac{\text{Biaya yang Dapat Disusutkan}}{\text{Total Unit Aktivitas}}$$

$$\text{Beban Depresiasi Tahunan} = \text{Biaya yang Dapat Disusutkan per Unit} \times \text{Unit Aktivitas Selama Tahun Berjalan}$$

Penggunaan metode ini tidak sebanyak penggunaan metode *straight line* karena sulit untuk membuat dasar yang mudah diterima tentang estimasi total aktivitas.

- Metode saldo menurun (*Declining balance method*)

Metode saldo menurun menghasilkan beban depresiasi yang setiap tahunnya menurun selama masa manfaat aset. Tidak seperti metode depresiasi yang lain, metode saldo menurun tidak menggunakan biaya yang dapat disusutkan. Hal ini karena nilai sisa diabaikan untuk menentukan jumlah yang dapat disusutkan. Tetapi nilai sisa tetap digunakan untuk menetapkan batas total depresiasi.

Depresiasi akan dihentikan apabila nilai buku aset sudah sama dengan nilai sisa yang diperkirakan. Untuk menghitung depresiasi menggunakan metode saldo menurun, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{Nilai Buku pada Awal Tahun} \times \text{Tarif Saldo Menurun} = \text{Beban Depresiasi Tahunan}$$

2. Membuat estimasi akuntansi.

Membuat estimasi akuntansi dilakukan untuk mempengaruhi laba akuntansi melalui kebijakan yang diterapkan oleh perusahaan. Beberapa bentuk estimasi akuntansi tersebut antara lain :

a. Estimasi dalam menentukan jumlah piutang tidak tertagih.

Ketika membuat estimasi tingkat piutang tidak tertagih, manajer cenderung membuat berdasarkan presentasi piutang dibanding presentase penjualan. Hal ini dikarenakan presentase piutang tidak tertagih yang dibuat berdasarkan tingkat penjualan akan lebih memenuhi kebijakan *matching principle*, yaitu prinsip akuntansi di mana pengakuan atas pendapatan dan beban diakui pada periode yang sama.

b. Estimasi dalam menentukan umur ekonomis aset.

Estimasi ini dilakukan apabila perusahaan mengharapkan kenaikan laba sehingga hasil yang akan diperoleh yaitu laba menjadi lebih tinggi karena biaya penyusutan menurun.



- c. Estimasi tingkat bunga pasar yang digunakan untuk mendiskonto arus kas dimasa yang akan datang untuk menilai kewajaran aset yang tidak memiliki pembanding atau kewajaran nilai obligasi.

### 3. Mereklasifikasi akun.

Permainan akuntansi ini dilakukan dengan cara memindahkan posisi akun dari satu tempat ke tempat yang lainnya. Sebenarnya laporan keuangan ini sudah disajikan dengan benar, namun karena kelihaihan penyajian, hal ini dapat memberikan dampak interpretasi yang berbeda bagi penggunanya. Misalnya dengan memperbesar nilai pendapatan perusahaan sehingga investor tertarik berinvestasi pada perusahaannya. Teknik reklasifikasi lainnya yaitu dalam hal utang jangka panjang yang dimasukkan ke aset jangka pendek. Tujuannya untuk meningkatkan rasio likuiditas perusahaan agar terlihat lebih likuid.

### 4. Mengubah periode pengakuan pendapatan dan biaya.

Teknik ini dilakukan untuk mempercepat atau menunda pengakuan pendapatan atau biaya dengan menggeser biaya atau pendapatan ke periode berikutnya agar memperoleh laba maksimum.

## 2.2.3 Motivasi *Creative Accounting*

Terdapat beberapa hal yang mampu memotivasi individu atau perusahaan melakukan *Creative Accounting*, di antaranya yaitu :

### 1. Motivasi Bonus

Dalam perjanjian bisnis, perusahaan akan memberikan insentif atau bonus terhadap karyawan sebagai *feedback* atas pencapaian atau kinerja

karyawan dalam menjalankan aktivitas operasional perusahaan. Salah satu alat ukur kinerja manajemen yaitu dari kinerja laba perusahaan. Pengukuran kinerja berdasarkan laba inilah yang memotivasi manajemen memberikan performa yang baik dengan melakukan *Creative Accounting* agar dapat menampilkan kinerja perusahaan yang baik agar memperoleh bonus yang maksimal.

## 2. Motivasi Utang

Dalam kepentingan ekspansi perusahaan, manajer seringkali melakukan beberapa kontrak bisnis dengan kreditor. Agar kreditor mau memberi pinjaman dananya ke perusahaan, manajer berusaha menunjukkan performa yang baik dari perusahaannya. Untuk memperoleh pinjaman dalam jumlah yang besar, manajer seringkali melakukan *Creative Accounting*. Selain untuk mendapatkan pinjaman uang, perusahaan melakukan ini untuk mempertahankan perjanjian utang. Apabila perusahaan mendapatkan pinjaman dari kreditor maka perusahaan wajib menjaga rasio keuangannya agar berada pada batas tertentu. Apabila hal ini dilanggar maka perjanjian utang dibatalkan.

## 3. Motivasi Pajak

*Creative Accounting* digunakan oleh manajer untuk melakukan tindakan manajemen laba agar seolah-olah laba yang dilaporkan oleh perusahaan lebih rendah tanpa melanggar aturan dan kebijakan perpajakan yang ada.

#### 4. Motivasi Penjualan Saham

Perusahaan yang belum *go public* akan menawarkan saham perdananya ke publik atau yang lebih dikenal dengan istilah *Initial Public Offerings (IPO)* untuk memperoleh tambahan modal usaha dari investor. Perusahaan *go public* akan menawarkan sahamnya ke publik baik melalui penawaran kedua, ketiga, dan seterusnya (*seasoned equity offerings-SEO*) kepada pemilik lama maupun melakukan akuisisi perusahaan lain dengan tujuan keberlanjutan dan ekspansi perusahaannya. Penjualan saham yang baik adalah perusahaan yang mampu menunjukkan kinerja perusahaannya yang baik. Indikator yang digunakan oleh calon investor adalah penyajian laba pada laporan keuangan perusahaan. Hal ini memotivasi manajer untuk melakukan praktik *Creative Accounting*.

#### 5. Motivasi Pergantian Direksi

Menjelang berakhirnya masa jabatan, direksi cenderung melakukan praktik *Creative Accounting* untuk meningkatkan laba agar performa kinerjanya terlihat baik pada akhir masa jabatannya. Hal ini dimaksudkan agar memperoleh bonus yang maksimal pada masa akhir jabatannya.

#### 6. Motivasi Politis

Agar perusahaan tetap mendapatkan subsidi dari pemerintah, perusahaan cenderung untuk menyajikan laba yang lebih rendah dari nilai yang sesungguhnya. Hal ini dilakukan untuk mengurangi visibilitas perusahaan sehingga tidak menarik perhatian konsumen, pemerintah maupun media

agar biaya yang dikeluarkan untuk biaya politis perusahaan rendah. Rendahnya biaya politis akan menguntungkan perusahaan.

