

**ACCOUNTING IN VENUS :
BIAS RESENSI**

Dedhy Sulistiawan

Universitas Surabaya

Revka Prima Media

ACCOUNTING IN VENUS

BIAS RESENSI

Penulis :

- Dedhy Sulistiawan

Diterbitkan Oleh :



CV. REVKA PRIMA MEDIA

Anggota IKAPI No. 205/JTI/2018

Ruko Manyar Garden Regency No.27

Jl. Nginden Semolo 101 Surabaya

Telp/Fax. 031 592 6204

E-mail : revkaprimamedia@gmail.com

20.02.006

Februari 2020

ISBN : 978-602-417-245-9

Dicetak oleh CV. REVKA PRIMA MEDIA

Sanksi Pelanggaran Hak Cipta (Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta)

Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi, tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta untuk penggunaan secara komersial dipidana pidana penjara dan/atau pidana denda berdasarkan ketentuan Pasal 113 Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

KATA PENGANTAR

Tulisan dalam buku ini adalah dokumentasi atas kumpulan pengetahuan penulis tentang materi akuntansi keperilakuan. Secara lebih spesifik, buku ini membahas bias keputusan yang dihasilkan dari penyajian informasi berurutan. Referensi berbasis penelitian akademik klasik dan empiris disajikan untuk membangun koneksi dengan riset-riset terbaru di bidang akuntansi dan pasar modal.

Melalui buku ini, penulis berharap bisa membagikan secuil pengetahuan dan pengalaman akademik dalam penelitian akuntansi keperilakuan dengan tema bias resensi. Untuk meningkatkan minat pembaca untuk mendalami lebih lanjut riset-riset di bidang akuntansi keperilakuan, buku ini tidak hanya menjelaskan konsep, namun juga metodologi dasar dan contoh-contoh penelitian di bidang bias resensi.

Semoga bermanfaat.

Penulis,

Dedhy Sulistiawan
Universitas Surabaya

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	ii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
ADA APA DENGAN VENUS?	1
TENTANG VENUS	2
DARI MATA TURUN KE HATI	10
TEORI PROSPEK	13
MANFAAT MEMAHAMI BIAS	22
PEMBAHASAN MENGENAI BIAS	24
BAB 2 AKUNTANSI KEPERILAKUAN	29
TENTANG AKUNTANSI KEPERILAKUAN	30
PERKEMBANGAN AKUNTANSI	32
PERKEMBANGAN AKUNTANSI	
KEPERILAKUAN	35
PENTINGNYA ASPEK PERILAKU DALAM	
AKUNTANSI	38
JENIS STUDI DALAM AKUNTANSI	
KEPERILAKUAN	42
BERPIKIR BENAR, BERTINDAK SUKSES	49
BAB 3 BIAS RESENSI PADA AUDITOR	53
BIAS RESENSI	54
KONSEP PENTING DALAM BIAS RESENSI	58
BIAS RESENSI DI BIDANG AUDIT	68
MENGALAHKAN DIRI SENDIRI	104
BAB 4 BIAS RESENSI PADA INVESTOR SAHAM	107
PENTINGNYA MEMAHAMI BIAS RESENSI DI	
PASAR MODAL	108

BAB 5 PENUTUP	145
RISET MASA MENDATANG	145
DAFTAR PUSTAKA	149

BAB 1

PENDAHULUAN: ADA APA DENGAN VENUS?

**Sentuhlah dia tepat di hatinya, dia kan jadi milikmu
selamanya***

Pembaca bab pertama buku ini diharapkan mengetahui bahwa keputusan bisnis berbasis informasi akuntansi dan keuangan tidak selalu rasional.

*) diambil dari lirik lagu Rahasia Perempuan, ciptaan Ahmad Dhani

TENTANG VENUS

Setiap hari manusia mengambil keputusan. Demikian pula dengan pengguna dan penyusun informasi akuntansi. Keputusan yang ideal bagi kita semua adalah keputusan yang rasional. Namun dalam kehidupan sehari-hari apakah manusia benar-benar mengambil keputusan yang seratus persen rasional?

Buku ini meyakini bahwa keputusan yang dibuat manusia tidak selalu rasional. Terdapat faktor emosional yang mungkin akan membuat keputusan seseorang bisa berbeda. Istilah “Venus” dalam buku ini sebenarnya juga merujuk pada istilah yang disampaikan Gray (1992) yang menyatakan bahwa laki-laki berasal dari Mars dan wanita berasal dari Venus. Pria cenderung rasional dan wanita cenderung emosional. Bumi berada di tengah-tengahnya. Dalam bukunya diceritakan bagaimana pria sebagai penduduk Mars perlu berkelana ke Venus untuk memahami wanita, dan sebaliknya. Bumi adalah tempat pertemuan antara keduanya. Buku ini membahas bagaimana keputusan manusia yang

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

cenderung mengikuti dunia Venus, yaitu keputusan yang tidak selalu rasional.

Istilah “Venus” tersebut digunakan juga oleh Kartajaya dkk (2004) dalam bukunya berjudul “Marketing in Venus”. Dari perspektif ilmu pemasaran, Hermawan dkk menjelaskan bagaimana dunia Venus ini mendominasi keputusan pembelian seseorang. Efeknya keputusan membeli suatu produk atau jasa seringkali bersifat emosional dibandingkan rasional.

Mereka menjelaskan bahwa dalam dunia pemasaran, keputusan pria menjadi lebih feminis. Artinya, pria tidak lagi menjadi pengambil keputusan yang rasional. Keputusan mereka juga dipengaruhi aspek emosional. Suatu produk lebih banyak dinilai dari aspek psikologis dibandingkan aspek rasionalitasnya. Aspek psikologis adalah aspek yang menyentuh hati. Aspek rasional adalah aspek yang fungsional. Dalam memilih produk, konsumen yang loyal lebih membobot produk yang menyentuh hati dibandingkan aspek fungsional.

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

Gray (1992) menggunakan istilah Venus untuk membahas hubungan antara pria dan wanita. Kartajaya dkk (2004) mengembangkannya dengan menggunakan istilah Venus untuk membahas prinsip-prinsip pemasaran. Buku ini juga menggunakan istilah Venus untuk membahas bagaimana tindakan irasional mempengaruhi keputusan penyusun dan pengguna informasi akuntansi.

Jika pelanggan memilih membeli produk berdasarkan reputasi merek ataupun kedekatan emosional, maka penyusun dan pengguna informasi akuntansi akan melakukan hal yang sama. Akuntan sebagai penyusun laporan keuangan juga akan dipengaruhi oleh aspek psikologis ini. Mereka akan menentukan kebijakan akuntansi yang bersifat estimasi sesuai dengan preferensi risiko dan psikologis.

Investor saham sebagai pengguna informasi akuntansi mungkin tidak hanya sekedar membandingkan laba antar perusahaan, namun juga popularitas perusahaan ataupun kedekatan lokasi perusahaan dengan tempat mereka. Bisa juga, mereka membobot saham perusahaan

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

tempat dimana keluarga mereka bekerja. Artinya, keputusan mereka tidak lagi rasional, melainkan keputusan yang emosional.

Literatur tradisional dalam ilmu ekonomi dan bisnis mengasumsikan bahwa manusia akan mengambil keputusan rasional. Keputusan yang rasional itu diharapkan akan memberikan hasil keputusan yang optimal.

Keputusan berbasis rasional bisa dilakukan dengan prosedur keputusan yang memadai dan informasi yang lengkap. Bazerman (1994) menjelaskan bagaimana prosedur ideal untuk pengambilan keputusan yang rasional. Menurutnya, proses keputusan rasional bisa dilakukan dengan tahapan sebagai berikut.

- (1) mendefinisikan masalah.
- (2) mengidentifikasi dan membobot kriteria keputusan yang ada.
- (3) menentukan keputusan yang optimal.

Prosedur tersebut jelas membuat keputusan rasional menjadi sulit dan kompleks untuk diikuti karena membutuhkan banyak waktu dan biaya. Padahal

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

seseorang harus mengambil banyak keputusan setiap harinya. Belum lagi keputusan tersebut membutuhkan pengambilan keputusan yang cepat atau bisa juga berhubungan dengan keyakinan dan preferensi risiko seseorang. Mungkinkah setiap keputusan manusia mengikuti tahapan prosedur keputusan yang rasional?

Ilustrasi “Dari Mata Turun ke Hati” adalah contoh artikel populer yang menjelaskan bagaimana keputusan sehari-hari manusia dibuat.

Keputusan rasional bisa dibantu dengan pemrograman komputer. Dengan adanya bantuan teknologi tersebut keputusan manusia tidak dipengaruhi oleh diskresi atau kebijaksanaan atau nilai-nilai keyakinan dari seseorang. Keputusan berbasis pemrograman komputer akan cenderung stabil sesuai dengan prosedur pengambilan keputusan rasional yang ditentukan. Namun, manusia bukan komputer. Manusia memiliki perasaan yang tidak hanya menentukan pilihan “benar” atau “salah”, namun juga “suka” atau “tidak suka”. Aspek inilah yang mendasari buku ini tentang keputusan akuntansi di lingkungan yang sangat kompleks yang bisa memicu

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

terjadinya keputusan yang emosional. Artinya, keputusan bisnis juga berada di dunia Venus. Selera, preferensi risiko, kepuasan, dan situasi pengambilan putusan memicu keputusan irasionalitas manusia.

Berikut ini adalah contoh keputusan yang sering dihadapi manusia, baik dalam bisnis maupun dalam kehidupan sehari-hari:

- Anda memiliki anggaran sebesar Rp. 500.000.000. Dana tersebut akan Anda gunakan untuk membeli mobil. Apakah merek dan jenis yang Anda inginkan? Apa warna mobil yang akan Anda pilih? Pemilihan merek dan jenis sangat dipengaruhi oleh selera, loyalitas merk, ataupun karena psikologis lainnya. Demikian pula dengan warna mobil. Mungkin Anda akan memilih warna, merk, dan jenis mobil lalu membangun alasan-alasan yang bersifat pembenaran untuk mendukung keputusan Anda. Bagaimana jika Anda memilih merk karena pertimbangan harga jual kembali? Pemilihan berdasarkan itu merupakan pilihan yang paling rasional. Namun, harga pasar yang terbentuk

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

pada bursa mobil bekas itupun juga dipengaruhi oleh persepsi dan keyakinan yang berbeda antar individu. Merk tertentu yang memiliki harga jual kembali lebih tinggi apakah memberikan nilai yang terbaik? Di pasar keuangan fenomena tersebut bisa dikatakan merk yang harga jual kembalinya terbesar mengalami reaksi berlebihan sehingga dinilai terlalu tinggi oleh pasar. Sebaliknya, merk yang harga jual kembalinya terendah mendapatkan reaksi yang terlalu rendah oleh pasar sehingga dinilai terlalu rendah oleh pasar.

- Anda adalah Direktur Keuangan. Saat ini membutuhkan sekretaris direksi keuangan. Diantara pilihan yang ada, bagaimana Anda menentukan orang yang akan Anda rekrut? Dalam kasus ini banyak terjadi bias karena seseorang merasa lebih mengenal seseorang dibandingkan lainnya. Bias tersebut dinamakan *familiarity bias*. Anda akan cenderung memilih orang yang pernah Anda kenal sebelumnya dibandingkan orang lain yang Anda.

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

- Anda adalah investor saham yang baru saja memulai transaksi di pasar modal. Diantara semua saham yang tersedia, bagaimana Anda menentukan saham yang akan Anda beli? Bagaimana Anda menentukan kapan sebaiknya membeli? Kapan Anda harus menjualnya? Biasanya seseorang akan cenderung membeli saham yang pernah dia dengar ataupun perusahaan yang iklannya sering muncul di televisi ataupun jaringan media lainnya. Perusahaan yang dekat dengan minat dan lokasinya biasanya juga mendapatkan preferensi terlebih dari dulu.

Dari pertanyaan-pertanyaan di atas, apakah Anda bisa membuat penjelasan rasional atas jawaban Anda? Ataukah Anda hanya membuat pembenaran atas keputusan tersebut? Bagaimana jika keputusan itu mendapatkan tekanan waktu? Artinya, Anda harus membuat keputusan secepat mungkin. Bagaimana jika perasaan Anda sedang sedih, apakah keputusan Anda sama atau bisa berbeda?

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

Fenomena psikologis yang disebutkan di atas merupakan alasan utama penulis untuk menggunakan istilah Venus dalam judul buku ini. Keputusan manusia cenderung bias secara sistematis.

DARI MATA TURUN KE HATI

Ketika menaiki mobilnya menuju sebuah café untuk bertemu dengan calon mitra bisnisnya, Agnes memutar *tape* dengan lagu yang dinyanyikan oleh Ari Lasso berjudul Rahasia Perempuan “*Sentuhlah dia tepat di hatinya, dia kan jadi milikmu selamanya. Sentuh dengan segenap cinta, biar hatinya terbang melayang.....*”. sambil mendengarkan lagu itu, Agnes membayangkan apa yang akan didiskusikan bersama oleh calon mitra kerjanya ini. Dia akan menunjukkan rancangan konsep bisnis yang harus membuat calon mitranya ‘terpikat’.

Meskipun ia sudah menggunakan dandanan terbaiknya ditambah dengan kecantikan yang terpancar dari wajahnya, namun hatinya dag dig dug seperti bunyi drum dalam *beat* lagu Rahasia Perempuan. Yang pasti hanya dia sendiri yang tahu perasaan itu, bagi orang lain pastilah Agnes kelihatan sangat bersemangat sekali, seolah ada energy yang melimpah pada dirinya.

Akhirnya dengan pancaran semangat seperti itu, mitra bisnis ini akhirnya setuju untuk bergabung untuk bersama-

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

sama menggunakan proyek bisnis yang dirintis oleh Agnes.

Beberapa minggu kemudian, saya menanyakan kepada mitra tersebut, kenapa ia mau terlibat dalam proyek bisnis Agnes? Jawabannya, proyek bisnis yang diceritakan menarik, namun sebenarnya dia lebih tertarik untuk mencoba merasakan bekerja sama dengan orang yang bersemangat dan memiliki *people skill* yang *excellent* seperti Agnes.

Demikian contoh pengambilan keputusan yang didasarkan pada aspek emosional. Hampir semua *text book* ekonomi dan bisnis mengasumsikan bahwa manusia mengambil keputusan berdasarkan rasionalitas. Benarkah demikian?

Coba Anda ingat kapan Anda menggunakan aspek rasionalitas lebih besar daripada emosional. Bagaimana ketika Anda memiliki teman atau sahabat. Mana yang lebih Anda cintai, anak Anda atau anak orang lain? Bagaimana Anda memilih mobil? Apa warna kesukaan Anda?

Saya yakin hampir semua keputusan yang kita ambil berbasis pada aspek emosional, kemudian kita memback up keputusan itu berdasarkan logika atau rasionalitas kita. Misalnya Anda ingin membeli rumah, sebenarnya proses berpikirnya mulai dari mata turun ke hati. Dari hati naik ke otak. Dengan otak, kita membuat alasan-alasan yang cukup supaya kita lebih *confidence* dalam mengambil keputusan. Apakah Anda membeli rumah dengan

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

mengukur *expected financial return*? Jika iya, apa dasar Anda dalam mengambil keputusan bahwa rumah itu akan lebih menguntungkan secara *financial* daripada rumah yang lain?

Hampir bisa dipastikan semua itu menggunakan emosi. Tepatnya, emosi yang di-*backup* oleh rasionalitas. Apakah Anda pernah mendengar ada pepatah berkata ‘dari mata naik ke otak’? pasti tidak, yang ada hanya ‘dari mata turun ke hati’. Percaya atau tidak, banyak hal dalam kehidupan kita sehari-hari yang bisa membuktikannya.

Dalam kondisi normal, mana yang Anda pilih? Minuman merk AQUA atau AKUA. COCA COLA atau KOKA KOLA? Itulah kenapa nama perusahaan yang sudah ‘menyentuh hati’ banyak orang sangat berharga. Mereka telah memiliki banyak orang yang ‘jatuh hati’.

Jadi mulailah membuat simpati kepada banya orang, mereka pasti akan mencintai Anda. Orang tidak peduli dengan apa yang kita miliki, namun orang sangat peduli dengan apa yang mereka dapatkan.

Raihlah simpati, sentuh hati mereka, dan gapai kesuksesan Anda.

Diambil dari: Dedhy Sulistiawan, Koran Seputar Indonesia, 27 Januari 2009.

TEORI PROSPEK

Dalam perkembangan bidang ilmu ekonomi, keputusan manusia yang bias bisa saja terjadi. Ide ini tidak terlepas dari teori prospek. Teori prospek adalah teori ekonomi perilaku yang menggambarkan cara orang memilih berbagai alternative keputusan yang berisiko. Teori ini diciptakan di tahun 1979 oleh Daniel Kahneman dan Amos Tversky dalam artikel mereka yang dipublikasikan di *Econometrica*. Daniel Kahneman selanjutnya mendapatkan penghargaan Nobel di bidang ekonomi.