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang *Creative Accounting* telah banyak dilakukan oleh para peneliti di luar negeri. Namun untuk di Indonesia sendiri, masih sedikit peneliti yang mengangkat kasus mengenai *Creative Accounting*. Padahal sesungguhnya kasus ini sangat menarik untuk diteliti. Berikut ini adalah beberapa ringkasan dari penelitian terdahulu yang telah membantu penulis dalam menambah wawasan tentang penelitian ini :

- Arif, Aulia, Herawati (2014) menyatakan bahwa perusahaan belum *go public* cenderung menyajikan nilai laba yang rendah dari nilai yang sebenarnya dalam pelaporan pajak agar dapat meminimalisir beban pajaknya. Sementara, perusahaan *go public* cenderung menaikkan laba karena mereka lebih mementingkan kenaikan harga sahamnya dibandingkan pertimbangan pajak. 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.
- Ezeani, Ifeanyi, Ezemoyih et al (2012) menyimpulkan bahwa praktik *Creative Accounting* menampilkan dirinya dalam bentuk manipulasi harga saham, keuntungan atau salah saji akun. Hal ini dilakukan untuk menarik investor. Umar (2003) mengatakan bahwa pengambilan keputusan di sektor publik, swasta bahkan sektor informal harus mengadopsi

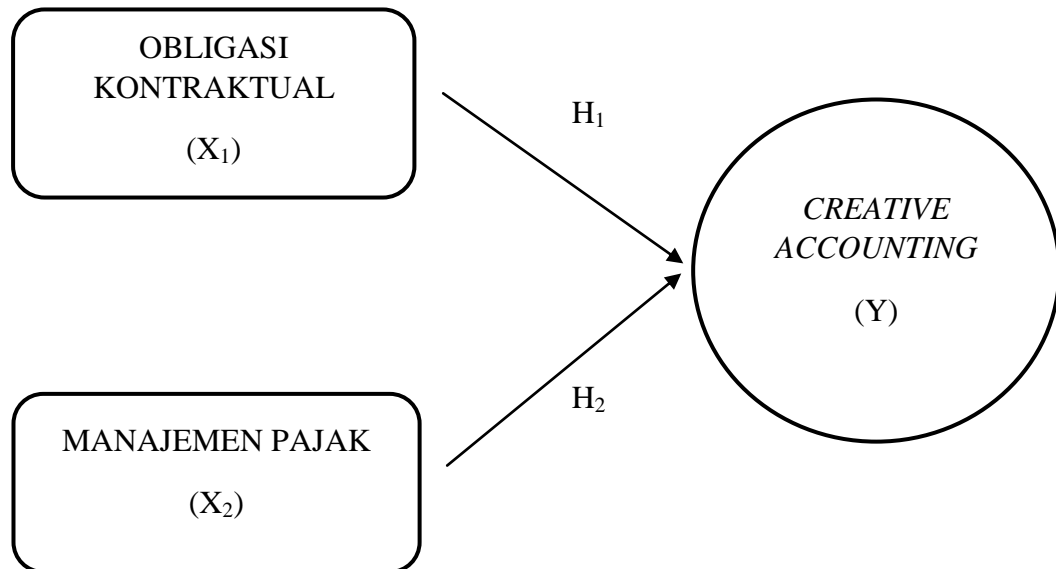
pendekatan sains manajemen modern jika ingin membuat keputusan yang berkualitas dan transparan. Selain itu kerangka peraturan akuntansi yang terstruktur dengan baik dapat mengurangi pengaruh *Creative Accounting*.

- Firescu (2014) menyatakan bahwa peraturan akuntansi di Rumania memungkinkan terjadinya penyimpangan dari standar akuntansi dimana hal ini menghasilkan pandangan yang tidak benar dan tidak adil mengenai posisi dan kinerja perusahaan. Hasil yang diperoleh dalam konteks akuntansi normalisasi yang fleksibel menegaskan bahwa kebenaran akuntansi bukanlah cerminan kebenaran "mutlak" dari realitas melainkan sebuah kebenaran "dibangun".
- Kamau, Namusonge, Bichanga (2015) menyatakan bahwa manajer kompensasi, obligasi kontraktual, manajemen pajak dan *insider dealings* adalah praktik-praktik yang memiliki pengaruh sangat signifikan terhadap praktik *Creative Accounting*, sedangkan kinerja harga saham tidak memiliki hubungan dengan praktik *Creative Accounting*.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

### VARIABEL INDEPENDEN

### VARIABEL DEPENDEN



## 2.5 Hipotesis Penelitian

### 2.5.1. Hubungan Obligasi Kontraktual terhadap *Creative Accounting*

Terdapat beragam tujuan perusahaan melakukan praktik *Creative Accounting*, di antaranya adalah untuk pelarian pajak, mendapatkan pinjaman dari bank, atau mempertahankan pinjaman yang sudah berjalan, atau mengecoh pemegang saham untuk menciptakan kesan bahwa manajemen berhasil mencapai hasil yang cemerlang.

Berdasarkan teori Akuntansi Positif, direktur tentu akan mendukung kebijakan-kebijakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan demi meningkatkan pendapatan perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan melakukan perjanjian utang.

Motivasi utang digunakan oleh manajemen untuk memperoleh pinjaman dari kreditor dan mampu mempertahankan pinjaman yang sudah ada. Hal ini dilakukan agar perusahaan mampu berekspansi. Motivasi materialisme merupakan suatu dorongan bagi manajemen dan akuntan-akuntan untuk melakukan *Creative Accounting*. Banyak perusahaan yang terjebak masalah *Creative Accounting* karena mempunyai sistem reward berupa bonus saham bagi eksekutif-eksekutif yang mencapai target yang ditetapkan. Secara umum, para eksekutif biasanya lebih mengenal perusahaan tempat mereka bekerja dibandingkan karyawan-karyawan di bawah mereka, sehingga para eksekutif dapat dengan mudah memanipulasi data-data dalam laporan keuangan (*financial statement*) untuk memperkaya diri mereka sendiri (berdasarkan teori agensi dan asimetri informasi).

Berdasarkan penelitian Kamau, Namusonge, Bichanga (2015) bahwa obligasi kontraktual berpengaruh sangat signifikan terhadap praktik *Creative Accounting*. Dalam penelitian ini, obligasi kontraktual menggunakan proksi *outstanding dividend*, perubahan hutang modal dan hutang lain-lain. Maka dari itu, *outstanding dividend* dan hutang lain-lain dijadikan proksi pada variabel obligasi kontraktual.

**H1 : Obligasi Kontraktual berpengaruh positif terhadap *Creative Accounting*.**

### **2.5.2. Hubungan Manajemen Pajak terhadap *Creative Accounting***

Meminimalkan laba periode tahun berjalan dari laba sebenarnya sering dilakukan dengan motivasi perpajakan dan politis. Motivasi pajak digunakan dalam hipotesis ini. Agar nilai pajak yang dibayarkan minimal, manajer cenderung menurunkan laba periode tahun berjalan dengan melakukan penghapusan aset maupun mengakui biaya-biaya periode mendatang ke periode tahun berjalan.

Menurut teori Etika *Deontologi*, hal ini merupakan tindakan yang keluar dari etika karena tindakan manajemen pajak ini dilakukan untuk memenuhi kepentingan tertentu dengan mengabaikan kejujuran dari informasi yang disajikan. Hal ini juga tidak sesuai dengan karakteristik kuantitatif atas informasi akuntansi yang bersifat *reliability* yaitu handal dan dapat dipertanggungjawabkan.

Berdasarkan penelitian Kamau, Namusonge, Bichanga (2015) bahwa manajemen pajak berpengaruh sangat signifikan terhadap praktik *Creative Accounting*. Dalam penelitian ini, manajemen pajak menggunakan proksi gap pajak. Maka dari itu, gap pajak dijadikan proksi pada variabel manajemen pajak.

**H2 : Manajemen Pajak berpengaruh positif terhadap *Creative Accounting*.**



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Penentuan Sampel Penelitian**

Penelitian ini menggunakan populasi dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016. Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah *sampling insidental* yang mana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan.

#### **3.2 Data dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang di peroleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI). Dalam penelitian ini penulis menggunakan laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan sebagai data penelitian. Alasan penulis menggunakan laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan yaitu karena data mudah diperoleh, murah, serta lebih akurat karena laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan telah di audit sehingga dapat dipertanggungjawabkan serta sudah ada penelitian-penelitian terdahulu yang menggunakan jenis data ini. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari:

- Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016
- Jurnal penelitian, modul, buku, makalah, serta website perusahaan dan situs internet yang berhubungan dengan tema penelitian ini.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi yaitu pengumpulan data dilakukan dengan mempelajari laporan tahunan dan keuangan, catatan maupun dokumen-dokumen perusahaan yang relevan dan sesuai dengan data yang diperlukan. Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder dari website BEI ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)).

### **3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.**

Menurut Sugiyono (2013), Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi-informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Variabel yang digunakan dalam penelitian terdiri dari variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (independen). Penelitian ini menggunakan angka-angka sebagai indikator variabel penelitian dalam menjawab permasalahan penelitian.

#### **3.4.1 Variabel Dependen**

Menurut Ferdinand (2006), variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian. Dalam *script analysis*, sebuah masalah tercermin di dalam variabel dependennya. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain atau dengan kata lain variabel yang bergantung

pada variabel lain. Variabel dependen dilambangkan dengan huruf Y. Dalam penelitian ini variabel penelitiannya yaitu :

a.  $Y = \text{Creative Accounting}$ .

Menurut Mwakalobo (2010), *Creative Accounting* dapat diukur dengan membandingkan antara *cash flow* dengan laba bersih. Apabila terjadi peningkatan laba bersih perusahaan namun terjadi penurunan terhadap *cash flow* maka ini dapat dijadikan indikator bahwa terjadi praktik *Creative Accounting*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan perbandingan kenaikan laba bersih dan *cash flow* dari tahun 2015-2016. Rumus dalam menghitung variabel ini adalah sebagai berikut :

$$\text{Creative Accounting} = \frac{\text{Cash Flow 2016} - \text{Cash Flow 2015}}{\text{Net Income 2016} - \text{Net Income 2015}}$$

### 3.4.2 Variabel Independen

Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain (variabel terkait). Variabel independen yang dipilih dalam penelitian ini terdiri dari obligasi kontraktual (*obligation contractual=OC*) dan manajemen pajak (*tax management=TM*).

a.  $X_1 = \text{Obligasi Kontraktual}$

Obligasi kontraktual adalah keadaan yang menggambarkan kondisi keuangan perusahaan dalam kondisi stabil yang di proksikan dengan *Outstanding Dividend* dan Hutang lain-lain. Obligasi kontraktual dalam penelitian ini

dimaksudkan sebagai jumlah hutang yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Kamau, Namusonge, Bichanga (2015), Obligasi kontraktual dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{OC} = \text{Outstanding dividend} + \text{Hutang Lain-lain}$$

b.  $X_2$  = Manajemen Pajak

Manajemen pajak adalah keadaan yang menggambarkan perilaku manajemen dalam mempengaruhi kegiatan keuangan perusahaannya yang di proksikan dengan Gap pajak. Gap pajak merupakan selisih antara penghasilan kena pajak tahun ini dan penghasilan yang dilaporkan. Dalam penelitian Kamau, Namusonge, Bichanga (2015) rumus yang digunakan untuk menghitung manajemen pajak adalah sebagai berikut :

$$\text{Tax Gap} = \text{Penghasilan yang Dilaporkan} - \text{Penghasilan Kena Pajak Tahun Ini}$$

### 3.5 Metode Analisis

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis data dengan analisis statistik berupa *software SmartPLS 3.0*. Metode PLS mempunyai keunggulan, diantaranya data tidak harus berdistribusi normal multivariate (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval sampai rasio dapat digunakan pada model yang sama) dan ukuran sampel tidak harus besar.

### **3.5.1. Uji Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata, standar deviasi, modus, maksimum-minimum. Hal ini dilakukan untuk menggambarkan keseluruhan dari sampel yang dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian (Iqbal Hasan, 2002).

### **3.5.2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menjelaskan seberapa besar variable independen dan faktor lain mampu menjelaskan variable dependen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) ini berkisar antara  $0 < R^2 < 1$ . Apabila nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang ditunjukkan besar maka hal ini menunjukkan banyak informasi yang dapat diberikan oleh variabel-variabel independen untuk memprediksi variansi variabel dependen.

### **3.5.3. Uji Hipotesis**

Uji hipotesis digunakan untuk menentukan apakah hipotesis dapat diterima atau tidak (Silalahi, 2015). Sebuah hasil uji hipotesis dapat dikatakan signifikan apabila kejadian tersebut hampir tidak mungkin disebabkan oleh faktor kebetulan dan sesuai dengan batas peluang yang telah ditentukan.

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Populasi dan Sampel

Penelitian ini meneliti perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mempublikasikan laporan keuangan tahun 2016. Sampel perusahaan tersebut kemudian dipilih secara *sampling insidental* yang mana dalam penelitian ini peneliti menentukan sebanyak 50 sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

#### 4.2 Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menggambarkan fenomena dan karakteristik data. Dalam suatu penelitian analisis deskriptif sangat perlu dilakukan karena karakteristik dari suatu data akan menggambarkan fenomena dari data yang digunakan dalam penelitian (Silalahi, 2015). Hasil analisis deskriptif penelitian ini tergambar dalam tabel 4.1 dibawah ini :

**Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian**

	Missing	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviasi	Excess Kurtosis	N
OC	0	1,775.540	2,287	0	2,783	1,043.385	-0.849	50
TM	0	2,424.020	2,657	241	3,028	812.414	3.499	50
CA	0	139.960	66	-2,781	4,945	1,044.318	9.704	50

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 4.1 diatas, dapat dijelaskan bahwa:

- a. Jumlah seluruh sampel dalam penelitian ini adalah 50 perusahaan manufaktur Indonesia tahun 2016.
- b. Variabel Obligasi Kontraktual (OC) memiliki nilai rata-rata 1.775,54 dan nilai tengah 2.287 sedangkan nilai minimum 0 dan nilai maksimum 2.783 dengan nilai standar deviasinya 1.043,385
- c. Variabel Manajemen Pajak (TM) memiliki nilai rata-rata 2.424,020 dan nilai tengah 2.657 sedangkan nilai minimum 241 dan nilai maksimum 3.028 dengan nilai standar deviasinya 812,414.
- d. Variabel *Creative Accounting* (CA) memiliki nilai rata-rata 139,960 dan nilai tengah 66 sedangkan nilai minimum -2.781 dan nilai maksimum 4.945 dengan nilai standar deviasinya 1.044,318.