KENAPA KEPUTUSAN MANUSIA CENDERUNG BIAS?

Keputusan yang tidak rasional dikatakan sebagai keputusan yang bias. Penyebab utama dari keputusan yang bias ini ada beberapa hal, antara lain

- (1) informasi yang tidak lengkap
- (2) kompleksitas informasi, dan
- (3) risiko dan ketidakpastian

Informasi yang tidak lengkap

Informasi yang tidak lengkap atas berbagai alternatif keputusan akan membuat keputusan tidak rasional.

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

Akibatnya, pengambil keputusan tidak bisa memaksimalkan utilitasnya. Dalam praktik, untuk mendapatkan informasi yang lengkap bukanlah hal yang mudah. Upaya dan biaya yang lebih perlu dikeluarkan untuk mendapatkan informasi yang lengkap. Tanpa adanya informasi yang lengkap, pengambil keputusan cenderung menyederhanakan keputusannya berdasarkan informasi yang mereka miliki. Efeknya keputusan menjadi bias. Bias tersebut adalah hasil dari upaya manusia untuk menyederhanakan pemrosesan informasi atas keputusan yang mereka buat. Bazerman (1994) mencontohkan sebuah kasus keputusan yang bias. Kasusnya disajikan sebagai berikut.

Kasus 1

Berikut ini adalah daftar perusahaan besar di Amerika Serikat (AS). Berdasarkan volume penjualan di tahun 1991, menurut Anda kelompok perusahaan mana yang menghasilkan penjualan lebih besar?

Kelompok A: Apple Computer, Levi Strauss, Maytag, Quaker Oats, dan Zenith Electronic.

Kelompok B: Conagra, Allied-Signal, Textron, Amerada Hess, dan United Technologies.

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

Jika Anda menjawab kelompok A, maka jawaban Anda seperti kebanyakan responden. Namun jika Anda menjawab B, Anda adalah bagian kecil dari responden. Mayoritas responden sangat terbiasa mendengar nama perusahaan konsumsi, namun mereka tidak begitu familiar dengan nama perusahaan *holding* dan industri. Perusahaan konsumsi adalah perusahaan yang memproduksi dan menjual barang kebutuhan konsumsi masyarakat. Perusahaan makanan, minuman, konveksi, dan elektronik, termasuk perangkat komputer adalah perusahaan yang sangat populer karena hampir setiap hari perusahaan tersebut beriklan di berbagai media. Produk-produk mereka sering terlihat di televisi, terdengar di radio, terpampang di Koran, dan juga media promosi lain. Hal itu menjadikan perusahaan mereka lebih populer dibandingkan perusahaan industri. Efeknya, dengan menyederhanakan pemrosesan informasi untuk pengambilan keputusan, mereka cenderung memilih kelompok A.

Di Indonesia, Astra Internasional, Telekomunikasi Indonesia, Bank Mandiri, Gudang Garam dan Indosat

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

lebih populer dibandingkan Vale Indonesia, Tambang Bukit Asam, Medco Energy, London Sumatra Plantation, dan Elnusa. Astra Internasional memproduksi kendaraan bermotor. Informasi tentang produk mereka setiap hari diterima masyarakat. Demikian pula dengan Telekomunikasi Indonesia dan Indosat. Gudang Garam sebagai salah satu perusahaan rokok di Indonesia jelas sangat dikenal karena produknya ada tidak hanya di supermarket dan toko-toko, namun juga di warung-warung kecil di berbagai pelosok negeri. Namun, kebanyakan masyarakat sangat asing mendengar Vale Indonesia, sebuah perusahaan pertambangan nikel. Kebanyakan perusahaan minyak dan gas bukan merupakan perusahaan yang populer karena mereka cenderung tidak beriklan di media, terutama televisi. Efeknya, ketika kebanyakan masyarakat diminta memilih perusahaan mana yang lebih besar labanya, mereka akan cenderung memilih perusahaan yang lebih populer.

Kompleksitas informasi

Selain kelengkapan informasi, kompleksitas informasi juga menjadi aspek penting dalam pengambilan

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

keputusan. Semakin sederhana suatu informasi, maka pemrosesan informasi akan semakin mudah sehingga keputusannya akan cenderung optimal. Sebaliknya, pengambil keputusan yang menerima informasi yang sangat kompleks cenderung akan mempermudah dirinya dengan menyederhanakan informasi. Proses penyederhanaan informasi itu sangat mungkin mengakibatkan kesalahan dalam memahami informasi. Efeknya keputusan menjadi bias. Informasi yang kompleks ini bisa saja disebabkan karena kurangnya pengetahuan dan keahlian pengambil putusan. Akuntan atau auditor junior akan cenderung menganggap suatu kasus pengendalian internal perusahaan sebagai kasus yang kompleks. Efeknya, keputusannya cenderung bias. Namun, akuntan atau auditor yang senior akan menganggap hal itu sebagai hal yang sangat mudah sehingga kelompok senior cenderung untuk mengambil keputusan yang optimal.

Studi tentang Lipe dan Salterio (2000) membahas tentang hal tersebut. Dalam konteks penggunaan informasi *Balanced Scorecard* (BSC) terdapat ukuran yang populer dan bersifat tradisional atau biasa

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

dipergunakan. Ukuran tersebut sering dinamakan sebagai *common measure* (ukuran umum) karena digunakan secara umum di perusahaan. Namun, selain ukuran umum, terdapat *unique measure* (ukuran unik). Ukuran tersebut adalah ukuran unik yang diterapkan sesuai kondisi divisi dalam perusahaan. Masalahnya adalah manager dalam perusahaan sebagai pengguna informasi tersebut belum terbiasa dengan informasi tersebut. Alasan inilah yang mendasari manager tidak membobot dengan benar antara ukuran unik dan ukuran umum dalam keputusan mereka. Alasan yang sama pula inilah yang dianggap sebagai sebab kegagalan implementasi BSC di banyak perusahaan di berbagai negara. Sistem yang canggih dan mahal tidak berjalan dengan baik karena pengguna informasi belum terbiasa dengan informasi yang dihasilkan dari sistem tersebut.

Pada suatu eksperimen dengan tema keputusan investor di pasar modal Indonesia, Alvia dan Sulistiawan (2010) membuat suatu eksperimen yang menggunakan informasi berbasis analisis fundamental dan informasi berbasis analisis teknis. Semua partisipan eksperimen tersebut berlatar belakang pendidikan akuntansi,

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

sehingga informasi akuntansi cenderung dibobot lebih dalam proses pengambilan keputusan mereka. Apapun informasi yang mereka terima, pertimbangan analisis fundamental cenderung menjadi pilihan. Informasi berbasis analisis teknis bukanlah informasi yang mereka bobot karena mereka tidak mendapatkan pengetahuan yang memadai tentang hal tersebut. Bagi mereka informasi analisis fundamental adalah informasi yang lebih mudah dibandingkan informasi berbasis analisis teknis.

Informasi yang kompleks tersebut bisa disederhanakan dengan adanya pengetahuan. Pelatihan adalah salah satu upaya untuk mendapatkan pengetahuan. Dalam eksperimen keputusan di pasar modal yang dilakukan di Universitas Lampung dan Universitas Surabaya tersebut, partisipan berlatar belakang akuntansi akan cenderung membobot informasi analisis fundamental dan informasi berbasis analisis teknis dengan lebihimbang setelah mereka mendapatkan pelatihan memanfaatkan informasi analisis teknis.

Risiko dan ketidakpastian

Preferensi risiko merupakan aspek penting dalam pengambilan keputusan. Kahneman dan Tversky (1979) menjelaskan sebuah teori penting dalam pengambilan keputusan. Dalam Kondisi ketidakpastian, seseorang yang berada dalam kondisi baik cenderung akan mengambil keputusan yang kurang berisiko atau berhati-hati (*risk adverse*). Namun, seseorang yang dalam kondisi rugi (kondisi tidak baik) cenderung mengambil keputusan yang berisiko.

Contoh klasik dari pengambilan keputusan dalam ketidakpastian ini adalah keputusan penjudi. Ketika mereka sering mendapatkan keuntungan, kecenderungan penjudi akan mengambil keputusan secara konservatif dan menghindari risiko. Namun, penjudi yang kalah cenderung mengambil keputusan yang lebih berisiko dan meningkatkan jumlah taruhannya.

Di bursa Amerika Serikat, Odean (1998) menunjukkan bahwa investor cenderung menjual cepat saham yang nilainya naik dan menyimpan saham yang nilainya

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

turun. Fenomena ini dinamakan efek disposisi. Sikap investor yang secepatnya menjual saham yang naik menunjukkan sikap menghindari risiko. Sikap investor yang menyimpan saham yang nilainya turun cenderung menunjukkan sikap mengambil risiko.

Fenomena tersebut tidak hanya terjadi di bursa AS. Di bursa Indonesia, fenomena yang sama terjadi. Hasil diskusi di berbagai komunitas investasi di Indonesia menunjukkan kondisi yang sama. Contoh komunitas yang dengan mudah bisa diakses adalah komunitas saham online, misalnya saham@yahoogroups.com. Komunitas tersebut berdiri sebelum tahun 2000 dan anggotanya telah lebih dari 11.000 orang di awal tahun 2012. Beberapa anggota menyampaikan pengalaman untuk cenderung menyimpan saham yang nilainya turun, terutama investor yang baru bergabung. Dalam kondisi merugi, investor yang menjual sahamnya cenderung akan merasakan penyesalan yang jauh lebih dalam dibandingkan kebahagiaan mereka saat menjual saham yang untung.

MANFAAT MEMAHAMI BIAS

Berdasarkan teori normatif, keputusan seseorang harus rasional. Demikian pula dengan keputusan bisnis maupun keputusan berbasis informasi akuntansi. Faktanya, tidak begitu. Studi ini menggunakan pendekatan deskriptif. Fokus dari buku ini bukanlah menjelaskan apa yang **seharusnya** terjadi, melainkan menjelaskan apa yang **sebenarnya** terjadi. Fenomena keputusan dianalisis dengan maksud untuk menjelaskan apa yang sebenarnya terjadi. Penjelasan itu diharapkan bisa memberikan solusi untuk meminimasi keputusan manusia yang bias.

Fenomena teori prospek menjelaskan kita bahwa dalam kondisi merugi atau gagal seseorang cenderung mengambil keputusan yang berisiko. Pelajaran berharga yang bisa diambil bagi kita adalah sebaiknya kita tidak mengambil keputusan yang signifikan atas kehidupan kita ketika kondisi psikologis kita sedang tidak baik, karena kecenderungan keputusan kita menjadi lebih berisiko.

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

Penyebab bias karena kompleksitas informasi juga mengajarkan kita bahwa untuk mengimplementasikan sistem ke perusahaan, pengetahuan seluruh elemen pengambil keputusan dalam perusahaan perlu mendapatkan pengetahuan dan keyakinan yang cukup atas indikator yang akan mereka gunakan. Tanpa keyakinan dan pengetahuan, maka secanggih apapun sistem akan cenderung tidak berjalan dengan baik.

Bias karena aspek familiar pengguna keputusan juga merupakan hal yang penting dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam praktik bisnis. Setiap hari iklan produk di televisi telah “mencuci otak” kita dan anak-anak kita untuk membeli produk mereka. Semakin agresif iklan tersebut maka dorongan masyarakat untuk mengkonsumsi juga semakin besar. Hal ini menginspirasi banyak perusahaan untuk mengiklankan produk mereka. Manfaat yang mereka terima bukan hanya pada penjualan produk mereka namun juga kecenderungan investor untuk membeli saham mereka. Efeknya, bukan hanya penjualan yang naik, permintaan saham juga meningkat, harga saham semakin tinggi dan pemegang saham mayoritas semakin kaya. Artinya,

kebijakan orang tua untuk mengurangi penggunaan televisi bagi anak-anak juga perlu dilakukan agar anak-anak tidak mudah tergiur suatu produk karena runtutan informasi iklan yang agresif.

PEMBAHASAN MENGENAI BIAS

Akuntansi di Venus dipilih sebagai judul buku ini karena dianggap memberikan arti pada praktik dan teori akuntansi, baik bagi penyusun dan pengguna laporan keuangan, dalam lingkungan keputusan yang tidak rasional. Fenomena keputusan irasional inilah yang dibahas dalam buku ini. Untuk membahas buku ini, materi tidak dibagi berdasarkan lingkup akuntansi namun berdasarkan pada jenis bias yang disebabkan karena keterbatasan rasionalitas dalam praktik akuntansi. Pembagian materi berdasarkan lingkup akuntansi keuangan, manajemen, perpajakan, dan audit bukan merupakan pilihan karena bias yang sama bisa terjadi dalam pembahasan akuntansi keuangan, pajak, audit maupun akuntansi manajemen. Atas dasar itulah studi ini membahas berdasarkan bias yang terjadi dalam lingkungan akuntansi, baik sebagai penyusun maupun pengguna informasi akuntansi. Secara khusus buku ini

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

membahas bias resensi dari berbagai jenis keputusan yang berbasis informasi akuntansi.

Pembahasan buku ini dibagi menjadi beberapa bab. Pada bab pertama buku ini menjelaskan istilah venus. Secara spesifik buku ini menjelaskan keyakinan bahwa pengambilan keputusan yang sepenuhnya rasional sulit sekali didapatkan karena adanya beberapa keterbatasan dalam diri manusia. Keputusan yang dianggap irasional dianggap menstimulasi hasil keputusan yang akan menyimpang dari seharusnya.

Bab kedua dalam buku ini membahas mengenai topik akuntansi keperilakuan sebagai basis ilmu dalam buku ini. Informasi akuntansi mampu memengaruhi dan dipengaruhi oleh para pelakunya. Tanpa disadari, kumpulan keputusan yang tercermin dalam perilaku tersebut mengandung bias keputusan. Hal ini terjadi karena adanya *bounded rationality*. Pada bab kedua, ilustrasi mengenai terjadinya keterbatasan rasional tersebut dijelaskan.

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

Bab ketiga membahas mengenai efek dari bias bernama resensi dalam konteks audit. Bias resensi adalah bias keputusan yang disebabkan pengambil putusan membobot informasi terakhir dalam suatu urutan informasi lebih besar dibandingkan pembobotan informasi sebelumnya. Buku ini membahas bagaimana hasil-hasil penelitian eksperimen dalam bias resensi menunjukkan bahwa keputusan yang diambil auditor tidak senantiasa optimal. Mitigasi dari bias resensi dalam pengauditan juga dibahas pada bagian ini.

Bab keempat juga membahas efek dari bias resensi, namun pembahasan difokuskan dalam konteks keputusan investor saham dalam menerima pengumuman atau pengungkapan perusahaan. Pembagian kedua topik ini dilakukan karena dalam bias resensi di bidang audit, keputusan bias terjadi pada auditor sebagai bagian dari penyusun laporan keuangan. Sedangkan pada bias resensi pada investor, keputusan terjadi pada investor sebagai pihak pengguna laporan keuangan dan pengungkapannya. Hasil-hasil riset dalam jalur bias resensi digunakan untuk mengungkapkan fenomena bias resensi pada proses pengambilan

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

keputusan. Mitigasi dan dampak dari keputusan bias resensi dalam kasus investasi saham dibahas pada bagian ini.

Pada bab terakhir, buku ini menyampaikan insight dan potensi riset di masa mendatang yang diharapkan bisa memberikan cakrawala baru dalam mengembangkan riset akuntansi keperilakuan, secara spesifik, bias resensi.

Pendahuluan: Ada apa dengan VENUS?

BAB 2

AKUNTANSI KEPERILAKUAN

**“Legacy accounting: Will you have been an asset or
a liability on the world's balance sheet?”**

Ryan Lilly

Pembaca bab kedua buku ini diharapkan memahami
dasar-dasar akuntansi keperilakuan.

TENTANG AKUNTANSI KEPERILAKUAN

Akuntansi merupakan aktivitas untuk menghasilkan informasi, baik informasi keuangan maupun informasi non keuangan yang relevan bagi pengambilan keputusan. Contoh informasi keuangan adalah laporan keuangan yang terdiri dari laporan perubahan posisi keuangan, laporan laba rugi, laporan arus kas, dan laporan perubahan ekuitas. Laporan penjualan, biaya, dan sejenisnya adalah juga bagian dari laporan keuangan. Contoh dari informasi non keuangan adalah publikasi kegiatan perusahaan, pergantian direksi, catatan kualitatif atas laporan keuangan, dan pengungkapan penting lainnya.