### 4.3 Uji Koefisien Determinasi

Hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini :

**Tabel 4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

	<b>R Square</b>	<b>R Square Adjusted</b>
<b>CA</b>	<b>0.108</b>	<b>0.070</b>

**Sumber : Data Primer Diolah, 2018**

Hasil analisis koefisien determinasi, dihasilkan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,070. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa

besarnya variasi variabel independen dalam mempengaruhi model persamaan regresi adalah sebesar 7% dan sisanya sebesar 93% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

#### 4.4 Uji Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel 4.3 dibawah ini :

**Tabel 4.3 Hasil Uji Hipotesis**

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standard Deviation (STDEV)</b>	<b>T Statistics ((O/STDEV))</b>	<b>P Values</b>
<b>OC</b>	<b>-0.352</b>	<b>-0.340</b>	<b>0.156</b>	<b>2.262</b>	<b>0.024</b>
<b>TM</b>	<b>0.103</b>	<b>0.089</b>	<b>0.123</b>	<b>0.833</b>	<b>0.405</b>

**Sumber : Data Primer Diolah, 2018**

Hasil kesimpulan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesis Pertama

Obligasi Kontraktual (OC) berpengaruh negatif terhadap *Creative Accounting* (CA) -0.352 dan dengan *p-value* 0,024 < 0,05 maka signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa obligasi kontraktual dengan proksi *outstanding dividend* dan hutang lain-lain tidak berpengaruh signifikan terhadap *Creative Accounting*.

2. Pengujian Hipotesis Kedua

Manajemen Pajak (TM) berpengaruh positif terhadap *Creative Accounting* (CA) 0,103 dan dengan *p-value* 0,405 > 0,05 maka tidak



signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa manajemen pajak dengan proksi gap pajak tidak berpengaruh terhadap praktik *Creative Accounting*.

## **4.5 Pembahasan**

### **4.4.1 Pengaruh Obligasi Kontraktual terhadap *Creative Accounting***

Hasil analisis membuktikan bahwa obligasi kontraktual dengan proksi *outstanding dividend* dan hutang lain-lain tidak berpengaruh signifikan terhadap *Creative Accounting*. Semakin tinggi maupun rendah obligasi kontraktual maka tidak mempengaruhi *Creative Accounting* pada perusahaan. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti perusahaan tidak memiliki kepentingan untuk berekspansi dan perusahaan telah melaporkan informasi keuangannya sesuai dengan prinsip-prinsip akuntansi dan standar akuntansi yang ada sehingga perusahaan tidak perlu melakukan praktik *Creative Accounting*. Hasil penelitian ini berbeda dengan yang dilakukan oleh Kamau, Namusonge, Bichanga (2015) bahwa obligasi kontraktual adalah praktik yang memiliki pengaruh sangat signifikan terhadap *Creative Accounting*.

Menurut Sulistiawan, Januarsi, Alvia (2011), untuk memenuhi kepentingan ekspansi perusahaan, manajer sering melakukan kontrak bisnis dengan pihak ketiga yang mana adalah kreditor. Agar kreditor mau menginvestasikan dana di perusahaan, manajer harus menunjukkan performa yang baik dari perusahaannya. Untuk memperoleh hasil maksimal, manajer seringkali melakukan praktik *Creative Accounting*. Menurut Cotlet et al (2012), perjanjian utang dan peringkat kredit adalah beberapa keputusan manajemen yang diperlukan dalam strategi untuk menghindari aturan dan batas entitas baik

organisasi maupun hukum. *Creative Accounting* dapat digunakan dalam pertukaran untuk biaya pinjaman perusahaan yang lebih rendah karena peringkat kredit yang lebih baik (Gosh, 2010). Kedua penelitian ini mengkonfirmasi bahwa *Creative Accounting* dipengaruhi oleh perjanjian utang dan kewajiban kontraktual perusahaan.

Olouch et al (2013) menyatakan bahwa ada efek pada kualitas akrual keseluruhan (indikator *Creative Accounting*) pada biaya modal (termasuk biaya utang) di antara berbagai segmen dari NSE. Hasil ini menunjukkan bahwa perjanjian utang, peringkat kredit, biaya utang dan praktik terkait kewajiban kontrak lainnya mempengaruhi *Creative Accounting* di antara Perusahaan yang terdaftar.

#### **4.4.2 Pengaruh Manajemen Pajak terhadap *Creative Accounting***

Hasil analisis membuktikan bahwa manajemen pajak dengan proksi gap pajak tidak memiliki pengaruh terhadap praktik *Creative Accounting*. Semakin tinggi maupun rendah praktik manajemen pajak maka tidak mempengaruhi *Creative Accounting* pada perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena perusahaan telah melaporkan pajaknya dengan benar dan sesuai dengan ketentuan akuntansi perpajakan yang berlaku. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan yang dilakukan oleh Kamau, Namusonge, Bichanga (2015) bahwa manajemen pajak adalah praktik yang memiliki pengaruh sangat signifikan terhadap *Creative Accounting*.

Perusahaan cenderung untuk melaporkan nilai penghasilan yang kecil agar beban pajak yang harus di bayarkan kecil. Hal ini membuat manajer melakukan praktik *Creative Accounting* untuk memanipulasi laba perusahaan agar terlihat rendah tanpa melanggar peraturan yang telah ditetapkan. Namun apabila memang penghasilan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut tidak besar, maka praktik *Creative Accounting* tidak akan dilakukan oleh perusahaan karena tidak ada yang perlu untuk di tutup-tutupi dalam pelaporan pajaknya.

Menurut Ghosh dan Crain (1996) dalam Sulistiawan, Januarsi, Alvia (2011), masalah pajak bukanlah masalah akuntansi namun masalah pajak merupakan masalah prinsip etika dan “ketakutan untuk diaudit”. Pembayar pajak yang lebih beretika dan memiliki kemungkinan untuk diaudit serta melaporkan pajaknya memiliki kepatuhan yang sangat tinggi dibandingkan pembayar pajak yang tidak beretika.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil analisis membuktikan bahwa obligasi kontraktual dengan proksi *outstanding dividend* dan hutang lain-lain tidak berpengaruh signifikan terhadap *Creative Accounting*. Semakin tinggi ataupun rendah obligasi kontraktual maka tidak mempengaruhi *Creative Accounting* pada perusahaan.
2. Hasil analisis membuktikan bahwa manajemen pajak dengan proksi gap pajak tidak berpengaruh terhadap *Creative Accounting*. Semakin tinggi ataupun rendah praktik manajemen pajak maka tidak mempengaruhi *Creative Accounting* pada perusahaan.

#### **5.2 Implikasi dan Manfaat Hasil Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan pertimbangan bagi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016.

Berikut ini adalah implikasi penelitian yang dapat dijadikan pertimbangan:

1. Melalui penelitian ini, perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 dapat lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi *Creative Accounting* seperti obligasi kontraktual dan manajemen pajak serta faktor-faktor lainnya.

2. Untuk mahasiswa Jurusan Akuntansi hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan memperkaya hasil penelitian yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi praktik *Creative Accounting*.

### **5.3 Keterbatasan penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang kemungkinan dapat memengaruhi hasil penelitian, antara lain :

1. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan periode penelitian hanya 1 tahun yaitu tahun 2016 sehingga belum dapat menggeneralisasikan hasil penelitian.
2. Kurangnya pemahaman penulis tentang variabel independen pada penelitian Kamau, Namusonge, Bichanga (2015) sehingga variabel independen dalam penelitian ini masih dirasa kurang memengaruhi *Creative Accounting*.

### **5.4 Saran**

Dengan memerhatikan beberapa keterbatasan penelitian yang telah disampaikan, maka dapat diberikan saran-saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah sampel penelitian dengan menambah periode penelitian sehingga diharapkan dapat menggeneralisasikan hasil penelitian.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel lainnya seperti manajemen kompensasi, *share price performance*, dan *insider trading*

sehingga penelitian ini lebih dapat dilihat hubungannya dengan praktik *Creative Accounting*.

## DAFTAR REFERENSI

- Adelopo, I. (2010), *The impact of corporate governance on auditor independence: A study of audit committees in UK listed companies* (PhD Thesis, De Montfort University, United Kingdom).
- Adhikara, MF.Arrozi. 2011. "Creative Accounting: Apakah Suatu Tindakan Ilegal?" *Jurnal Akuntansi Aktual* 2 (2):109–35.
- Amat, Oriol and Black, John and Dowds, Jack. 1999. *The Ethics of Creative Accounting, Economic Working Paper*.
- Anonim. (2013, January 8). *Teori Akuntansi Positif*. Retrieved April 3, 2018, from <https://teoriakuntansipositif.wordpress.com/>
- Anonim. (2017, April 26). *Memahami Metode Average Cost Dalam Sistem Inventory*. Retrieved April 5, 2018, from <https://turboly.com/blog/2017/04/MEMAHAMI-METODE-AVERAGE-COST.html>
- Arif, Moh Lutfi Saiful, Robiatul Aulia, and Nurul Herawati. 2014. "Persepsi Mahasiswa Akuntansi Tentang Praktik *Creative Accounting*." *Jurnal Akuntansi Multiparadigma* 5 (1):96–112.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). *KBBI Daring*. Retrieved April 5, 2018, from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kreatif>
- Bhasin, Madan Lal. 2016. "Survey of *Creative Accounting* Practices: An Empirical Study." *Wulfenia Journal* 23 (1):143–62.
- Cotleş, B., Nagy, C. M., Megan, O., & Cotleş, D. (2012). Creative techniques for modeling performance reported in financial statements. *Anale. Seria Stiinte Economice. Timisoara*, vol. XVIII, 406-410
- Deloitte. *IAS 2 - Inventories*. Retrieved April 5, 2018, from <https://www.iasplus.com/en/standards/ias/ias2#link7>
- Diana, B., & Madalina, P. C. (2007). Is *Creative Accounting* a form of manipulation. *Economic Science Series, Annals of the University of Oradea*, 935-940.
- Ezeani, Nneka Salome, Ogbonna Martin Ifeanyi, Chuks Marcel Ezemoyih, and Ekendu Echezonachi Okonye. 2012. "The Effect of *Creative Accounting* on the Job Performance of Accountants (Auditors) in Reporting Financial Statement in Nigeria." *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review* 1 (9):1–30.

- Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ferlianda, Ivan. (2014, April 28). *Frequently Asked Question : Mengapa Metode LIFO tidak Diperbolehkan oleh IFRS*. Retrieved April 5, 2018, from <https://ivanferlianda.wordpress.com/2014/04/28/frequently-asked-questions-mengapa-metode-lifo-tidak-diperbolehkan-oleh-ifrs/>
- Fiki, Ariyanti. (2016, April 21). *Ini Keuntungan yang Didapa oleh Negara Surga Pajak*. Retrieved February 6, 2018, from <http://bisnis.liputan6.com/read/2488746/ini-keuntungan-yang-didapat-oleh-negara-surga-pajak>
- FIRESCU, Victoria. 2014. "An Empirical Study on the Impact of *Creative Accounting* Policies on the Performance of Listed Romanian Companies" 3 (3):1–13.
- Gosh S. 2010. "*Creative Accounting: A fraudulent practice leading to corporate collapse*", *Research and practice in social sciences*, Vol 6, Iss 1, pp1-15.
- Intan. (2010, November 21). *Etika Dalam Akuntansi (Creative Accounting, Fraud Auditing/Accounting dll)*. Retrieved Maret 24, 2018, from <https://diaryintan.wordpress.com/2010/11/21/etika-dalam-akuntansi-creative-accounting-fraud-auditing-accounting-dll/>
- Iqbal, Hasan. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia: Bogor.
- Jasmine, Venny. (2017, February 10). *Kelebihan dan Kekurangan Metode FIFO, LIFO dan Average*. Retrieved April 5, 2018, from <http://www.beeaccounting.com/blog/kelebihan-dan-kekurangan-metode-fifo-lifo-dan-avarage/>
- Jensen, M.C. and Meckling, W.H. (1976). Theory of the firm: Managerial behaviour, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3 (4), 305-360
- Kamau, Charles Guandaru, Gregory Simiyu Namusonge, and Walter Okibo Bichanga. 2015. "PRACTICES INFLUENCING *CREATIVE ACCOUNTING* AMONG CORPORATIONS LISTED IN NAIROBI SECURITIES EXCHANGE."
- Khatri, Dhanesh Kumar. 2015. "*Creative Accounting* Leading to Financial Scams- Evidences from India and USA". *Journal of Accounting, Business & Management*". Vol 22. Iss 2. Pp 1-10.



- Kieso, Donald E., Jerry J. Weygandt, Terry D. Warfield. 2014. *Intermediate Accounting: IFRS Edition, 2nd Edition, Vol.2*. USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Makruf, Sandy. *Contoh Soal Metode FIFO, LIFO dan Average Bonus Jawaban Penyelesaiannya*. Retrieved April 5, 2018, from <http://www.akuntansilengkap.com/akuntansi/contoh-soal-metode-fifo-lifo-dan-average-bonus-jawaban-penyelesaiannya/>
- Marilena, Zuca, and Ioanăș Corina. 2012. "Embellishment of Financial Statements Through *Creative Accounting* Policies and Options." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 62:347–51. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.055>.
- Muhammad, Abdul Asis. (2016, April 26). *Sekilas tentang Perusahaan Cangkang Offshore*. Retrieved Maret 24, 2018, from <https://asisse.blogspot.co.id/2016/04/sekilas-tentang-perusahaan-cangkang.html>
- Mulford, C. W., & Comiskey, E. M. 2002. *The financial numbers game: Detecting Creative Accounting practices*. New York: John Wiley & Sons.
- Mwakalobo, Sako. (2010). *Creative Accounting and Earnings Management*.
- Oluoch, J., Namusonge, G., & Onyango, S. (2015). Effect of Accruals Quality on Segmental Cost of Capital in The Kenyan Equity securities' Market. *European Journal of Business and Social Sciences*, 4(01), 90-105.
- Pratomo, Harwanto Bimo. (2017, November 7). *Cara Sederhana Memahami Paradise Papers, Bocoran Dokumen Terbesar Sepanjang Sejarah*. Retrieved Maret 23, 2018, from <https://www.merdeka.com/uang/cara-sederhana-memahami-paradise-papers-bocoran-dokumen-terbesar-sepanjang-sejarah.html>
- Redaksi. (2016, April 9). *Apa Itu Panama Papers? Ini Dia Hubungannya dengan Kita*. Retrieved Maret 23, 2018, from <http://youthproactive.com/201604/for-your-information/apa-itu-panama-papers-penjelasan-sederhana/>
- Sawicki, J., & Shrestha, K. (2008). Insider trading and earnings management. *Journal of Business Finance & Accounting*, 35(3-4), 331-346.
- Selviana. (2006, July). *Creative Accounting*. Retrieved April 5, 2018, from [www.buletinpillar.org/artikel/creative-accounting](http://www.buletinpillar.org/artikel/creative-accounting)
- Silalahi, U. 2015. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