Penyusun dan pengguna informasi akuntansi adalah manusia. Hal itu mengindikasikan bahwa proses penyusunan dan penggunaan informasi akuntansi dipengaruhi oleh keputusan manusia. Keputusan yang bias saat menyusun informasi akuntansi akan menstimulasi pelaporan informasi yang bias. Demikian pula keputusan yang bias juga bisa terjadi saat menerima informasi akuntansi. Potensi bias atau pengganggu

keputusan rasional berdasarkan informasi akuntansi bisa dipahami dan ditemukan solusinya.

Tujuan dari ilmu keperilakuan adalah untuk memahami, menjelaskan dan memprediksi perilaku manusia. Sedangkan akuntansi keperilakuan berfokus pada perilaku manusia yang berhubungan dengan masalah dan informasi akuntansi (Belkaoui, 1984). Akuntansi keperilakuan menekankan pada relevansi informasi akuntansi untuk pengambilan keputusan. Keputusan tersebut bisa keputusan individu maupun kelompok yang dipengaruhi oleh informasi akuntansi. Buku ini membahas perilaku penyusun dan pengguna informasi akuntansi.

Seperti yang telah dijelaskan di awal, fokus pembahasan buku ini adalah pada apa yang sebenarnya terjadi, bukan pada apa yang seharusnya terjadi. Artinya, akuntansi keperilakuan juga dibahas berdasarkan temuan hasil riset dan fakta yang menunjukkan perilaku manusia dalam hubungannya dengan penyusunan dan penggunaan informasi akuntansi. Normatifnya, keputusan berbasis informasi akuntansi adalah rasional,

namun faktanya, sangat sulit bagi manusia untuk membuat keputusan setiap harinya secara rasional. Hal ini didukung juga oleh literatur akuntansi keperilakuan menunjukkan bahwa keputusan berbasis informasi akuntansi berisiko mengandung bias keputusan (Bienberg, 2011).

PERKEMBANGAN AKUNTANSI

Perkembangan singkat sejarah akuntansi banyak dibahas dalam buku teori akuntansi, mialnya Scott (2015) dan Belkaoui (1993). Pembahasan sejarah singkat akuntansi dalam buku ini mengadopsi dan menggabungkan ceritera dari kedua literatur tersebut. Penggunaan kombinasi literatur ini diharapkan bisa mendapatkan gambaran yang lebih lengkap.

Deskripsi mengenai akuntansi yang paling awal muncul di tahun 1494. Sistem tersebut didokumentasikan oleh Luca Pacioli, seorang biarawan dan matematikawan. Luca Pacioli bukanlah penemu akuntansi, melainkan orang yang mengembangkan akuntansi dan orang yang pertama kali menuliskannya secara formal. Sistemnya

dinamakan *double entry*. Setiap transaksi dicatat pada dua sisi sehingga mudah untuk mengevaluasinya. Luca Pacioli menerbitkan buku berjudul *Summa de Arithmetica, Geometria, Proportioni et Proportionalita*. Di dalam buku tersebut, terdapat dua bab yang membahas pembukuan *double entry*. Metoda yang dituliskannya dinamakan metoda Italia (Belkaoui, 1993).

Setelah tahun tersebut, akuntansi berkembang di Eropa. Terdapat perusahaan Belanda yang bernama *East India Company* didirikan di tahun 1602. Perusahaan tersebut adalah perusahaan Belanda. Perusahaan ini masuk dalam sejarah karena mereka adalah perusahaan pertama yang menerbitkan saham dengan kewajiban yang terbatas pada seluruh pemegang sahamnya. Sahamnya dapat ditransferkan dan diperdagangkan di bursa efek Amsterdam (Scott, 2015). Efeknya, pemegang saham luar atau pemegang saham yang tidak mendapatkan akses ke perusahaan membutuhkan informasi keuangan mengenai perusahaan. Hal ini memicu transisi jangka panjang dalam hal kebutuhan informasi akuntansi oleh pengguna eksternal.

Perkembangan selanjutnya terjadi di Amerika Serikat (AS). Bursa saham AS mulai meregulasi pasar modal mereka sehingga setiap emiten wajib menyampaikan laporan keuangan. Regulasi ini menstimuli perkembangan akuntansi.

Saat ini, di era 2000an, akuntansi sangat kompleks. Semakin banyak metoda dan transaksi yang membutuhkan keahlian dan kebijaksanaan manajemen. Munculnya banyak aturan akuntansi baru, jenis sekuritas baru, dan termasuk produk derivatif yang sangat kompleks dan rentan mengakibatkan kesalahan estimasi dan pelaporan keuangan. Peningkatan kesulitan dan kompleksitas ini memicu potensi bias pada keputusan berbasis informasi akuntansi. Informasi yang sama tidak selalu direspon dengan cara yang sama. Pada kondisi itulah, kebutuhan untuk memahami bias dari penyajian informasi akuntansi diperlukan.

PERKEMBANGAN AKUNTANSI KEPERILAKUAN

Perkembangan studi akuntansi banyak sekali dipengaruhi oleh teori tradisional yang berasumsi manusia mengambil keputusan berbasis rasionalitasnya. Studi akuntansi keperilakuan merupakan isu yang relatif baru. Perkembangan akuntansi keperilakuan banyak dipengaruhi oleh *behavioral research in accounting* (riset keperilakuan di bidang akuntansi). Asumsinya keputusan manusia tidak rasional selalu karena adanya keterbatasan rasionalitas manusia.

Perkembangan pemikiran keperilakuan di bidang akuntansi di tahun 1952-1981 telah dibahas oleh Lord (1989). Dalam artikelnya, ia menjelaskan bahwa minat terhadap aspek perilaku di bidang akuntansi ini telah dibahas sejak lama. Di tahun 1920an, ide mengenai akuntansi pertanggungjawaban telah muncul. Di tahun 1930an, artikel tentang penganggaran telah membahas perilaku dan kinerja dari para pekerja. Penelitian lain Argyris diakui juga sebagai investigasi awal mengenai dampak informasi akuntansi terhadap orang-orang.

Meskipun di tahun 1950an adalah awal dari minat penelitian yang berhubungan dengan pengaruh informasi akuntansi terhadap perilaku manusia, literatur akuntansi akademik tidak memiliki penelitian yang membahas secara langsung perilaku manusia.

Tahun 1960an dianggap sebagai dekade kelahiran dalam literatur penelitian akuntansi yang membahas perilaku. Pada saat itu komunitas peneliti akuntansi mengembangkan pengujian atas implikasi informasi akuntansi dan laporan keuangan terhadap pengambil keputusan. Beberapa peneliti menggunakan informasi akuntansi sebagai alat untuk memotivasi kinerja karyawan. Penelitian dilakukan dengan menggunakan survey dan eksperimen laboratorium.

Di tahun 1970an, isu akuntansi keperilakuan mulai menerima pengakuan. Terdapat sekitar lebih 100 artikel eksperimen yang dipublikasikan di journal top di bidang akuntansi di antara tahun 1970 sampai dengan 1981. Jurnal yang dimaksud adalah *Accounting Review*, *Journal of Accounting Research*, dan *Accounting, Organizations and Society (AOS)*. Pembentukan AOS

adalah peristiwa penting dalam perkembangan penelitian akuntansi keperilakuan.

Topik di tahun 1970an berhubungan dengan pembahasan pemrosesan informasi manusia di bidang akuntansi. Di sekitar tahun 1975, artikel mengenai penganggaran partisipatif dalam perilaku managerial mulai dipublikasikan.

Perkembangan akuntansi keperilakuan di tahun 1980an dibahas dalam artikel Bamber (1993). Pada artikel tersebut, Bamber menunjukkan deskripsi data mengenai jumlah publikasi penelitian akuntansi keperilakuan pada beberapa jurnal. Topik paling dominan waktu itu adalah topik pengauditan. Topik akuntansi manajemen adalah topik kedua dari penelitian akuntansi keperilakuan yang paling banyak dipublikasikan. Topik audit umumnya membahas mengenai kebijakan dan pengambilan keputusan akuntansi. Sedangkan topik akuntansi manajemen banyak membahas mengenai pengaruh fungsi akuntansi terhadap perilaku. Seiring berjalannya waktu, topik akuntansi keperilakuan ini berkembang jumlahnya, termasuk skopa pembahasan.

Studi Bienberg (2011) adalah salah satu artikel berpengaruh yang membahas rerangka pembahasan riset akuntansi keperilakuan. Dalam artikel tersebut, Bienberg menjelaskan klasifikasi dalam penelitian keperilakuan di bidang akuntansi mulai dari keputusan individu sampai dengan keputusan kelompok. Artinya, perilaku yang dibahas bukan saja hasil keputusan individual, namun keputusan individu dalam kelompok dan keputusan kelompok.

PENTINGNYA ASPEK PERILAKU DALAM AKUNTANSI

Informasi akuntansi didesain untuk melayani pengguna keputusan baik dari dalam maupun luar perusahaan. Setiap proses perencanaan pengkoordinasian, dan pengendalian berhubungan dengan aktivitas manusia. Hal tersebut peluang bahwa prosedur akuntansi yang digunakan adalah untuk memuaskan berbagai fungsi dalam organisasi. Buku ini meyakini dan berusaha meyakinkan bahwa semua pembahasan di dalam akuntansi adalah tentang orang, baik penyusun,

pengguna, auditor, maupun pihak lain yang secara tidak langsung terkena dampak dari penyusunan dan penggunaan informasi tersebut.

Telah banyak argumen yang menjelaskan mengenai pentingnya aspek perilaku ini dalam praktik akuntansi, misalnya Bazerman (1994) dan Hopwood (1976). Keputusan manusia menjadi tidak rasional karena adanya keterbatasan rasionalitas. Hal ini memicu keputusan yang tidak optimal dari penggunaan informasi akuntansi dan laporan keuangan. Kedua buku klasik tersebut menjelaskan bagaimana sifat individual dan lingkungan dari para akuntan dan pengguna informasinya bisa menstimulasi keputusan yang tidak optimal atau keputusan yang bias.

Selain argumen, tidak sedikit pula riset yang menunjukkan bahwa aspek perilaku ini mendominasi proses penentuan anggaran, partisipasi dalam penganggaran, proses audit, penilaian pengendalian internal, dan keputusan lain berbasis informasi akuntansi.

Partisipasi anggota organisasi bisa saja memengaruhi kinerja ataupun kepuasan dari partisipannya. Namun, partisipasi tidak selalu berpengaruh positif terhadap kinerja, bisa saja berpengaruh negatif. Bisa saja partisipasi tidak memiliki dampak positif terhadap kinerja individual karena target anggaran tidak sesuai harapan dari partisipan. Partisipasi yang kurang dari yang diharapkan dari anggota organisasi bisa memicu perbedaan kepuasan kerja. Seseorang yang sangat aktif akan tidak puas ketika partisipasinya dibatasi, sebaliknya seseorang yang cenderung pendiam dan tidak aktif merasa terbebani ketika mendapatkan kesempatan partisipasi lebih besar dari ekspektasinya. Hal-hal seperti itulah yang membuat pemahaman terhadap aspek keperilakuan ini sangat penting dalam bidang akuntansi.

Proses penyusunan anggaran adalah suatu proses dalam organisasi yang melibatkan perilaku manusia. Hasil dari anggaran juga mempengaruhi perilaku manusia. Anggaran akan menentukan tindakan dan kegiatan organisasi dan orang dalam organisasi di masa mendatang, setidaknya dalam satu perioda anggaran. Anggaran akan mempengaruhi apa saja yang akan

dibeli, berapa banyak jumlah pembeliannya, dan berapa besar nilai pembeliannya. Anggaran juga termasuk mengetahui bagaimana indikator kinerja untuk setiap aktivitas yang membutuhkan sumber daya tersebut. Kepuasan karyawan bisa meningkat ataupun menurun karena partisipasi mereka terpenuhi ataupun mereka merasa kurang diperlakukan adil. Hal tersebutlah yang menjelaskan kenapa studi mengenai anggaran ini adalah isu yang krusial dalam pengambilan keputusan dalam organisasi.

Dalam hal pelaporan informasi, seseorang mungkin akan menyajikan seadanya jika tidak ada probabilitas untuk diaudit di masa mendatang. Namun, jika ia mendapatkan informasi mengenai tingginya probabilitas diaudit di masa mendatang maka orang tersebut akan cenderung menyajikan laporan dengan detail. Masalah tersebut cukup populer terutama dalam pembahasan praktik perpajakan.

Secara umum, aspek perilaku ini menjadi sebab dari gap antara teori dan praktik akuntansi. Perilaku dan kumpulan keputusan manusia cenderung untuk

memenuhi kepentingannya. Kepentingan pengambil putusan tidak selalu sama dengan kepentingan penyusunan. Perbedaan kepentingan ini bisa menimbulkan friksi ataupun negosiasi dalam praktik akuntansi. Dalam hal inilah gap antara teori dan praktik ini muncul.

JENIS STUDI DALAM AKUNTANSI KEPERILAKUAN

Diskusi akuntansi keperilakuan bisa dibahas berdasarkan unit perilaku pengambil keputusan. Kategorinya yang bisa diperoleh adalah individu, kelompok kecil, organisasi, dan kondisi lingkungan. Diskusi akuntansi keperilakuan yang membahas keputusan individu berhubungan dengan keputusan tunggal, sedangkan diskusi yang berhubungan dengan kelompok kecil membahas keputusan kelompok ataupun keputusan individu setelah mempertimbangkan pendapat kelompok.

Studi tentang individu

Studi tentang individu berfokus pada karakteristik pelaku tunggal atau respon para pelaku pada serangkaian data akuntansi, stimulus yang berhubungan dengan akuntansi, dan konteks yang berhubungan dengan akuntansi. Studi ini bisa dianggap sebagai *pure choice* (pilihan murni/pilihan individual) karena penelitian ini fokus pada beberapa pelaku yang memecahkan masalah tanpa mempertimbangkan perilaku pelaku lain. Penelitian individual yang mempertimbangkan pelaku lain biasa dinamakan *strategic studies* (studi strategis). Diperkirakan sembilan puluh persen artikel yang dipublikasikan di BRIA dari tahun 2004-2007 adalah studi perilaku individual, baik pilihan individual maupun studi strategis. Artinya, topik ini adalah topik yang mendominasi perkembangan akuntansi keperilakuan.

Studi akuntansi keperilakuan dengan unit analisis individu umumnya menggunakan metoda eksperimen. Partisipan yang digunakan dalam studi eksperimen umumnya adalah mahasiswa S-1 bisnis dan mahasiswa S-2 di bidang bisnis atau mahasiswa bidang lain yang

relevan dengan pembahasan riset. Selain mahasiswa, kebutuhan untuk menggunakan professional juga meningkat. Perbedaan antara keduanya adalah pada validitas eksternal. Ketika suatu keputusan membutuhkan pengetahuan atau pengalaman partisipan, maka penggunaan praktisi menjadi sangat penting. Akuntansi keperilakuan ini juga menginvestigasi anomali dalam penelitian akuntansi keuangan. Mahasiswa *Master of Business Administration* (MBA) bisa digunakan sebagai pengganti investor naïf atau investor individual.

Studi akuntansi keperilakuan juga berhubungan dengan norma sosial dan nilai yang berbeda antar budaya. Apakah perbedaan budaya menghasilkan perbedaan keputusan/perilaku? Porsi terbesar dari riset ini adalah perbandingan antara pekerja di Asia dan Amerika Utara.

Topik yang berhubungan dengan insentif, partisipasi dan akuntabilitas bisa menjadi materi dalam pembahasan akuntansi keperilakuan dengan keputusan individual. Seseorang yang mendapatkan insentif finansial dari suatu kebijakan akan cenderung

menyetujui usulan kebijakan dibandingkan seseorang yang tidak mendapatkan insentif tersebut. Partisipasi seseorang juga mungkin akan mempengaruhi kepuasan kerja maupun kinerja seseorang dalam pekerjaannya.

Pada pilihan strategis, setiap orang mengambil keputusan individual namun dengan mempertimbangkan keputusan pihak lain. Studi negosiasi merupakan topik yang paling dominan pada bagian ini. Proses negosiasi adalah proses yang umum dalam praktik bisnis. Misalnya, kantor akuntan publik bernegosiasi dengan klien mereka tentang penyajian laporan keuangan dan metoda akuntansi yang seharusnya digunakan. Perusahaan juga bisa bernegosiasi dengan pemasok, termasuk pula hubungan sub-unit dalam suatu organisasi. Hal yang signifikan dibandingkan dengan studi sebelumnya adalah adanya respon pihak lain yang dipertimbangkan dalam keputusan individual. Studi ini jelas mempertimbangkan kekuatan relatif antar partisipan. Area lain dalam studi negosiasi adalah pada harga transfer.

Selain negosiasi, aspek reputasi juga merupakan bagian dari keputusan yang dipengaruhi oleh pihak lain. Reputasi adalah salah satu informasi masa lalu dalam keputusan. Dalam dunia nyata, reputasi merupakan hal yang sangat subyektif dan tidak presisi. Reputasi meningkatkan kualitas pengambilan keputusan. Reputasi dibentuk dari interaksi selama beberapa waktu. Artinya, keputusan berbasis informasi akuntansi yang dilakukan individu akan juga dipengaruhi oleh keputusan pihak ketiga yang bereputasi. Jika pihak ketiga yang bereputasi bias maka risikonya keputusan individu tersebut juga bisa bias.

Studi Wijono, Utami dan Sulistiawan (2014) adalah salah satu contoh studi akuntansi keperilakuan dengan pendekatan pilihan strategis. Studi tersebut dibuat dengan konteks audit di Indonesia dengan menggunakan keputusan individu sebelum dan setelah diskusi kelompok. Partisipan diminta menilai sistem pengendalian internal dengan cara menganalisis informasi yang disajikan berurutan.

Hasilnya menunjukkan bahwa keputusan individu setelah diskusi menurun kualitasnya dibandingkan keputusan individu sebelum diskusi. Pada berita baik, pendapat dari anggota kelompok akan mengakibatkan bias naik pada keputusan individual, sebaliknya pada berita buruk, pendapat anggota kelompok akan mengakibatkan bias turun. Implikasinya, informasi negatif (positif) tentang sesuatu hal akan membuat penilaian seseorang semakin memburuk (membaik) setelah mereka mendapatkan masukan negatif (positif). Hal ini menjelaskan penilaian seseorang pada suatu perusahaan akan cenderung berlebihan.

Studi tentang grup

Studi tentang grup menggunakan unit analisis yang terdiri dari beberapa orang individu. Yang membedakan dengan riset sebelumnya adalah adanya afiliasi antar anggota kelompok. Penelitian ini bukan merupakan studi tentang organisasi karena kelompoknya adalah anggota yang jumlahnya sedikit, umumnya empat orang anggota sehingga peneliti bisa menginvestigasi interaksi antar anggota. Ketika jumlahnya lebih besar, maka

fokus dari penelitian bergeser dari grup menjadi organisasi.

Studi Chalos dan Poon (2000) adalah salah satu artikel yang menggunakan *setting* grup/kelompok untuk menganalisis partisipasi individu dalam kelompok. Hasilnya menunjukkan bahwa partisipasi berbanding positif dengan persepsi jumlah informasi yang tersedia dan jumlah pembagian informasi. Kelompok dianggap menjadi sarana pembagian informasi yang efektif.

Di Indonesia, studi Sulistiawan dan Rudiawarni (2019) membahas mengenai peran kelompok terhadap keputusan investasi saham. Partisipan yang mengambil keputusan menerima masukan atas diskusi kelompok membuat keputusan berbeda. Setelah menerima masukan dari kelompok, partisipan justru membuat keputusan yang menurun kualitasnya. Hal ini disebabkan terlalu banyak pilihan untuk menyeleksi informasi yang akan digunakan sebagai panduan keputusan.

Studi tentang organisasi dan lingkungan

Studi tentang organisasi tidak berfokus pada tindakan individual atau grup melainkan pada batasan perusahaan atau divisi dari entitas yang sangat besar. Studi ini berfokus pada peran pekerjaan individu dalam organisasi bukan individunya itu sendiri. Studi tentang kondisi lingkungan menguji peran akuntansi dalam masyarakat. Studi tentang organisasi dan lingkungan bukanlah studi yang banyak dibahas menggunakan literatur akuntansi keperilakuan karena sifatnya yang lebih makro. Atas dasar itulah studi ini lebih banyak membahas keputusan yang bias pada individu.

BERPIKIR BENAR, BERTINDAK SUKSES

Di bawah ini ada kisah yang pernah diceritakan oleh salah satu mitra bisnis saya. Ceritanya adalah sebagai berikut.

Pada jaman dahulu, ada dua orang sahabat bernama Adi dan Budi. Saat itu keduanya berguru pada seorang ahli dagang bernama SUHU. Pada kesempatan terakhir pertemuan mereka, SUHU menyarankan sebuah trik bisnis kepada keduanya. Kata Suhu 'jika ingin jadi orang sukses berdagang, ada dua hal terlarang yang harus kalian ingat, yang pertama adalah jangan pernah menagih utang pada para pelanggan, dan yang kedua jangan pernah kena matahari pada saat sebelum dan setelah bekerja.'

Sebagai murid yang taat, keduanya benar-benar melaksanakan apa yang dianjurkan oleh sang Suhu. Alhasil beberapa tahun kemudian. Kekayaan Adi makin lama makin menyusut, sedangkan bisnis Budi semakin besar.

Pada suatu saat, sang Suhu datang lagi di kota tersebut, dia menanyakan apa saja yang telah dilakukan Adi sehingga bisnisnya tidak berkembang. Adi bercerita, ‘Suhu saya menjalankan bisnis saya sesuai anjuran Suhu. Saya tidak pernah menagih pelanggan yang berhutang, dan saya selalu naik becak tertutup saat berangkat dan pulang, sehingga kulit saya tidak pernah terkena sinar matahari.’

Di sisi lain, Budi bercerita, ‘Suhu saya selalu mentaati kata Anda. Saya tidak pernah menjual secara kredit sehingga saya tidak pernah menagih dan saya selalu berangkat kerja dini hari dan pulang malam hari.’ Demikian cerita teman saya tentang Adi dan Budi. Bagaimana pendapat Anda?

Cerita tersebut membuat kita belajar banyak hal. Cara berpikir akan mempengaruhi keputusan kita untuk bertindak. Tindakan yang teratur akan menjadi sebuah kebiasaan, dan kebiasaan akan membentuk karakter kita. Hasilnya, banyak orang sukses menyatakan bahwa karakter atau sikap kita akan mempengaruhi nasib kita. Setiap orang cenderung merespon informasi dengan cara yang berbeda, sehingga cara berpikir juga berbeda. Akibatnya, tindakan yang dihasilkan bisa berbeda bahkan mungkin bertolak belakang.

Cerita diatas sudah mengajarkan banyak hal. Informasi yang sama, namun diterima dan dipersepsikan dengan cara yang berbeda, dengan tindakan yang berbeda pula. Ujung-ujungnya kebiasaan keduanya berbeda, karakternya berbeda dan nasibnya berbeda pula.

Pernahkan Anda bayangkan bagaimana Coca Cola pertama kali dirintis di sebuah industry rumahan? Atau bagaimana bisnis Microsoft tercipta oleh Bill Gates yang harus drop out kuliah? Atau kenapa Kentucky Fried Chicken yang menjamur di setiap Negara padahal resep Pak Sanders ditolak di banyak tempat? Yang pasti mereka memiliki cara berpikir yang luar biasa, sehingga mereka melakukan sesuatu yang tidak biasa. Hasilnya, mereka menjadi memiliki kebiasaan orang sukses, dan yang pasti nasib yang sukses pula.

Percaya atau tidak, nasib kita saat ini dipengaruhi oleh cara berpikir kita dimasa lalu. Kehidupan kita saat ini, entah

pekerjaan, pernikahan, atau bisnis kita adalah wujud dari cara berpikir dan keputusan bertahun-tahun lalu. Karakter kita saat ini adalah wujud dari kebiasaan (tindakan yang konsisten) kita selama beberapa waktu.

Pertanyaan untuk kita bersama. Apakah kita sudah memulai cara berpikir untuk sukses? Misalnya, apakah kita sudah bisa membayangkan kehidupan seperti apa yang kita dapatkan untuk 5 tahun mendatang. Apakah Anda ingin mendapatkan kehidupan yang lebih baik di masa mendatang? Jika YA, apakah kita sudah melakukan sesuatu yang berbeda untuk kesuksesan kita? Sudahkah tindakan dan aktivitas untuk sukses sudah menjadi kebiasaan kita? Banyak mitra bisnis yang sukses mengingatkan untuk melakukan hal yang berbeda untuk mendapatkan hasil yang berbeda, dan saya pun mulai berusaha melakukannya.

Anda pasti sudah memiliki jawaban yang sangat lengkap untuk diri Anda sendiri. Silakan Anda jawab dan terapkan untuk kepentingan Anda.

Dedhy Sulistiawan (Modul “Motivasi untuk StartUp”)

BAB 3

BIAS RESENSI PADA AUDITOR

“History Repeat Itself”

Pembaca bab ketiga buku ini diharapkan mampu memahami dan menganalisis bias resensi pada auditor.

BIAS RESENSI

Saat ini telah banyak literatur yang menunjukkan bukti bahwa urutan informasi akan mempengaruhi keputusan seseorang. Urutan informasi ini bisa menghasilkan tiga kemungkinan bias, yaitu *primacy effect* (efek primasi), *recency effect* (efek resensi) atau *no order effects* (tidak terjadi efek urutan informasi).

Efek primasi terjadi ketika seseorang membobot informasi awal lebih besar daripada informasi yang disajikan setelahnya. Sebaliknya, efek resensi terjadi ketika seseorang cenderung membobot informasi akhir dibandingkan informasi sebelumnya. Keputusan tersebut dianggap bias karena keputusan seseorang bisa berbeda dengan orang lain walaupun substansi dan isi keputusannya sama.

Pada bias urutan informasi, yang membuat suatu keputusan berbeda adalah karena informasinya disajikan dengan urutan yang berbeda. Pada suatu informasi yang sama, informasi yang disajikan berurutan (sekuensial) akan menghasilkan keputusan yang berbeda ketika informasi disajikan secara bersamaan (simultan). Studi

ini berfokus pada bias resensi karena bias tersebut lebih banyak ditemukan dalam pengambilan keputusan dibandingkan bias primasi.

Masalah urutan informasi ini terlihat sepele dan tidak penting untuk dibahas. Namun studi Furnham (1986) mungkin akan memberikan perspektif lain mengenai pentingnya bias keputusan yang disebabkan karena informasi yang disajikan secara berurutan ini.

Studi Furnham adalah studi mengenai bias resensi dalam lingkungan pengadilan. Dia menunjukkan bahwa studi resensi dalam kasus hukum telah dilakukan di tahun 1938 dengan menggunakan transkrip pengadilan riil. Pada studi tahun 1938 tersebut, terbukti juri mengalami bias resensi. Bias resensi akan mengubah keyakinan dan keputusan seseorang atas suatu fenomena. Keyakinan itu bisa berubah dari keyakinan terdakwa tidak bersalah menjadi bersalah dan sebaliknya.

Ia menggunakan metoda eksperimen untuk menguji adanya bias resensi dalam kasus pengadilan. Dalam studi eksperimen ini, ia membagi dalam tiga kelompok

subyek. Kelompok pertama terdiri dari mahasiswa teknik dan ekonomi dengan jumlah 32 orang yang terdiri dari 24 pria dan 8 wanita. Kelompok kedua menggunakan 56 mahasiswa psikologi yang terdiri dari 16 pria dan 40 wanita. Sedangkan kelompok 3 terdiri dari 22 orang dewasa yang terdiri dari 16 pria dan 6 wanita dengan usia sekitar 40 tahunan dan tidak pernah kuliah.

Seluruh subyek berbahasa Inggris dan eksperimen ini bersifat sukarela. Dalam studinya ini, Furnham menggunakan rekaman tape bukti percobaan poligami dari kasus Weld dan Roff di tahun 1938. Bukti tersebut diidentikan untuk kelompok 1 dan 2 kecuali urutannya. Urutan grup 1 adalah PPPPDDD (P=tuntutan dan D=pembelaan), sedangkan grup 2 adalah DDDPPP. Dengan kata lain P adalah berita buruk (-) dan D adalah berita baik (+). Subyek diuji pada waktu yang berbeda dalam 6 bulan. Mereka secara acak dikirim 2 kasus identik. Subyek diminta mendengarkan secara kelompok sebuah kasus persidangan. Mereka diberikan booklet 15 halaman dengan masing-masing halaman berisi skala 9 point dari tidak bersalah sampai bersalah.

Aturan melarang subyek kembali pada *judgment* sebelumnya. Seluruh prosedur berkisar 50 menit.

Apa hasilnya? Pada semua kasus, tidak ada perbedaan dari *judgment* pertama sampai ketujuh. Namun setelah itu terdapat perbedaan *judgment*. Tampilan hasil menunjukkan dukungan terhadap efek resensi. Pada kelompok yang menerima informasi PPPPDDDD atau tuntutan yang dilanjutkan pembelaan cenderung mengambil keputusan bahwa terdakwa tidak bersalah. Sebaliknya, kelompok yang menerima informasi DDDDPPPP atau pembelaan yang dilanjutkan dengan tuntutan cenderung mengambil keputusan bahwa terdakwa bersalah. Artinya, keputusan yang salah bisa terjadi dalam lingkungan pengadilan. Keputusan yang salah itu disebabkan karena urutan informasi pembelaan dan tuntutan.

Partisipan dari kelompok dengan urutan yang berbeda mengambil keputusan berbasis yang terkena efek dari bias resensi. Mereka cenderung membobot informasi terakhir dalam keputusan final mereka. Jika keputusan terakhir adalah pembelaan maka terdakwa memiliki

probabilitas besar untuk tidak dinyatakan bersalah. Jika urutan berkebalikan, maka terdakwa berada dalam masalah yang besar.

Hasil dari temuan mereka sangat menarik karena adanya empat alasan. Alasan pertama, studi tersebut menunjukkan bukti yang kuat adanya efek resensi dalam pengambilan keputusan di pengadilan. Alasan kedua, *judgment* pertama bersifat ragu-ragu dan bukti baru merubah keyakinan mereka. Hal ini selaras dengan asumsi praduga takbersalah. Alasan ketiga, meskipun menggunakan tiga subyek yang berbeda, hasilnya sama yaitu masing-masing kelompok yang merepresentasikan juri dalam pengadilan di AS mengalami bias resensi. Alasan terakhir, hasil ini memiliki implikasi yang luas, terutama bagi para juri pengadilan di AS.

KONSEP PENTING DALAM BIAS RESENSI

Artikel Hogarth dan Einhorn (1992) adalah salah satu artikel penting dalam studi resensi. Studi tersebut bukanlah studi resensi yang pertama kali dilakukan, namun studi Hogarth dan Einhorn tersebut merupakan

artikel yang mengembangkan model formal pengujian efek urutan informasi. Kejadian berurutan di masa mendatang bisa membuat seseorang merevisi opini dan keyakinannya. Artikel ini tersebut membahas tentang teori deskriptif dalam revisi keyakinan. Konsep penting dalam bias resensi dibahas pada bagian ini.

Revisi keyakinan adalah aktivitas manusia yang bisa terjadi di mana saja. Untuk meminimasi bias yang akan terjadi pada keputusan kita di masa mendatang, mempelajari bias ini menjadi sesuatu yang krusial. Dalam studi resensi, terdapat dimensi penting dalam studi fenomena efek urutan informasi (*order effects*), antara lain:

1. Kompleksitas informasi.
2. Panjangnya urutan informasi.
3. Prosedur penyajian informasi

Kompleksitas informasi

Semakin kompleks informasi maka informasi tersebut kurang familiar bagi seseorang sehingga mereka akan memilih pilihan yang lebih mudah untuk menyelesaikan masalah. Pesan yang bersi lebih dari enam ratus kata

bisa dikategorikan kompleks. Semakin banyak kata yang diproses akan membuat memori dalam otak manusia bekerja lebih keras. Hal tersebut akan membuat informasi sederhana menjadi terkesan kompleks. Semakin kompleks informasi yang disajikan maka bias karena urutan informasi ini semakin kuat. Kompleksitas informasi juga berhubungan dengan pengetahuan atas informasi yang diterima. Semakin baik pengetahuannya, maka biasanya akan semakin kecil.

Contoh 3.2

Boni dan Cici adalah auditor junior dari suatu kantor akuntan publik (KAP). Mereka menerima 6 informasi sama yang disajikan berurutan untuk menilai sistem pengendalian internal (SPI) suatu perusahaan. Informasi positif diberi kode + sedangkan informasi negatif diberi kode -. Boni menerima informasi dengan urutan +++---, sedangkan Cici menerima informasi dengan urutan ---+++ . Siapakah yang akan menilai SPI perusahaan lebih baik? Apakah Boni atau Cici? Bagaimana jika keputusan mereka dibandingkan dengan Amir? Amir adalah seorang partner dari KAP di kantor yang sama.

Studi resensi akan memprediksi bahwa Boni akan cenderung menilai SPI lebih buruk dibandingkan Cici. Sedangkan penilaian Amir cenderung akan berada diantara Boni dan Cici.