- Sulistiawan, D. 2006. "Persepsi Komunitas Akuntansi Terhadap Praktik *Creative Accounting*". *Akuntansi dan Teknologi Informasi*, Vol. 5, No. 2, hlm 115-128.
- Sulistiawan, Dedhy., Yeni Januarsi, Liza Alvia. (2011). *Creative Accounting : Mengungkap Manajemen Laba dan Skandal Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat
- Umar, H. (2003). Accountants Warned Against Double Standards in Practice. The certificated national accountant, *The Journal of Association of National Accountants of Nigeria*, 11 (3) July – September, 2003.
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1990). Positive accounting theory: a ten year perspective. *Accounting review*, 131-156.
- Weygandt, Jerry J., Donald E. Kieso, Paul D. Kimmel. 2005. *Accounting Principles 7th Edition*. USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Weygandt, Jerry J., Donald E. Kieso, Paul D. Kimmel. 2012. *Financial Accounting, IFRS Edition: 2nd Edition*. USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Wibowo. (2017, September 16). *Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan (PPh)*. Retrieved April 5, 2018, from [www.wibowopajak.com/2012/02/undang-undang-nomor-36-tahun-2008.html](http://www.wibowopajak.com/2012/02/undang-undang-nomor-36-tahun-2008.html)
- Wikipedia. (2017, January 29). *Standar Pelaporan Keuangan Internasional*. Retrieved April 5, 2018, from [https://id.wikipedia.org/wiki/Standar\\_Pelaporan\\_Keuangan\\_Internasional](https://id.wikipedia.org/wiki/Standar_Pelaporan_Keuangan_Internasional)

# LAMPIRAN

## LAMPIRAN 1

### Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur

NO	KODE SAHAM	NAMA PERUSAHAAN
1	ADES	ADES
2	AISA	TIGA PILAR SEJAHTERA FOOD
3	AMFG	ASAHIMAS FLAT GLASS
4	ARNA	ARWANA CITRA MULIA
5	ASII	ASTRA INTERNASIONAL
6	AUTO	ASTRA AUTO PART
7	BATA	SEPATU BATA
8	CINT	CHITOSE INTERNATIONAL
9	DVLA	DARYA VARIA LABORATORIA
10	EKAD	EKADHARMA INTERNASIONAL
11	ERTX	ERATEX DJAYA
12	GDYR	GOODYEAR INDONESIA
13	GGRM	GUDANG GARAM
14	HMSP	HANJAYA MANDALA SAMPOERNA
15	ICBP	INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR
16	IMAS	INDOMOBIL SUKSES INTERNATIONAL
17	INAF	INDOFARMA
18	INDF	INDOFOOD SUKSES MAKMUR
19	INTP	INDOCEMENT
20	KAEF	KIMIA FARMA
21	KBLM	KABELINDO MURNI
22	KBRI	KERTAS BASUKI RACHMAT INDONESIA
23	KIAS	KERAMIKA INDONESIA ASSOSIASI
24	KINO	KINO INDONESIA
25	KLBF	KALBE FARMA
26	KRAS	KRAKATAU STEEL
27	LION	LION METAL WORKS
28	MAIN	MALINDO FEEDMILL
29	MBTO	MARTINA BERTO
30	MERK	MERCK
31	MYOR	MAYORA INDAH
32	NIKL	PELAT TIMAH NUSANTARA
33	PTSN	SAT NUSA PERSADA
34	PYFA	PYRIDAM FARMA
35	RMBA	BENTOEL INTERNATIONAL INVESTAMA

36	ROTI	NIPPON INDOSARI CORPORINDO
37	SCCO	SUPREME CABLE MANUFACTURING AND COMMERCE
38	SIDO	SIDO MUNCUL
39	SMBR	SEMEN BATURAJA
40	SMCB	HOLCIM
41	SMGR	SEMEN GRESIK
42	TCID	MANDOM INDONESIA
43	TIRT	TIRTA MAHAKAM RESOURCES
44	TKIM	TJIWI KIMIA
45	TOTO	SURYA TOTO INDONESIA
46	TRIS	TRISULA INTERNATIONAL
47	TSPC	TEMPO SCAN
48	ULTJ	ULTRA JAYA
49	UNVR	UNILEVER INDONESIA
50	WTON	WIJAYA KARYA BETON

## LAMPIRAN 2

### Proksi Obligasi Kontraktual

NO	OBLIGATION CONTRACTUAL		
	OUTSTANDING DIVIDENDS	UTANG LAIN-LAIN	OC
1	Rp -	Rp -	Rp -
2	Rp -	Rp -	Rp -
3	Rp -	Rp 398.238.000.000,00	Rp 398.238.000.000,00
4	Rp -	Rp 4.570.000.000,00	Rp 4.570.000.000,00
5	Rp 56.000.000.000,00	Rp 7.828.000.000.000,00	Rp 7.884.000.000.000,00
6	Rp -	Rp 155.605.000.000,00	Rp 155.605.000.000,00
7	Rp 992.880.000,00	Rp -	Rp 992.880.000,00
8	Rp -	Rp 24.914.157,00	Rp 24.914.157,00
9	Rp -	Rp 61.868.674.000,00	Rp 61.868.674.000,00
10	Rp 322.615.289,00	Rp 3.508.070.416,00	Rp 3.830.685.705,00
11	Rp 249.716.215,97	Rp 193.675.675,03	Rp 443.391.891,00
12	Rp 489.918.918,43	Rp 112.722.256.644,04	Rp 113.212.175.562,46
13	Rp -	Rp -	Rp -
14	Rp -	Rp 1.062.000.000,00	Rp 1.062.000.000,00
15	Rp -	Rp -	Rp -
16	Rp 381.510.120,00	Rp 523.158.383.300,00	Rp 523.539.893.420,00
17	Rp -	Rp -	Rp -
18	Rp -	Rp 1.222.334.000.000,00	Rp 1.222.334.000.000,00
19	Rp 5.122.000.000,00	Rp 564.749.000.000,00	Rp 569.871.000.000,00
20	Rp -	Rp -	Rp -
21	Rp -	Rp 217.057.211,00	Rp 217.057.211,00
22	Rp -	Rp -	Rp -
23	Rp 899.000.000,00	Rp 26.645.000.000,00	Rp 27.544.000.000,00
24	Rp -	Rp -	Rp -
25	Rp -	Rp 451.000.000.000,00	Rp 451.000.000.000,00
26	Rp -	Rp 196.729.729.533,00	Rp 196.729.729.533,00
27	Rp 2.423.239.925,00	Rp -	Rp 2.423.239.925,00
28	Rp -	Rp 18.412.000.000,00	Rp 18.412.000.000,00
29	Rp -	Rp 9.788.387.828,00	Rp 9.788.387.828,00
30	Rp 1.651.616.000,00	Rp 64.191.840.000,00	Rp 65.843.456.000,00
31	Rp -	Rp 74.183.858.962,00	Rp 74.183.858.962,00
32	Rp -	Rp 8.572.054.045,48	Rp 8.572.054.045,48
33	Rp -	Rp 10.530.445.935,42	Rp 10.530.445.935,42
34	Rp -	Rp -	Rp -