Panjangnya urutan informasi

Berdasarkan panjangnya urutan informasi, informasi yang disajikan secara berurutan sebanyak 2-12 item informasi bisa dikategorikan sebagai *short-series* (penyajian yang pendek) sedangkan jika lebih dari 17 item informasi bisa dianggap sebagai *long-series* (penyajian yang panjang). Hogarth dan Einhorn juga memprediksikan terjadinya efek primasi pada kondisi urutan informasi sekuensial yang panjang. Efek primasi ini dapat dijelaskan dengan terjadinya proses penurunan perhatian dari informasi simultan.

Prosedur penyajian informasi

Panjangnya urutan informasi sering diistilahkan sebagai *response mode*. Dalam *response mode* terdiri dari dua prosedur yaitu penyajian informasi secara berurutan

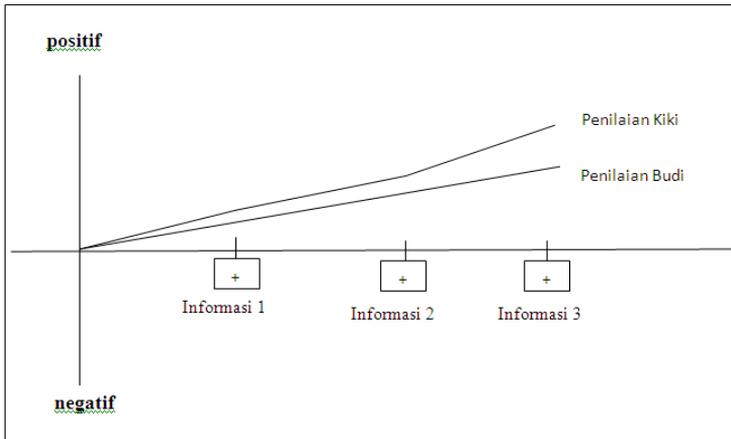
(*step by step/SbS*) dan bersamaan (*end of sequence/EoS*). Dari analisis penugasan, bisa disimpulkan bahwa *response mode* membuat perbedaan dalam *short* dan *simple task*. Dengan kata lain, penyajian informasi secara berurutan dengan jumlah penyajian yang pendek dan penugasan sederhana bisa menghasilkan informasi yang berbeda. Hogarth dan Einhorn memprediksikan terjadinya efek primasi pada informasi simultan dan efek resensi pada informasi sekuensial dalam suatu penugasan yang kompleks.

Contoh 3.3

Kiki dan Budi adalah auditor sebuah KAP. Mereka berdua diminta menilai SPI dari perusahaan HATI IBU. Informasi yang diberikan kepada mereka adalah tiga informasi positif tentang SPI. Kiki menerima informasi secara berurutan, sedangkan Budi menerima informasi secara simultan. Siapa yang memberikan penilaian SPI yang lebih tinggi?

Pada penyajian informasi yang konsisten, seseorang yang menerima informasi sekuensial lebih berisiko terkena efek resensi. Artinya, Kiki akan cenderung terkena bias resensi. Nilai yang diberikan oleh Kiki akan

cenderung lebih tinggi dibandingkan Budi. Ilustrasi Gambar 3.1 berupaya menunjukkan bahwa Penilaian Kiki relatif akan lebih tinggi dibandingkan penilaian Budi.

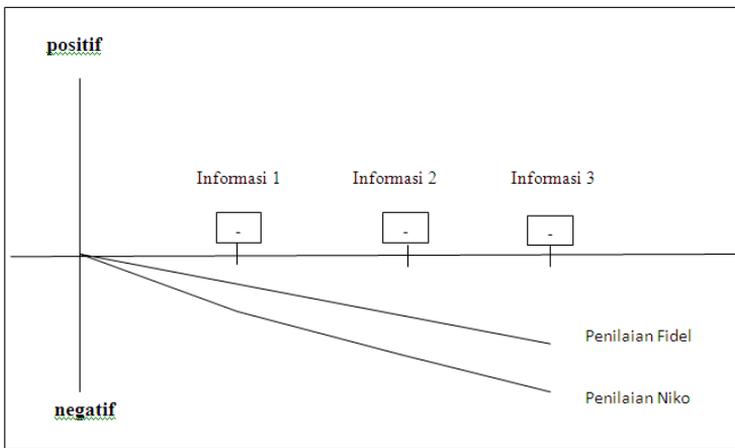


Gambar 3.1: Deskripsi visual penilaian Kiki dan Budi.

Contoh 3.4

Niko dan Fidel adalah auditor sebuah KAP. Mereka berdua diminta menilai kelayakan persediaan dari perusahaan Makan Hati. Informasi yang diberikan kepada mereka adalah tiga informasi negatif tentang persediaan tersebut. Niko menerima informasi secara berurutan, sedangkan Fidel menerima informasi secara simultan. Siapa yang memberikan penilaian SPI yang lebih rendah?

Pada urutan informasi konsisten negatif, maka penerima informasi sekuensial akan terkena bias resensi lebih besar. Artinya, Niko akan cenderung menilai rendah persediaan perusahaan Makan Hati. Gambar 3.2 menunjukkan gambaran atas keputusan mereka berdua.



Gambar 3.2: Deskripsi visual penilaian Fidel dan Niko.

Contoh sebelumnya menggunakan informasi konsisten positif atau negatif saja. Bagaimana jika informasi yang disajikan berurutan mengandung informasi positif diikuti informasi negatif atau sebaliknya?

Contoh 3.5

Rita, Rani, Rini dan Riska adalah auditor pada sebuah KAP. Mereka bertiga diminta menilai SPI dari

perusahaan bernama PT.INDAH. Informasi yang diberikan kepada mereka adalah tiga informasi negatif dan tiga informasi positif tentang SPI perusahaan tersebut. Adapun pembagian informasinya adalah sebagai berikut:

- Rita menerima informasi sekuensial dengan urutan +++---. Rita menerima informasi positif pertama, kemudian dia memberikan penilaian. Setelah penilaian pertama, Rita menerima informasi positif kedua, dan dia memberikan penilaian yang kedua, dan seterusnya sampai informasi negatif yang ketiga ia memberikan penilaian keenam.
- Rani menerima informasi sekuensial dengan urutan ---+++ . Rani menerima informasi negatif pertama, kemudian dia memberikan penilaian. Setelah penilaian pertama, Rita menerima informasi negatif kedua, dan dia memberikan penilaian yang kedua, dan seterusnya sampai pada informasi negatif yang ketiga dia memberikan penilaian keenam.
- Rini menerima informasi simultan +-. Pada kasus Rini, ketiga informasi positif disajikan

secara bersamaan, dilanjutkan ketiga informasi negatif yang juga disajikan bersamaan.

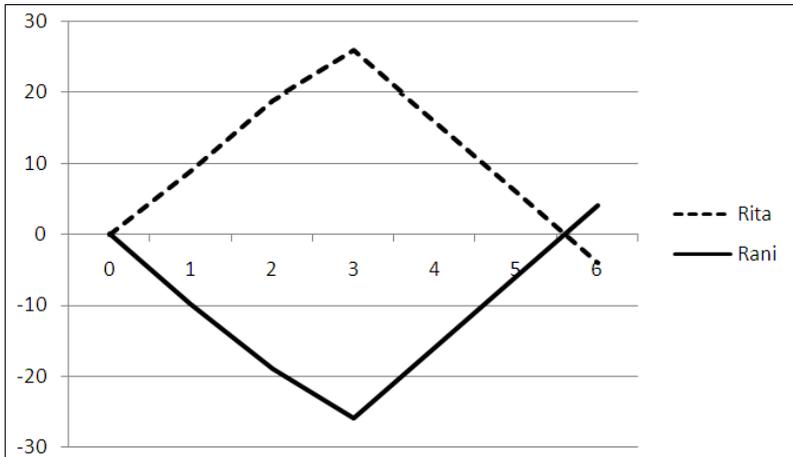
- Riska menerima informasi simultan $-+$. Pada kasus Riska, ketiga informasi negatif disajikan secara bersamaan, dilanjutkan ketiga informasi positif yang juga disajikan bersamaan.

Berdasarkan konsep bias resensi, apa yang akan terjadi?

- Rita akan memberikan penilaian yang terendah. Alasannya, informasi terakhir yang diterimanya adalah urutan informasi negatif. Atas dasar itulah dia mengalami bias resensi yang mengakibatkan penilaian terlalu rendah.
- Rani akan memberikan penilaian yang tertinggi. Alasannya, informasi terakhir yang diterimanya adalah urutan informasi positif. Atas dasar itulah dia mengalami bias resensi yang mengakibatkan penilaian terlalu tinggi.
- Penilaian Rini dan Riska cenderung akan berada diantara Rini dan Riska.

Perkiraan tampilan keputusan Rita dan Rani disajikan pada Gambar 3.3. Gambar keputusan tersebut

membentuk pola *fish-tail* (ekor ikan). Pola tersebut adalah pola yang diprediksikan pada informasi berurutan positif-negatif dan negatif-positif. Artinya, keputusan tersebut mengandung bias resensi.



Gambar 3.3: Deskripsi visual penilaian Rita dan Rani yang membentuk pola ekor ikan.

BIAS RESENSI DI BIDANG AUDIT

Studi tersebut jelas memiliki implikasi yang penting bagi auditor. Kegiatan audit merupakan proses yang sistematis untuk menilai kewajaran laporan keuangan. Profesi auditor mempunyai tanggung jawab di bawah hukum untuk memenuhi apa yang dicantumkan dalam kontrak dengan klien mereka (Arens, Elder dan Beasley, 2012).

Dalam proses pemeriksaan, auditor menerima banyak bukti yang diterima dan dievaluasi secara berurutan. Urutan informasi yang diterima ini akan memicu terjadinya bias resensi. Bias resensi ini merupakan topik penting dalam praktik dan penelitian audit. Jadi, keputusan auditor yang bias ini bisa jadi akan menurunkan reputasinya dan meningkatkan kewajiban kontinjensinya. Sebaliknya, hal ini dimanfaatkan oleh klien untuk membuat strategi urutan penyajian informasi bagi auditor mereka.

Riset Awal Mengenai Bias Resensi di Bidang Audit

Dalam publikasinya di *Accounting Review*, Ashton dan Ashton (1988) mengembangkan eksperimen pengambilan keputusan di bidang audit. Dalam artikelnya, mereka meyakini bahwa informasi sekuensial berisi informasi positif diikuti informasi negatif dan sebaliknya akan membentuk pola ekor ikan. Bentuk tersebut sama seperti yang ditampilkan di Gambar 3.3.

Pada eksperimen pertama, partisipan diberi informasi bahwa hasil investigasi awal dari pengendalian internal mengindikasikan kemungkinan pengendalian dapat mencegah dan mendeteksi kesalahan sebesar $x\%$ Pada eksperimen tersebut mereka menyajikan empat informasi positif. Informasi tersebut terdiri dari informasi yang pernyataannya kuat (K) dan lemah (L).

Untuk kelompok pertama informasi positif KKLL, sedangkan informasi positif LLKK untuk kelompok kedua. Partisipan diminta untuk menginvestigasi catatan penggajian dari klien yang diaudit. Partisipannya adalah auditor dari KAP yang sedang mengikuti pendidikan

profesi berkelanjutan. Hasilnya menunjukkan bahwa pada informasi konsisten positif tidak terjadi bias karena urutan informasi.

Pada eksperimen kedua, kasusnya sama dengan eksperimen pertama. Perbedaan utamanya, mereka menyajikan empat informasi negatif. Informasi tersebut terdiri dari informasi yang pernyataannya kuat (K) dan lemah (L). Untuk kelompok pertama informasi negatif KKLL, sedangkan informasi negatif LLKK untuk kelompok kedua. Hasilnya menunjukkan bahwa pada informasi konsisten negatif juga tidak terjadi bias.

Eksperimen pertama dan kedua tersebut menunjukkan bahwa pada informasi konsisten, pernyataan kuat dan lemah tidak memberikan efek bias. Temuan lain dari eksperimen pertama dan kedua adalah berhubungan dengan revisi keyakinan. Jika penilaian awal rendah, maka setelah mereka mendapatkan informasi positif revisi keyakinan mereka meningkat lebih besar dibandingkan kelompok yang penilaian awal sedang atau tinggi. Pada penyajian informasi negatif, kelompok dengan penilaian awal yang terlalu tinggi akan merevisi

keyakinannya lebih besar dibandingkan kelompok dengan penilaian awal yang sedang atau terlalu rendah.

Eksperimen ketiga dilakukan dengan pengujian urutan informasi positif-negatif dan negatif positif. Informasi dengan urutan itu biasa disebut sebagai informasi campuran. Dengan kasus yang sama dengan eksperimen pertama dan kedua, masing-masing kelompok mendapatkan informasi sekuensial bersifat campuran. Hasil eksperimen mereka menunjukkan bahwa keputusan partisipan yang menerima informasi ++-- menghasilkan penilaian yang lebih negatif dibandingkan kelompok partisipan yang menerima informasi --++.

Eksperimen keempat dilakukan dengan prosedur yang sama dengan eksperimen ketiga. Perbedaannya adalah pada kasus auditnya. Jika kasus eksperimen pertama, kedua, dan ketiga menggunakan kasus pemeriksaan catatan penggajian, kasus keempat menggunakan *setting* piutang. Secara umum kesimpulan yang dihasilkan dari eksperimen keempat ini sama dengan eksperimen ketiga. Terdapat bias resensi pada keputusan auditor.

Pada eksperimen kelima, partisipan diminta menginvestigasi saldo piutang pada klien audit. Mereka diminta untuk mereview pengendalian internal pada siklus pengumpulan piutang. Fokusnya adalah membandingkan keputusan auditor berbasis penyajian sekuensial dan simultan. Hasilnya menunjukkan dukungan terhadap bias urutan informasi ini.

Efek Pengalaman terhadap Resensi

Dalam publikasinya di artikel akademik bernama *Behavioral Research in Accounting* Trotman dan Wright berupaya menunjukkan bahwa akuntan akan mengalami efek resensi dalam revisi keyakinan mereka. Bias tersebut dianggap akan mempengaruhi efisiensi dan efektivitas keputusan. Studi mereka mengembangkan studi resensi sebelumnya. Mereka menggunakan tiga level pengalaman untuk menunjukkan adanya efek resensi dalam audit. Jika memang pengalaman akan mengurangi risiko bias keputusan dari kompleksitas informasi maka pengalaman audit bisa mengurangi terjadinya bias resensi.

Beberapa pemikiran yang muncul sebelum mereka berpendapat bahwa resensi bisa diantisipasi dengan

pengalaman. Bias resensi bisa muncul karena pengambil putusan tidak familiar terhadap informasi. Namun belum ada bukti kongkret yang komprehensif menunjukkan fenomena tersebut.

Menurut mereka, manager audit akan familiar dengan penugasan evaluasi pengendalian internal dan *going concern*. Sedangkan senior akan familiar dengan evaluasi internal control namun tidak pada kasus *going concern*. Yang terakhir, mahasiswa akuntansi tidak familiar dengan kedua kasus itu. Karena kasus *going concern* kompleks untuk senior dan mahasiswa akuntansi maka mereka memprediksikan akan terjadi efek resensi jika kasusnya kompleks.

Dalam artikel tersebut mereka membuat beberapa prediksi atas eksperimen yang akan mereka lakukan waktu itu. Prediksi ini disajikan dalam bentuk hipotesis.

H1: Keputusan mahasiswa dan auditor senior pada kasus *going concern* akan menunjukkan adanya efek resensi pada mode respon EoS dan SbS.

H2: Keputusan manager pada kasus going concern akan menunjukkan adanya efek resensi pada mode respon Sbs namun memiliki magnitude yang lebih rendah dibandingkan mahasiswa dan senior, serta mereka tidak terpengaruh efek resensi pada mode EoS.

H3: Keputusan mahasiswa pada kasus internal control akan menunjukkan adanya efek resensi pada mode respon EoS dan Sbs.

H4: Keputusan manager dan senior pada kasus internal control akan menunjukkan adanya efek resensi pada mode respon Sbs namun memiliki magnitude yang lebih rendah dibandingkan mahasiswa, serta mereka tidak terpengaruh efek resensi pada mode EoS.

Yang dimaksud mode respon Sbs adalah informasi sekuensial atau berurutan. Mode respon EoS adalah penyajian informasi yang dilakukan secara simultan atau

bersamaan. Pada hipotesis pertama mereka memprediksi bahwa mahasiswa dan auditor senior akan terkena bias resensi pada kasus *going concern*. Pada hipotesis kedua, mereka memprediksikan bahwa bias resensi manager lebih kecil daripada bias resensi mahasiswa dan auditor senior pada kasus *going concern*. Pada hipotesis ketiga, mereka memprediksikan bahwa bias resensi untuk kasus pengendalian internal hanya terjadi pada mahasiswa. Pada hipotesis keempat mereka memprediksikan bahwa pada kasus penilaian pengendalian internal bias resensi manager dan auditor senior lebih kecil dibandingkan bias resensi mahasiswa akuntansi .

Pada eksperimen tersebut, semua subyek mendapatkan dua kasus kompleks yang berbeda. Eksperimen dilakukan dengan dua bentuk response mode (EoS dan SbS) dan dua urutan informasi (positif dan negative) serta tiga level pengalaman (manager, auditor senior dan mahasiswa akuntansi).

Penugasan pertama adalah kasus *going concern* berdasarkan klien Big 6. Penilaian kecenderungan perusahaan akan melanjutkan eksistensinya untuk 1

tahun dibuat dengan skala 0 (tidak melanjutkan) sampai 100 (melanjutkan). Setiap subyek mendapatkan empat data, dua data mengarahkan pada kegagalan, dan dua data keberlanjutan. Subyek dengan mode response SbS (informasi sekuensial) membuat 5 penilaian, yaitu 1 penilaian awal dan 4 penilaian tambahan setelah mengevaluasi tiap bukti.

Kasus kedua adalah evaluasi pengendalian internal dengan siklus piutang. Area ini merupakan kasus umum bagi auditor. Subyek diminta menjawab kekuatan pengendalian internal dengan skala 0 (sangat lemah) sampai 100 (sangat kuat). Total penilaian ada lima, termasuk empat informasi yang berisi dua informasi kekuatan dan dua informasi kelemahan pengendalian internal.

Subyeknya adalah 48 senior dan 48 manager dari KAP Big 6 di Australia. Rata-rata pengalaman auditnya adalah 3.4 tahun untuk senior dan 6 tahun untuk manager. Juga 64 mahasiswa Australia yang sedang mengambil mata kuliah auditing. Seluruh subyek menyelesaikan bukti di bawah kondisi yang dikendalikan. Untuk auditor,

eksperimen dilakukan di suatu ruang beberapa KAP. Mereka semua ditugasi secara acak.

Secara umum hasilnya menunjukkan bahwa efek resensi terbesar adalah pada mahasiswa. Efek resensi yang terlemah ada pada manager. Hasil ini memberikan inspirasi bagi penelitian eksperimen lain untuk mempertimbangkan penggunaan partisipan sesuai pengalaman yang akan menjadi faktor penting.

Peran Review Terhadap Bias Resensi

Dalam publikasinya di artikel akademik bernama *Journal of Behavioral Decision Making*, Ashton dan Kennedy berupaya menunjukkan bahwa akuntan yang mengalami bias resensi bisa ditingkatkan kualitas keputusannya melalui upaya mitigasi. Jika Trotman dan Wright mengusulkan adanya pengalaman untuk mengurangi bias resensi, Ashton dan Kennedy menggunakan *self-review*.

Mereka berupaya menguji bias resensi dan mitigasinya dalam konteks evaluasi going concern dari suatu

penugasan audit oleh seseorang auditor. Keputusan ini merupakan keputusan penting dalam proses audit karena bias ini memiliki implikasi besar terhadap klien dan auditor sendiri.

Keputusan dalam audit umumnya dilakukan secara hirarki. Salah satu staf melakukan prosedur audit dasar dan mendokumentasikan bukti lalu membuat kesimpulan. Setelah itu mereka menyerahkan kertas kerja itu pada anggota tim yang lebih senior. Auditor yang masih junior masih rentan mengalami bias resensi. Informasi yang ada dalam kertas kerja itu merupakan refleksi dari penilaian auditor junior atas informasi sekuensial yang diterima. Efeknya, keputusan auditor senior akan terpengaruh hasil penilaian auditor juniornya yang kurang pengalaman. Untuk itu, diperlukan *self-review* guna meminimasi bias resensi. Atas dasar itulah studi Ashton dan Kennedy ini berfokus pada *self-review* sebagai metode sederhana untuk mengeliminasi atau mengurangi bias resensi.

Dalam eksperimennya, mereka menggunakan partisipan yang merupakan 135 staf auditor pada suatu KAP Big

Five yang mengikuti sesi pelatihan audit. Penugasan berhubungan dengan klien dalam industry telekomunikasi yang terdaftar di bursa, yang dinamakan TeleWest Company. Kasusnya berhubungan dengan pertimbangan *going concern*. Meskipun pertimbangan *going concern* dan pilihan laporan audit dibuat oleh senior, auditor staf biasanya mengumpulkan bukti pendukungnya.

Tiga kelompok partisipan menerima 12 item informasi, yaitu enam informasi negatif dan enam informasi positif. Setengah dari partisipan dalam masing-masing grup menerima informasi negatif diikuti informasi positif. Setengahnya menggunakan urutan informasi negatif diikuti informasi positif. Partisipan dari kelompok SbS (informasi sekuensial) dan *debiaser* (yang melakukan *self-review*) mereview 12 item (1 item per halaman) secara berurutan sedangkan kelompok EoS mereview 12 item dalam 1 halaman secara sekaligus. Pada kelompok *self-review* tersebut diperbolehkan membuat revisi keyakinan ketigabelas.

Hasil eksperimen mereka mendukung dampak urutan informasi sekuensial terhadap bias resensi. Resensi terjadi pada kelompok SbS, namun tidak terjadi pada kelompok EoS dan self-review. Khusus pada kelompok dengan penyajian informasi sekuensial, prosedurnya sama dengan kelompok self-review, namun keputusan berbeda. Artinya, prosedur *self-review* akan meminimasi bias resensi.

Keputusan Setelah Diskusi Kelompok

Jika eksperimen keputusan di bidang audit sebelumnya dilakukan di AS, maka studi ini juga bisa diadopsi dan dikembangkan di Indonesia. Dalam suatu laporan penelitian yang didanai oleh Hibah Dana Penelitian Dikti, Wijono, Utami dan Sulistiawan mengembangkan eksperimen resensi di bidang audit. Perbedaan utama dengan studi lainnya adalah studi ini menggunakan alat bantu keputusan berbasis web dan juga diskusi kelompok.

Mereka menggunakan kasus penilaian atas sistem pengendalian internal. Partisipan utama dari studi mereka adalah mahasiswa S-1 Akuntansi yang telah

lulus mata kuliah pengauditan dan sistem informasi akuntansi (SIA). Penggunaan mahasiswa akuntansi tingkat akhir ini memiliki beberapa alasan, yaitu:

1. Partisipan dianggap tidak bias karena mereka memiliki pengetahuan audit karena telah lulus mata kuliah audit,
2. Pengalaman yang minim merepresentasikan auditor junior yang bertugas melakukan penilaian pengendalian internal,
3. Penggunaan mahasiswa akuntansi semester akhir merupakan cerminan dari rekrutmen auditor magang yang dilakukan beberapa kantor akuntan publik (KAP),
4. Kasus yang diberikan tidak berbeda dengan panduan evaluasi pengendalian internal di berbagai buku teks akuntansi,
5. Mereka meyakini bahwa yang mengalami bias resensi tidak ada hanya partisipan dengan status mahasiswa, namun juga praktisi.
6. Tujuan utama studi mereka adalah mengevaluasi dampai diskusi kelompok

pada bias resensi. Hasil eksperimen harus menunjukkan bias resensi sehingga mereka bisa mengevaluasi dampak diskusi kelompok pada bias resensi. Jika menggunakan auditor berpengalaman, risikonya bias resensi tidak muncul sehingga diskusi kelompok tidak bisa diukur dampaknya.

Berikut ini adalah hasil pengujian bias resensi dalam eksperimen keputusan mereka. Secara umum hasilnya menunjukkan terjadinya bias resensi.

Tabel 3.1
Hasil eksperimen Wijono, Utami, dan Sulistiawan (2014)

	Pernyataan hipotesis	Hasil
Hipotesis 1	Urutan informasi konsisten positif (negatif) pada penyajian sekuensial akan menghasilkan keputusan penilaian pengendalian internal yang terlalu tinggi (rendah) dibandingkan dengan urutan informasi positif (negatif) pada penyajian simultan.	Sesuai prediksi
Hipotesis 2a	Grup dengan urutan informasi campuran positif-negatif (++++---) akan menghasilkan penilaian pengendalian internal yang lebih rendah daripada urutan informasi campuran negatif-positif (---+++) pada penyajian sekuensial.	Sesuai prediksi

Bias Resensi pada Auditor

Hipotesis 2b	Urutan informasi campuran (informasi positif yang diikuti negatif atau informasi negatif yang diikuti positif) akan menghasilkan keputusan akhir atas penilaian pengendalian internal yang berbeda antara grup sekuensial dan simultan.	Sesuai prediksi
--------------	---	-----------------

Pada hipotesis pertama, urutan informasi pada penyajian sekuensial dan simultan mempengaruhi keputusan. Pada urutan informasi positif, keputusan partisipan menjadi lebih tinggi pada urutan informasi sekuensial dibandingkan urutan informasi simultan. Pada hipotesis kedua, urutan informasi campuran akan menghasilkan keputusan yang berbeda bagi kelompok yang mendapatkan penyajian informasi sekuensial dan simultan. Hasil tersebut jelas mengkonfirmasi studi resensi sebelumnya.

Hal baru dalam studi Wijono, Utami, dan Sulistiawan adalah penggunaan diskusi kelompok. Hasilnya menunjukkan bahwa diskusi kelompok akan memperbaiki keputusan untuk informasi negatif diikuti positif, namun diskusi kelompok akan meningkatkan terjadinya bias resensi. Studi tersebut menunjukkan bahwa saat informasi positif dibobot lebih besar maka

diskusi kelompok menjadi berguna, namun ketika informasi negatif dibobot lebih besar maka diskusi kelompok justru akan memperburuk kualitas keputusan.

Bagaimana Eksperimen Bias Resensi dalam Audit Dilakukan?

Untuk melengkapi pembahasan, penjelasan bias resensi tidak hanya dijelaskan konsep dan hasil penelitian bias resensi dalam audit saja. Teknik melakukan penelitian bias resensi di bidang audit juga disajikan. Desain eksperimennya disajikan sebagai berikut.

Penentuan partisipan

Partisipan utama dari studi ini adalah mahasiswa S-1 Akuntansi yang telah lulus mata kuliah pengauditan dan sistem informasi akuntansi (SIA). Penggunaan mahasiswa akuntansi tingkat akhir dianggap tidak bias karena alasan sebagai berikut.

1. Partisipan memiliki pengetahuan audit dan SIA karena telah lulus mata kuliah audit dan SIA,
2. Partisipan merepresentasikan auditor junior yang bertugas melakukan atas suatu

- penilaian pengendalian internal dalam perusahaan,
3. Partisipan merupakan cerminan dari karyawan yang direkrut oleh kantor akuntan publik (KAP) dalam program magang,
 4. Penyajian informasi dalam eksperimen tidak berbeda dengan materi evaluasi pengendalian internal dalam berbagai buku akuntansi,
 5. Partisipan dengan berbagai status, baik praktisi, auditor dan investor saham juga mengalami bias resensi (Trotman dan Wright, 1996; Libby dan Tan, 1999; Pinsker, 2011;).

Disain Eksperimen

Eksperimen diawali dengan menyusun materi eksperimen berdasarkan riset terdahulu dan diskusi dengan auditor profesional agar instrumen yang disusun sesuai dengan kondisi dalam praktik audit. Tahapan berikutnya adalah menyusun manual sistem informasi sebagai instrumen eksperimen. Uji pilot dilakukan secara bertatap muka pada beberapa mahasiswa dan auditor baik di Salatiga maupun Yogyakarta. Hasil

masukannya saat uji pilot digunakan untuk memperbaiki *web* sampai siap digunakan untuk eksperimen utama. Tahap eksperimen utama dilakukan *online* dengan pengujian eksperimen berbasis *web* bagi mahasiswa S-1 tingkat akhir dan auditor junior di STIE YKPN Yogyakarta dan di UKSW Salatiga.

Eksperimen ini menggunakan empat grup partisipan dan dua penugasan. Matriks eksperimen disajikan pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 3.2
Matriks Eksperimen

	Grup 1	Grup 2	Grup3	Grup 4
Urutan informasi pada penugasan individual (dan grup)	++++-- Berurutan	----++ berurutan	++++-- serentak	----++ serentak

Tahapan eksekusi eksperimen meliputi tiga tahapan. Tahap pertama adalah tahap pengenalan dan pengantar. Pada tahap kedua, prosedur penyajian secara berurutan

dan prosedur penyajian secara serentak. Di tahap ketiga, pelaksanaan penugasan grup dan diakhiri dengan penutupan.

Adapun prosedur penyajian informasi yang bersifat berurutan adalah sebagai berikut.

1. Penjelasan gambaran perusahaan secara umum. Pada bagian ini partisipan diminta memberikan penilaian awal mengenai pengendalian internal klien dari nilai 0 (nol) sampai 100 (seratus). Nilai 100 untuk kondisi yang sangat baik dan nilai 0 untuk kondisi yang sangat buruk. Waktu dialokasikan adalah lima menit.
2. Setelah memberikan penilaian, partisipan diberikan bukti pertama sampai dengan keenam. Waktu yang dibutuhkan untuk setiap informasi yang disajikan secara berurutan adalah empat menit.
3. Penugasan pertama identik dengan penugasan kedua, hanya keputusannya adalah setelah mendapatkan masukan dari kelompoknya masing-masing. Prosedur eksperimen ini menginteraksikan metoda Ashton dan Kennedy

(2002) tentang review mandiri dan Arnold *et al.*

(2000) tentang penugasan dalam kelompok.

Adapun prosedur penyajian bukti simultan adalah sebagai berikut:

1. Penjelasan gambaran perusahaan secara umum.
Pada bagian ini partisipan diminta memberikan penilaian awal mengenai pengendalian internal klien dari nilai 0 (nol) sampai 100 (seratus). Nilai 100 untuk kondisi yang sangat baik dan nilai 0 untuk kondisi yang sangat buruk. Waktu dialokasikan adalah lima menit.
2. Informasi positif ataupun negatif disajikan secara serentak dalam satu lembar.
3. Setelah para partisipan menyelesaikan pekerjaannya, mereka dibentuk dalam kelompok kecil. Partisipan tersebut diminta mengerjakan ulang penugasan yang sama dengan sebelumnya setelah mendapatkan masukan dari kelompoknya.

Pada akhir eksperimen, peserta mendapatkan kompensasi berupa pulsa senilai Rp 20.000,00. Pemberian kompensasi ini juga dilakukan untuk

meningkatkan realitas fenomena. Hal ini dilakukan juga oleh Arnold (2000).

Adapun jenis informasi positif dan negatif yang digunakan dalam eksperimen ini disajikan pada bagian berikut. Tampilan untuk setiap informasi adalah tampilan layar pada monitor eksperimen.

Informasi pertama sampai dengan ketiga adalah contoh informasi negatif. Informasi keempat sampai dengan keenam adalah contoh informasi positif. Bagian terakhir adalah keputusan final.

Informasi 1

Karyawan pada bagian lain, bisa keluar masuk gudang tanpa ijin dari manager gudang.

PENDAPAT ANGGOTA:

User 1 : Baik, Sedang, Buruk,

Alasan:

User 2 : Baik, Sedang, Buruk,

Alasan:

User 3 : Baik, Sedang, Buruk,

Alasan:

JAWABAN FINAL ANDA:

Berdasarkan diskusi di atas, seberapa besar Anda akan menilai perubahan nilai SPI Persediaan pada PT HARAPAN UTAMA. Informasi yang buruk akan mengurangi nilai SPI Persediaan dan informasi yang baik akan meningkatkan nilai SPI Persediaan.

(tuliskan angka yang menurut Anda paling tepat antara minus 10 sampai dengan plus 10)

Silakan isikan Angka Anda disini

Berdasarkan informasi di atas, nilai SPI yang Anda tetapkan adalah

0 (sangat buruk)

100 (sangat baik)

Bias Resensi pada Auditor

(tuliskan angka yang menurut Anda paling tepat antara 0 sampai dengan 100)

Silakan isikan Angka Anda disini

Informasi 2

Retur persediaan dari pelanggan tidak tercatat di sistem informasi persediaan.

PENDAPAT ANGGOTA:

User 1 : Baik, Sedang, Buruk,

Alasan:

User 2 : Baik, Sedang, Buruk,

Alasan:

User 3 : Baik, Sedang, Buruk,

Alasan:

JAWABAN FINAL ANDA:

Berdasarkan diskusi di atas, seberapa besar Anda akan menilai perubahan nilai SPI Persediaan pada PT HARAPAN UTAMA. Informasi yang buruk akan mengurangi nilai SPI Persediaan dan informasi yang baik akan meningkatkan nilai SPI Persediaan.