35	Rp -	Rp 160.503.000.000,00	Rp 160.503.000.000,00
36	Rp -	Rp 84.496.762.737,00	Rp 84.496.762.737,00
37	Rp 1.496.555.277,00	Rp -	Rp 1.496.555.277,00
38	Rp -	Rp 5.459.000.000,00	Rp 5.459.000.000,00
39	Rp -	Rp 1.468.295.000,00	Rp 1.468.295.000,00
40	Rp 313.000.000,00	Rp 280.335.000.000,00	Rp 280.648.000.000,00
41	Rp -	Rp 311.792.353.000,00	Rp 311.792.353.000,00
42	Rp -	Rp 24.947.119.140,00	Rp 24.947.119.140,00
43	Rp -	Rp 1.055.808.596,00	Rp 1.055.808.596,00
44	Rp -	Rp 164.472.972.808,50	Rp 164.472.972.808,50
45	Rp 130.148.900,00	Rp 13.500.560.427,00	Rp 13.630.709.327,00
46	Rp -	Rp 12.982.737.437,00	Rp 12.982.737.437,00
47	Rp -	Rp 111.796.030.007,00	Rp 111.796.030.007,00
48	Rp 58.552.875,00	Rp 58.086.559,00	Rp 116.639.434,00
49	Rp 98.700.000.000,00	Rp 1.109.973.000.000,00	Rp 1.208.673.000.000,00
50	Rp -	Rp 9.537.000.000,00	Rp 9.537.000.000,00

### LAMPIRAN 3

#### Proksi Manajemen Pajak

NO	TAX MANAGEMENT		
	PENGHASILAN KENA PAJAK TAHUN INI	PENGHASILAN YANG DILAPORKAN	TAX GAP
1	Rp 32.235.000.000	Rp 61.636.000.000	Rp 29.401.000.000
2	Rp 898.431.000.000	Rp 1.683.303.000.000	Rp 784.872.000.000
3	Rp 605.163.000.000	Rp 911.447.000.000	Rp 306.284.000.000
4	Rp 212.272.000.000	Rp 377.729.000.000	Rp 165.457.000.000
5	Rp 22.253.000.000.000	Rp 36.432.000.000.000	Rp 14.179.000.000.000
6	Rp 648.907.000.000	Rp 1.852.816.000.000	Rp 1.203.909.000.000
7	Rp 65.302.022.000	Rp 431.451.000.000	Rp 366.148.978.000
8	Rp 28.172.913.292	Rp 96.629.833.614	Rp 68.456.920.322
9	Rp 214.417.056.000	Rp 801.437.752.000	Rp 587.020.696.000
10	Rp 118.449.029.979	Rp 198.208.000.000	Rp 79.758.970.021
11	Rp 29.346.121.592	Rp 86.601.662.076	Rp 57.255.540.483
12	Rp 34.689.526.992	Rp 232.885.945.713	Rp 198.196.418.721
13	Rp 8.931.136.000.000	Rp 16.616.716.000.000	Rp 7.685.580.000.000
14	Rp 17.011.447.000.000	Rp 23.854.676.000.000	Rp 6.843.229.000.000
15	Rp 4.989.254.000.000	Rp 10.859.314.000.000	Rp 5.870.060.000.000
16	-Rp 226.767.299.622	Rp 2.666.112.209.432	Rp 2.892.879.509.054
17	-Rp 13.543.000.000	Rp 209.431.000.000	Rp 222.974.000.000
18	Rp 7.385.228.000.000	Rp 19.428.440.000.000	Rp 12.043.212.000.000
19	Rp 4.146.379.000.000	Rp 6.331.461.000.000	Rp 2.185.082.000.000
20	Rp 383.025.924.670	Rp 1.863.895.723.868	Rp 1.480.869.799.198
21	Rp 34.528.844.006	Rp 102.704.178.403	Rp 68.175.334.397
22	-Rp 83.466.205.183	-Rp 33.560.243.868	Rp 49.905.961.315
23	-Rp 165.927.000.000	-Rp 52.161.000.000	Rp 113.766.000.000
24	Rp 219.313.000.000	Rp 1.404.414.000.000	Rp 1.185.101.000.000
25	Rp 3.091.188.000.000	Rp 9.487.968.000.000	Rp 6.396.780.000.000
26	-Rp 2.590.540.537.950	Rp 2.097.648.646.551	Rp 4.688.189.184.501
27	Rp 54.671.394.698	Rp 154.964.853.494	Rp 100.293.458.796
28	Rp 301.616.000.000	Rp 923.922.000.000	Rp 622.306.000.000
29	Rp 11.781.230.371	Rp 357.708.411.800	Rp 345.927.181.429
30	Rp 214.916.161.000	Rp 542.193.220.000	Rp 327.277.059.000
31	Rp 1.845.683.269.238	Rp 4.900.422.455.912	Rp 3.054.739.186.674
32	Rp 32.956.135.102	Rp 148.806.824.176	Rp 115.850.689.073
33	Rp 23.615.918.895	Rp 120.250.716.096	Rp 96.634.797.201
34	Rp 3.918.851.123	Rp 100.658.083.060	Rp 96.739.231.937



35	-Rp	1.391.369.000.000	Rp	2.121.031.000.000	Rp	3.512.400.000.000
36	Rp	369.416.841.698	Rp	1.301.088.371.208	Rp	931.671.529.510
37	Rp	439.602.100.346	Rp	560.214.144.571	Rp	120.612.044.225
38	Rp	582.658.000.000	Rp	989.715.000.000	Rp	407.057.000.000
39	Rp	349.281.000.000	Rp	510.998.000.000	Rp	161.717.000.000
40	-Rp	172.032.000.000	Rp	1.930.866.000.000	Rp	2.102.898.000.000
41	Rp	5.084.621.543.000	Rp	9.855.872.448.000	Rp	4.771.250.905.000
42	Rp	221.475.857.643	Rp	983.439.121.699	Rp	761.963.264.056
43	Rp	37.132.935.023	Rp	154.044.821.305	Rp	116.911.886.282
44	Rp	11.918.918.907	Rp	1.488.324.322.836	Rp	1.476.405.403.929
45	Rp	251.320.891.921	Rp	443.592.256.361	Rp	192.271.364.440
46	Rp	47.947.291.257	Rp	215.211.068.135	Rp	167.263.776.878
47	Rp	718.958.200.369	Rp	3.484.364.171.176	Rp	2.765.405.970.807
48	Rp	932.482.782.652	Rp	1.633.104.908.233	Rp	700.622.125.581
49	Rp	8.571.885.000.000	Rp	20.459.096.000.000	Rp	11.887.211.000.000
50	Rp	340.260.000.000	Rp	504.433.000.000	Rp	164.173.000.000