(tuliskan angka yang menurut Anda paling tepat antara minus 10 sampai dengan plus 10)

Silakan isikan Angka Anda disini

Berdasarkan informasi di atas, nilai SPI yang Anda tetapkan adalah

Bias Resensi pada Auditor

0 (sangat buruk)

100 (sangat baik)

(tuliskan angka yang menurut Anda paling tepat antara 0 sampai dengan 100)

Silakan isikan Angka Anda disini

Informasi 3

Barang yang datang dari produsen, langsung disimpan dalam gudang tanpa dilakukan pengecekan kuantitas dan kualitasnya.

PENDAPAT ANGGOTA:

User 1 : Baik, Sedang, Buruk,

Alasan:

User 2 : Baik, Sedang, Buruk,

Alasan:

User 3 : Baik, Sedang, Buruk,

Alasan:

JAWABAN FINAL ANDA:

Berdasarkan diskusi di atas, seberapa besar Anda akan menilai perubahan nilai SPI Persediaan pada PT HARAPAN UTAMA. Informasi yang buruk akan mengurangi nilai SPI Persediaan dan informasi yang baik akan meningkatkan nilai SPI Persediaan.

(tuliskan angka yang menurut Anda paling tepat antara minus 10 sampai dengan plus 10)

Silakan isikan Angka Anda disini

Berdasarkan informasi di atas, nilai SPI yang Anda tetapkan adalah

0 (sangat buruk)

100 (sangat baik)

Bias Resensi pada Auditor

(tuliskan angka yang menurut Anda paling tepat antara 0 sampai dengan 100)

Silakan isikan Angka Anda disini

Informasi 4

Pencatatan persediaan menggunakan teknologi informasi berbasis web yang bisa menghasilkan laporan stok barang dengan tepat dan cepat.

PENDAPAT ANGGOTA:

User 1 : Baik, Sedang, Buruk,

Alasan:

User 2 : Baik, Sedang, Buruk,

Alasan:

User 3 : Baik, Sedang, Buruk,

Alasan:

JAWABAN FINAL ANDA:

Berdasarkan diskusi di atas, seberapa besar Anda akan menilai perubahan nilai SPI Persediaan pada PT HARAPAN UTAMA. Informasi yang buruk akan mengurangi nilai SPI Persediaan dan informasi yang baik akan meningkatkan nilai SPI Persediaan.

(tuliskan angka yang menurut Anda paling tepat antara minus 10 sampai dengan plus 10)

Silakan isikan Angka Anda disini

Berdasarkan informasi di atas, nilai SPI yang Anda tetapkan adalah

0 (sangat buruk)

100 (sangat baik)

Bias Resensi pada Auditor

(tuliskan angka yang menurut Anda paling tepat antara 0 sampai dengan 100)

Silakan isikan Angka Anda disini

Informasi 5

Otorisasi pengiriman barang hanya bisa dilakukan oleh pejabat yang berwenang.

PENDAPAT ANGGOTA:

User 1 : Baik, Sedang, Buruk,

Alasan:

User 2 : Baik, Sedang, Buruk,

Alasan:

User 3 : Baik, Sedang, Buruk,

Alasan:

JAWABAN FINAL ANDA:

Berdasarkan diskusi di atas, seberapa besar Anda akan menilai perubahan nilai SPI Persediaan pada PT HARAPAN UTAMA. Informasi yang buruk akan mengurangi nilai SPI Persediaan dan informasi yang baik akan meningkatkan nilai SPI Persediaan.

(tuliskan angka yang menurut Anda paling tepat antara minus 10 sampai dengan plus 10)

Silakan isikan Angka Anda disini

Berdasarkan informasi di atas, nilai SPI yang Anda tetapkan adalah

0 (sangat buruk)

100 (sangat baik)

Bias Resensi pada Auditor

(tuliskan angka yang menurut Anda paling tepat antara 0 sampai dengan 100)

Silakan isikan Angka Anda disini

Informasi 6

Seluruh faktur dan dokumen pengiriman barang bernomor urut secara otomatis (terkomputerisasi).

PENDAPAT ANGGOTA:

User 1 : Baik, Sedang, Buruk,

Alasan:

User 2 : Baik, Sedang, Buruk,

Alasan:

User 3 : Baik, Sedang, Buruk,

Alasan:

JAWABAN FINAL ANDA:

Berdasarkan diskusi di atas, seberapa besar Anda akan menilai perubahan nilai SPI Persediaan pada PT HARAPAN UTAMA. Informasi yang buruk akan mengurangi nilai SPI Persediaan dan informasi yang baik akan meningkatkan nilai SPI Persediaan.

(tuliskan angka yang menurut Anda paling tepat antara minus 10 sampai dengan plus 10)

Silakan isikan Angka Anda disini

Berdasarkan informasi di atas, nilai SPI yang Anda tetapkan adalah

0 (sangat buruk)

100 (sangat baik)

Bias Resensi pada Auditor

(tuliskan angka yang menurut Anda paling tepat antara 0 sampai dengan 100)

Silakan isikan Angka Anda disini

NILAI AKHIR SISTEM PENGENDALIAN
INTERNAL PERSEDIAAN

Secara keseluruhan, bagaimana pengendalian internal untuk sistem persediaan PT HARAPAN UTAMA?

0 (sangat buruk)

100 (sangat baik)

0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----

Contoh yang disajikan di atas adalah contoh dengan urutan informasi ---+++. Pada urutan informasi +++--- informasi pertama digeser menjadi informasi keempat, informasi kedua digeser menjadi informasi kelima dan informasi ketiga digeser menjadi informasi keenam.

MENGALAHKAN DIRI SENDIRI

Ada petuah bijak mengatakan ‘kekuatan terbesar yang dimiliki oleh setiap orang bukanlah kekuatan untuk mengalahkan orang lain, melainkan mengalahkan diri sendiri.’ Saya benar-benar terkesan dengan pernyataan itu, sekaligus memberikan apresiasi yang sangat luar biasa kepada penemuan tersebut. Pastilah orang itu sangat bijak dan baik budi pekertinya.

Hampir setiap hari kita memiliki ketakutan, dan dalam banyak hal ketakutan itu membuat kita cemas. Menurut Napoleon Hill, seorang kakek moyang penulis buku motivasi, ada 6 jenis ketakutan yang umumnya menghantui manusia, yaitu takut miskin, takut dikritik, takut sakit, takut kehilangan cinta, takut menjadi tua, dan takut kematian.

Apapun jenis ketakutan kita, hal tersebut akan memberikan kecemasan pada kita. Namun kecemasan yang berlebihan adalah sebuah cara berpikir yang negative, kita yang menciptakannya. Lalu, bagaimana mengantisipasinya? Jawabannya adalah, gampang-gampang susah, karena kuncinya pada diri kita sendiri. Setiap orang dapat mengendalikan pikiran. Semakin baik pengendalian pikiran kita, semakin kecil kegelisahan kita. Cara mudah dan manjur mengalahkan kecemasan tersebut adalah berdoa kepada Tuhan. Mintalah petunjukNya dan percayalah bahwa Dia akan memberikan yang terbaik. Berdoa sangat baik bagi perkembangan positif kita, karena akan memberikan ketenangan jiwa. Keputusan yang kita ambil akan lebih baik ketika kita berpikir jernih. Setiap orang di dunia ini ingin sukses, maka kedamaian hati adalah hal yang perlu kita dapatkan terlebih dahulu. Berdoalah, maka Anda akan mendapatkannya.

Ada satu kata indah yang sangat saya suka, ‘kerjakanlah apa yang bisa kamu kerjakan, dan biarkanlah Dia menyelesaikan yang tidak sanggup kamu selesaikan.’ Itulah yang namanya mukjijat, dan mukjijat itu akan datang jika kamu benar-benar memimpikannya. Mukjijat itu diusahakan, maksudnya adalah Anda tidak cukup hanya berdoa tapi tidak bekerja untuk mendapatkannya. Anda pasti mendapatkan apa yang Anda inginkan jika Anda berjuang meski kelihatannya sia-sia.

Beethoven telah membuktikannya. Dia adalah seseorang yang tuli namun berhasil music klasik abadi yang dimainkan sepanjang masa Shakespeare, seorang lumpuh yang sangat terkenal karena naskahnya. Mereka telah membuktikan bahwa mereka menjadi legenda dan orang sukses, bukan karena mengalahkan orang lain, melainkan berhasil mengalahkan diri mereka dari keterbatasan mereka.

Bagaimana dengan Anda? Anda pasti bisa lebih hebat dari mereka, jika Anda mau. Bekerja keraslah, belajar segala hal, dan kalahkan ketakutan dalam diri Anda, selanjutnya biarkan Dia bekerja untuk menyelesaikan sesuatu yang kelihatannya tidak mungkin.

Saya memiliki satu jawaban terakhir untuk mengalahkan diri sendiri, yaitu hasrat yang membara (keinginan yang sangat besar) dari setiap orang akan mampu mengalahkan ketakutan-ketakutan yang ada.

Banyak orang sukses sudah membuktikannya, dan saya yakin Anda juga.

Penulis: Dedhy Sulistiawan (Motivasi untuk StartUp)

BAB 4

BIAS RESENSI PADA INVESTOR SAHAM

**“Masa depan adalah milik mereka yang telah
menyiapkannya hari ini”**

Pembaca bab keempat buku ini diharapkan mampu memahami dan menganalisis terjadinya bias resensi pada investor saham. Pembaca juga diharapkan mampu menganalisis strategi terbaik perusahaan dalam mengumumkan berita baik dan buruk bagi para investornya.

PENTINGNYA MEMAHAMI BIAS RESENSI DI PASAR MODAL

Bias resensi terjadi ketika seseorang cenderung membobot informasi terakhir dibandingkan informasi sebelumnya. Hal itu terjadi karena keterbatasan rasionalitas pada manusia. Konsep penting dari permasalahan bias resensi telah dibahas di bab sebelumnya yang membahas dalam konteks pengauditan. Fokus pembahasan bab ini adalah mengembangkan diskusi mengenai bias resensi dalam konteks pasar modal.

Pengguna utama informasi akuntansi di pasar modal adalah investor saham. Hal ini juga didukung dalam Kerangka Kerja Penyusunan Laporan Keuangan yang dituliskan dalam Standar Akuntansi Keuangan (SAK) Indonesia. Salah satu tujuan utama dari laporan keuangan adalah menyajikan informasi yang relevan bagi pemegang saham dan investor.

Di pasar modal, setiap hari investor berhadapan dengan munculnya informasi baru. Informasi tersebut muncul

dari berbagai sumber, mulai dari radio, televisi, surat kabar, rekomendasi broker, informasi bursa, maupun berbagai sumber dari internet. Beragamnya media teknologi informasi ini menstimulasi munculnya lebih banyak informasi baru. Kemunculan informasi tersebut jarang bersifat simultan atau serentak. Umumnya, informasi tersebut diterima oleh investor secara berurutan.

Dari runtutan informasi yang bersifat sekuensial ini, investor harus mengambil keputusan secepat mungkin. Kondisi tersebut menciptakan bias dalam keputusan investor. Padahal tuntutan kecepatan informasi membuat informasi menjadi lebih terlihat kompleks. Ditambah lagi, risiko dan ketidakpastian selalu menyertai setiap keputusan investor di bursa saham. Kombinasi antara ketidakpastian dan kompleksitas informasi semakin memicu terjadinya bias keputusan. Keputusan investasi umumnya didasarkan pada informasi yang diterima investor dari emiten. Informasi pada situs emiten dan Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah salah satu informasi terpercaya. Perusahaan berlomba mengungkapkan informasi kepada publik

untuk menurunkan risiko estimasi bagi investor. Pengungkapan perusahaan tersebut sangat mempengaruhi risiko perdagangan investor dengan berita baik dan buruk yang secara sukarela diungkapkan pada situs mereka atau pengumuman resmi bursa. Pengungkapan tidak selalu dari pengungkapan laporan keuangan tahunan ataupun kuartalan, namun juga pengungkapan harian yang biasanya disajikan di situs BEI. Pengungkapan ini biasanya berupa informasi yang kecil dan bersifat sekuensial. Informasi yang bersifat sekuensial inilah yang akan mengakibatkan bias resensi.

Berita baik diikuti berita buruk akan menghasilkan bias keputusan dari investor untuk bereaksi lebih besar pada berita buruk. Sebaliknya, berita buruk diikuti berita baik akan menghasilkan bias keputusan dari investor untuk bereaksi lebih besar pada berita baik.

Akibatnya, reaksi atas berita baik diikuti berita buruk akan membuat penurunan harga. Reaksi atas berita buruk diikuti berita baik akan menghasilkan kenaikan harga saham. Reaksi tersebut biasa dinamakan sebagai bias resensi. Bias yang disebabkan karena urutan informasi.

Adanya bias resensi ini tidak hanya memengaruhi investor tapi juga bisa memengaruhi strategi perusahaan dalam memublikasikan pengungkapannya. Perusahaan memiliki insentif untuk menggabungkan banyak berita baik dan buruk bersama dalam arah yang konsisten dan mengungkapkannya secara sekuensial atau bersama-sama dalam rangka mengurangi risiko volatilitas ataupun penurunan harga saham. Artinya, strategi pengumuman dan pengungkapan informasi kepada publik bisa diatur oleh perusahaan untuk mendapatkan respon investor seperti yang mereka rencanakan.

Sehubungan dengan kebutuhan investor yang semakin menuntut relevansi informasi, maka pengelola bursa umumnya akan senantiasa berupaya meningkatkan kualitas dan kecepatan penyampaian informasi kepada publik. Informasi akuntansi tidak lagi disajikan secara simultan berbentuk kumpulan banyak informasi dalam satu waktu. Informasi akuntansi disajikan secara berurutan sehingga investor akan menerima banyak informasi dalam runtutan informasi yang disajikan berurutan.

Eksperimen Resensi pada Investor Saham

Accounting, Organization and Society (AOS) adalah salah satu jurnal akademik papan atas di bidang akuntansi. Tuttle, Coller, dan Burton berhasil mempublikasikan artikel mereka di AOS karena dianggap memiliki implikasi pada perkembangan bias keputusan bernama resensi di pasar modal. Mereka membahas tentang pengujian efek resensi terhadap harga pasar saham dalam sebuah eksperimen pelelangan ganda.

Secara esensial, artikel ini menguji validitas deskriptif dari hipotesis pasar efisien dengan hipotesis alternatif. Teori pasar efisien mengasumsikan bahwa pelaku pasar bersikap rasional. Mereka dianggap memiliki informasi dan menggunakannya secara tepat.

Tuttle, Coller, dan Burton berupaya menunjukkan bahwa investor tidak rasional. Mereka berargumen bahwa pasar merupakan tempat untuk memroses informasi yang efisien, namun manusia bukanlah bagian dari pihak yang memroses informasi secara efisien. Riset psikologi telah banyak menunjukkan adanya bias

dalam keputusan tersebut. Mereka merefer pandangan Tvesky dan Kahneman yang menunjukkan bahwa seseorang mendasarkan keputusan pada kecenderungan dengan kesamaan dengan bukti terbaru.

Meskipun banyak penentang teori pasar efisien, tidak semua pihak menyetujui argumen tersebut. Beberapa pihak membuat argumen untuk membela ide efisiensi pasar dengan beberapa alasan. Alasannya adalah sebagai berikut.

- (1) partisipan memiliki cukup insentif dan pengalaman untuk menghindari kesalahan,
- (2) kesalahan acak seseorang terhapus,
- (3) hanya sedikit pelaku rasional yang dibutuhkan untuk membuat pasar rasional,
- (4) tindakan pelaku yang tidak rasional cenderung belajar dan mengikuti tindakan rasional,
- (5) Agen yang kurang rasional digerakkan oleh pasar.

Untuk menjawab perdebatan tersebut, Tuttle dan timnya membuat eksperimen guna memberikan bukti tentang proses keputusan di pasar modal. Pada eksperimen ini,

partisipan memperdagangkan saham perusahaan fiktif selama lima perioda perdagangan ketika informasi relevan perusahaan secara publik diumumkan di masing-masing perioda perdagangan. Kelompok partisipan diberi dua informasi yang mengandung berita baik dan dua yang berisi berita buruk dengan urutan yang berbeda untuk kedua kelompok. Jika pasar efisien, maka penilaian akhir seharusnya tidak berbeda. Riset ini bisa dikatakan merupakan riset penting karena (1) berkontribusi pada penentuan kondisi pasar, (2) berkontribusi pada literatur revisi keyakinan, (3) perusahaan dan investor berharap bisa mengetahui efek dari urutan informasi pada harga saham untuk kepentingan mereka masing-masing.