## LAMPIRAN 4

## Proksi Creative Accounting

NO	CA				
	NET PROFIT AFTER TAX 2016	NET PROFIT AFTER TAX 2015	CASH FLOW 2016	CASH FLOW 2015	CA
1	55.951.000.000	32.839.000.000	11.248.000.000	-5.048.000.000	0,705088
2	719.228.000.000	373.750.000.000	-292.401.000.000	-628.528.000.000	0,972933
3	260.444.000.000	341.346.000.000	-610.934.000.000	-175.650.000.000	5,380386
4	91.376.000.000	71.210.000.000	-1.939.049.489	-42.130.471.854	1,993029
5	18.302.000.000.000	15.613.000.000.000	2.721.000.000.000	5.342.000.000.000	-0,97471
6	483.421.000.000	322.701.000.000	-44.039.000.000	-300.199.000.000	1,593828
7	42.231.663.000	129.519.446.000	-26.628.491.000	28.331.174.000	0,629638
8	20.619.309.858	29.477.807.514	-2.166.574.944	-12.903.829.524	-1,21209
9	152.083.400.000	107.894.430.000	-49.880.507.000	100.402.230.000	-3,40091
10	90.685.821.530	47.040.256.456	45.363.558.785	36.190.331.220	0,210175
11	21.072.364.844	71.911.351.279	528.270.270	42.542.270.228	0,826413
12	22.380.067.545	-1.499.702.701	30.505.689.159	6.399.337.831	1,009488
13	6.672.682.000.000	6.452.834.000.000	-422.827.000.000	24.390.000.000	-2,03421
14	12.762.229.000.000	10.363.308.000.000	3.337.445.000.000	1.744.310.000.000	0,664105
15	3.631.301.000.000	2.923.148.000.000	828.505.000.000	317.673.000.000	0,721358
16	-312.881.005.784	-22.489.430.531	261.859.297.197	188.841.046.102	-0,25145
17	-17.367.399.212	6.565.707.419	-256.740.887.429	176.735.806.993	18,11201
18	5.266.906.000.000	3.709.501.000.000	400.195.000.000	-1.078.394.000.000	0,949393
19	3.870.319.000.000	4.356.661.000.000	1.018.468.000.000	-2.600.567.000.000	-7,44134
20	271.598.000.000	265.550.000.000	186.690.000.000	-112.360.000.000	49,4461
21	21.245.022.916	12.760.365.612	62.916.163.698	-20.643.931.834	9,848376
22	-102.760.678.879	-155.746.630.931	-5.813.147.041	-8.608.631.938	0,052759
23	-252.499.000.000	-144.635.000.000	-20.812.000.000	-165.754.000.000	-1,34375
24	181.110.000.000	262.981.000.000	-88.269.000.000	621.869.000.000	8,673865
25	2.350.884.933.551	2.057.694.281.873	203.514.860.392	794.036.549.184	-2,01412
26	-2.442.216.213.774	-4.412.351.346.939	1.858.445.944.088	-1.349.756.755.407	1,628418
27	42.345.417.055	46.018.637.487	10.725.750.647	20.009.543.943	2,527426
28	290.230.477.000	-62.097.227.000	-377.720.532.000	231.709.507.000	-1,72973
29	8.813.611.079	-14.056.549.894	-24.329.622.388	-10.333.653.505	-0,61198
30	153.842.847.000	142.545.462.000	-26.395.566.000	-116.580.119.000	7,982781
31	1.388.676.127.665	1.250.233.128.560	-98.265.274.387	851.510.274.481	-6,86041
32	34.044.783.750	-81.222.905.324	169.395.824.155	46.386.594.548	1,067161
33	16.273.851.335	1.467.797.296	4.796.337.833	11.059.243.232	-0,423
34	5.146.317.041	3.087.104.465	-2.363.033.762	801.742.671	-1,53689

35	-2.085.811.000.000	-1.638.538.000.000	-301.149.000.000	833.225.000.000	2,5362
36	279.777.368.831	270.538.700.440	95.751.893.498	352.653.152.698	-27,8072
37	340.593.630.534	159.119.646.125	630.106.258.288	231.685.444.064	2,195471
38	480.525.000.000	437.475.000.000	159.907.000.000	-28.156.000.000	4,368479
39	259.090.525.000	354.180.062.000	- 1.407.762.189.000	-308.551.309.000	11,55975
40	-284.584.000.000	199.488.000.000	-314.247.000.000	450.792.000.000	1,580424
41	4.535.036.823.000	4.525.441.038.000	- 1.129.573.809.000	-961.931.371.000	-17,4704
42	162.059.596.347	544.474.278.014	82.846.101.625	119.809.352.963	0,096658
43	28.988.504.757	-865.431.603	-338.652.449	-6.224.812.518	0,197165
44	103.418.918.816	19.621.621.602	915.256.755.842	-1.333.986.485.153	26,84148
45	168.564.583.718	285.236.780.659	-18.410.471.410	82.964.968.816	0,868891
46	25.213.015.324	44.185.600.626	22.709.269.907	17.225.395.035	-0,28904
47	545.493.536.262	529.218.651.807	-49.756.849.146	275.654.847.975	-19,9947
48	709.825.635.742	523.100.215.029	672.249.113.314	359.837.786.634	1,673105
49	6.390.672.000.000	5.851.805.000.000	-245.093.000.000	-272.526.000.000	0,050909
50	281.567.627.374	171.784.021.770	-481.419.652.134	-214.843.832.059	-2,42819

## LAMPIRAN 5

### Data yang Dianalisis

NO	OC	TM	CA
1	0,00	24,10	0,71
2	0,00	27,39	0,97
3	26,71	26,45	5,38
4	22,24	25,83	1,99
5	29,70	30,28	-0,97
6	25,77	27,82	1,59
7	20,72	26,63	0,63
8	17,03	24,95	-1,21
9	24,85	27,10	-3,40
10	22,07	25,10	0,21
11	19,91	24,77	0,83
12	25,45	26,01	1,01
13	0,00	29,67	-2,03
14	20,78	29,55	0,66
15	0,00	29,40	0,72
16	26,98	28,69	-0,25
17	0,00	26,13	18,11
18	27,83	30,12	0,95
19	27,07	28,41	-7,44
20	0,00	28,02	49,45
21	19,20	24,95	9,85
22	0,00	24,63	0,05
23	24,04	25,46	-1,34
24	0,00	27,80	8,67
25	26,83	29,49	-2,01
26	26,01	29,18	1,63
27	21,61	25,33	2,53
28	23,64	27,16	-1,73
29	23,00	26,57	-0,61
30	24,91	26,51	7,98
31	25,03	28,75	-6,86
32	22,87	25,48	1,07
33	23,08	25,29	-0,42
34	0,00	25,30	-1,54
35	25,80	28,89	2,54
36	25,16	27,56	-27,81

37	21,13	25,52	2,20
38	22,42	26,73	4,37
39	21,11	25,81	11,56
40	26,36	28,37	1,58
41	26,47	29,19	-17,47
42	23,94	27,36	0,10
43	20,78	25,48	0,20
44	25,83	28,02	26,84
45	23,34	25,98	0,87
46	23,29	25,84	-0,29
47	25,44	28,65	-19,99
48	18,57	27,28	1,67
49	27,82	30,11	0,05
50	22,98	25,82	-2,43

**LAMPIRAN 6****Output Analisis Data**