Eksperimen dilakukan dengan software yang dikembangkan oleh *The University of Arizona's Economic Sciences Laboratory*. Setiap eksperimen terdiri dari empat ronde dan enam investor saham. Masing-masing investor dapat melakukan permintaan dan penawaran saham. Selama masing-masing ronde perdagangan dilakukan dalam perusahaan yang terpisah. Ronde 1 untuk perusahaan A, ronde 2 untuk perusahaan

B, ronde 3 untuk perusahaan C, dan ronde empat untuk perusahaan D.

Pada awal eksperimen, subyek pada masing-masing perusahaan diberi US\$30 (*experimental dollars*) dan dua saham. Informasi deviden final pada akhir perdagangan untuk masing-masing perusahaan yang nilainya tergantung sifat informasinya. Nilainya berkisar US\$4-US\$20.

Informasi berita baik dan berita buruk yang disampaikan kepada partisipan yang menjadi investor dalam eksperimen tersebut disajikan di Tabel 4.1. Informasi yang disajikan tersebut merupakan representasi informasi pengungkapan emiten.

Dalam eksperimen Tuttle dan rekan-rekannya, partisipan dipisah menjadi dua kelompok. Dalam eksperimen, informasi yang diberikan pada kelompok 1 dan 2 adalah sama untuk perusahaan A (ronde 1) dan B (ronde 2). Pada kelompok 1 di perusahaan C informasi yang disajikan adalah informasi positif diikuti negatif, sedangkan kelompok 2 di perusahaan C menerima

informasi negatif diikuti informasi positif. Kelompok 1 di perusahaan D menerima informasi negatif diikuti informasi positif, sebaliknya kelompok 2 di perusahaan D menerima informasi positif diikuti informasi negatif. Gambaran mengenai distribusi informasinya disajikan di Tabel 4.2.

Tabel 4.1
Informasi dalam eksperimen Tuttle, Coller, dan Burton

Berita Baik (Buruk)	Informasi
+1	Terjadi penurunan harga bahan bakar sehingga biaya kirim lebih rendah daripada yang diharapkan. Biaya kirim memiliki porsi besar dalam pengeluaran biaya operasional perusahaan. Penurunan harga tersebut akan meningkatkan kinerja perusahaan.
+2	Beberapa kompetitor utama perusahaan memiliki fasilitas manufaktur di area X. Saat ini badai tropis melanda area tersebut sehingga menyebabkan fasilitas yang ada di area X tidak berjalan. Lokasi perusahaan berada diluar area X. Kondisi tersebut membuat perusahaan mampu memenuhi kebutuhan pasar dari penjualan yang tidak dilakukan competitor.
+3	Pemasok perusahaan mengurangi biaya komponen utama dari produk utama perusahaan. Hal ini diharapkan dapat

Bias Resensi pada Investor Saham

	menurunkan biaya produk secara substansial.
+4	Perusahaan baru saja memperkenalkan produk baru yang sangat penting. Kompetitor tidak memiliki versi yang sama dengan produk yang akan dirilis tahun depan. Hal ini membuat perusahaan mengharapkan peningkatan penjualan dari pasar.
-5	Pelanggan utama perusahaan mengalami kebangkrutan. Perusahaan memiliki tagihan sebesar 15% dari total piutang.
-6	Pesaing memperkenalkan produk baru. Perusahaan belum siap untuk membuat produk dengan kualitas yang sama. Konsekuensinya, perusahaan mungkin akan kehilangan pangsa pasar yang besar.
-7	Perusahaan baru saja dipaksa untuk memperbaiki ulang produk pada model terbarunya yang terlanjur beredar di pasar untuk diperbaiki.
-8	Bagian penting dari produk utama perusahaan tidak dapat diproduksi karena pemasok tidak bisa memenuhi permintaan perusahaan. Kondisi ini akan mengurangi penjualan perusahaan.

Tabel 4.2
Distribusi informasi untuk kelompok 1 dan 2
dalam eksperimen Tuttle, Coller, dan Burton

Perusahaan/ Ronde	Perioda	Informasi	
		Kelompok 1	Kelompok 2
A	1	+3	+3
	2	-5	-5
	3	+1	+1
	4	+4	+4
	Kesimpulan	Tidak terdapat perbedaan keputusan	

Bias Resensi pada Investor Saham

B	1	-7	-7
	2	+2	+2
	3	-6	-6
	4	-8	-8
	Kesimpulan	Tidak terdapat perbedaan keputusan	
C	1	+1	-5
	2	+2	-6
	3	-5	+1
	4	-6	+2
	Kesimpulan	Terdapat bias resensi	
D	1	-7	+3
	2	-8	+4
	3	+3	-7
	4	+4	-8
	Kesimpulan	Terdapat bias resensi	

Dari Tabel 4.2, distribusi informasi positif dan negatif disajikan. Pada kasus perusahaan A dan B, kelompok 1 dan 2 mendapatkan informasi yang sama dan urutan yang sama. Seharusnya informasi yang mereka terima juga tidak berbeda. Informasi yang mereka terima adalah +3,-5, +1, dan +4. Hasil eksperimen tersebut ternyata sesuai dengan ekspektasi. Kasus pada perusahaan C dan D menunjukkan bahwa urutan informasi akan mempengaruhi bagaimana investor bertransaksi saham. Pada kasus perusahaan C kelompok 1 menilai lebih rendah saham C dan kelompok 2 menilai lebih tinggi perusahaan C. Sebaliknya, pada kasus perusahaan D, kelompok 1 cenderung menilai lebih

tinggi perusahaan D dan kelompok 2 cenderung menilai lebih rendah perusahaan D.

Secara keseluruhan, eksperimen ini mendukung terjadinya bias keputusan di pasar modal. Informasi pengungkapan perusahaan yang terakhir yang lebih dibobot dibandingkan informasi sebelumnya. Jika pelaku pasar rasional maka seharusnya partisipan di pasar modal hanya membobot informasi dari substansinya, bukan urutan informasinya.

Bias Resensi Pada Berita Negatif yang Diawali Peringatan

Libby dan Tan (1999) mempublikasikan sebuah artikel hasil penelitian mereka. Dalam artikel tersebut mereka melihat fenomena pengumuman kejutan laba negatif yang diawali dengan peringatan sebelum pengumuman formal. Kejutan laba negatif adalah berita buruk dan biasanya direaksi secara negatif oleh pelaku pasar.

Penelitian sebelum mereka menemukan bahwa perusahaan yang mengeluarkan peringatan sebelum kejutan laba negatif mendapatkan reaksi harga lebih

negatif dibandingkan perusahaan yang mengumumkan kejutan laba negatif tanpa peringatan sebelumnya.

Jika riset di atas tidak menggunakan ramalan analis, maka studi Libby dan Tan menggunakan reaksi analis dalam suatu eksperimen di laboratorium. Partisipannya adalah analis saham. Analis adalah partisipan di pasar modal yang dianggap lebih berpengetahuan daripada kebanyakan investor. Pada studinya, Libby dan Tan berupaya menguji apakah mereka mampu mengatasi bias keputusan dalam kondisi ketidakpastian. Bias ini mungkin akan muncul karena pergerakan harga saham di pasar modal adalah lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian.

Studi Libby dan Tan menggunakan desain eksperimen untuk menguji apakah pada kondisi perusahaan yang mendapatkan peringatan sebelumnya mempengaruhi estimasi analis tentang laba mendatang. Kondisi yang dimaksud adalah peringatan yang bersifat simultan dan sekuensial. Penelitian ini menginvestigasi reaksi analis pada peringatan kualitatif dari penurunan laba.

Perusahaan melakukan peringatan karena manager memiliki motif, Motif pertamanya adalah mengurangi risiko tuntutan pemegang saham. Yang kedua, manager berupaya menjaga reputasi yang baik dengan analisis. Dengan memberikan peringatan sebelum berita buruk diharapkan manager dan perusahaan bisa mendapatkan pengampunan pasar. Efeknya, analisis akan memberikan premi dalam proses penilaian saham pada perusahaan-perusahaan yang memberikan peringatan.

Berdasarkan fenomena tersebut, kondisi yang terjadi berhubungan dengan distribusi informasi yang bersifat sekuensial. Informasi yang berurutan tersebut adalah informasi peringatan dan informasi kejutan laba. Pada informasi berurutan pada berita yang buruk, reaksinya akan lebih negatif karena adanya pengulangan berita negatif. Hal ini tanpa sadar tidak akan diterima oleh analisis karena mereka menerima informasi tersebut secara berurutan.

Analisis saham adalah contoh partisipan pasar yang berpengalaman. Meskipun mereka tidak secara langsung membeli, namun rekomendasi analisis akan menstimulasi investor lain untuk membeli atau menjual

sahamnya. Informasi mereka bisa sangat diperhatikan karena lingkungan di pasar modal memiliki ketidakpastian yang sangat tinggi. Kondisi ketidakpastian ini memicu bias keputusan.

Mereka membuat prediksi atas eksperimen mereka. Prediksi tersebut dinyatakan dalam bentuk hipotesis. Hipotesis pertama dalam studi Libby dan Tan menyatakan bahwa analis dalam kondisi mendapatkan peringatan simultan akan membuat estimasi lebih tinggi pada laba perioda mendatang daripada kelompok yang mendapatkan kondisi tanpa peringatan. Analis akan memberikan diskon atas harga saham perusahaan yang menyampaikan berita buruk, namun tidak memberikan peringatan sebelumnya. Efeknya, nilai wajar akan dibuat rendah. Jika nilai pasar jauh di atas nilai wajar versi analis maka analis akan merekomendasikan jual. Sebaliknya, jika pasar jauh di bawah nilai wajar versi analis maka analis akan merekomendasikan beli.

Hipotesis kedua dalam studi Libby dan Tan ini adalah tentang bagaimana analis dalam kondisi peringatan sekuensial akan membuat estimasi lebih rendah pada

laba perioda mendatang daripada kondisi peringatan simultan. Pada hipotesis inilah alasan kenapa pada pemberian informasi yang berurutan kepada analis akan menghasilkan bias resensi. Informasi negatif diterima dua kali. Hal ini membuat nilai estimasi analis lebih rendah dari nilai wajarnya. Informasi yang disajikan berurutan akan dibobot lebih besar daripada informasi yang disajikan secara simultan. Dalam hal ini peringatan dan berita buruk dari perusahaan adalah informasi negatif, sehingga bobot negatifnya akan lebih besar pada penyajian informasi berurutan.

Hipotesis ketiga dari artikel Libby dan Tan menyatakan bahwa analis dalam kondisi peringatan sekuensial akan membuat estimasi lebih rendah pada laba perioda mendatang daripada kondisi tanpa peringatan. Pada bagian ini, analis kelompok pertama menerima peringatan dan kejutan laba secara sekuensial. Analis pada kelompok kedua tidak menerima peringatan, hanya kejutan laba negatif saja. Analis yang menerima keduanya akan lebih merespon informasi negatif tersebut. Estimasi labanya akan lebih rendah dibandingkan analis yang menerima hanya satu

informasi saja tanpa peringatan. Dalam kasus ini, analis tidak memberikan *reward* kepada perusahaan karena mereka terkena dampak dari bias resensi.

Dari prediksi mereka di hipotesis pertama, mereka meyakini perusahaan yang memberikan peringatan akan diberikan *reward* oleh analis. Analis menilai laba mereka lebih tinggi daripada ketika mereka tidak memberikan peringatan akan kejutan laba yang buruk. Pada hipotesis kedua, analis menerima peringatan dan kejutan laba negatif. Kelompok analisis yang menerima informasi tersebut secara sekuensial akan lebih bereaksi negatif. Dalam hal ini mereka akan cenderung untuk membuat estimasi laba mendatang lebih rendah dibandingkan kelompok analis yang menerima keduanya secara bersamaan.

Untuk menjawab tujuan studi tersebut, Libby dan Tan menggunakan metoda eksperimen. Peserta eksperimen tersebut diikuti oleh 28 orang analis dengan rata-rata pengalaman 2,8 tahun. Selama eksperimen salah satu penulisnya mengelola eksperimen ini. Karyawan senior menemani dan menjelaskan pentingnya proyek ini. Para

analisis secara random ditugasi satu dari tiga jenis eksperimen, yaitu: tanpa peringatan, peringatan dan sekuensial, dan peringatan dan simultan.

Pada kondisi tanpa peringatan, partisipan diberikan informasi laba dengan nilai yang jauh di bawah estimasi analisis. Setelah itu mereka diminta membuat estimasi laba per saham (earnings per share/EPS) untuk periode dua tahun mendatang, yaitu di akhir tahun 1997 dan 1998.

Pada kondisi *sequential warning*, partisipan diberi peringatan penurunan laba sebelum menerima kejutan laba negatif. Manajemen perusahaan dengan nama yang disamarkan dalam instrument eksperimen secara kualitatif menunjukkan kemungkinan tidak memenuhi yang diestimasi analisis. Setelah peringatan ini mereka diminta mengestimasi EPS untuk dua tahun berikutnya. Setelah mereka menerima informasi laba, mereka diminta membuat estimasi laba lagi. Pada kondisi simultan, subyek diberi satu lembar informasi yang berisi peringatan dan publikasi laba. Selanjutnya, mereka diminta mengestimasi laba.

Hasil eksperimen tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang memberikan peringatan akan diberi *reward* oleh analis dengan estimasi EPS lebih tinggi. Hasilnya sesuai dengan dugaan yang diprediksikan di hipotesis pertama.

Pengujian hipotesis kedua berupaya menunjukkan bahwa proses sekuensial informasi negatif akan menghasilkan efek negatif yang lebih besar dibandingkan informasi negatif yang disajikan secara simultan. Hipotesis ini terdukung. Analis mengalami bias resensi.

H3 memiliki arah yang sama namun tidak terdukung secara statistis. Hal ini terjadi karena adanya bias resensi dan upaya manager memberikan reward pada perusahaan yang memberikan peringatan sebelumnya. Hal tersebut menimbulkan efek positif dan negatif dalam peralaman laba di masa mendatang saling mengeliminasi. Namun, ketika kejutan laba negatif diperkuat, hasilnya lebih mendukung bias resensi.

Penelitian ini sebenarnya secara tidak langsung juga didukung oleh studi DeBondt dan Thaler (1990) yang menunjukkan bahwa analis cenderung bereaksi berlebihan pada informasi perubahan laba yang ekstrim. Artikel DeBondt dan Thaler menunjukkan bahwa analis saham juga bisa mengalami bias dalam hal membuat estimasi. Artinya, hasil rekomendasi mereka juga bias. Jika hal itu diikuti oleh investor yang menggunakan rekomendasi tersebut, maka keputusan investor juga akan dipengaruhi bias tersebut.

Prinsipnya, analis yang dianggap pihak yang berpengalaman ternyata juga bisa mengalami bias dalam mengestimasi laba mendatang. Jika Libby dan Tan menunjukkan adanya bias menurunkan estimasi laba, DeBondt dan Thaler menunjukkan adanya bias yang meningkatkan estimasi laba. Kedua jenis studi ini bisa saling melengkapi.

Studi resensi menggunakan data pasar

Penelitian resensi umumnya menggunakan metoda eksperimen. Meskipun demikian, terdapat juga studi resensi yang menggunakan data pasar. Bisa dikatakan penelitian ini merupakan penelitian akuntansi berbasis pasar. Studi Hartono ini contoh penelitian akuntansi berbasis pasar yang menguji adanya efek resensi di pasar modal US. Jika penelitian resensi menggunakan metoda eksperimen, Hartono menggunakan data sekunder di pasar.

Studi ini menguji efek gabungan antara informasi deviden dan laba. Alasan pertama, kedua informasi tersebut dianggap merupakan sinyal penting bagi investor saham. Alasan kedua, informasi deviden dan laba merupakan informasi yang saling mempengaruhi. Keduanya menguatkan atau melemahkan berita. Alasan ketiga, investor cenderung mengalami efek resensi pada saat menerima informasi yang berurutan dan kompleks.

Penelitian ini membahas tentang bagaimana urutan informasi dan deviden dan laba bisa mempengaruhi keyakinan investor secara berbeda. Studi untuk

membahas ini sangat penting karena (1) memiliki kontribusi pada teori perilaku investor atas informasi akuntansi, (2) teori revisi keyakinan ini akan menjelaskan teori pensinyalan yang digunakan di studi sebelumnya, (3) studi ini merespon *AICPA special committee on financial reporting* untuk meneliti bagaimana pengguna laporan keuangan mengambil keputusan, (4) studi ini melengkapi penelitian resensi yang berbasis desain eksperimen. Jika eksperimen bisa mengendalikan efek pengganggu, maka penelitian ini menggunakan fenomena riil.

Teori utama dalam artikel ini memprediksi bahwa jika informasi laba dan deviden memiliki arah yang berbeda maka informasi terakhirlah yang memiliki dampak lebih besar pada return saham. Menurutnya, keyakinan adalah komponen kritis dalam pengambilan keputusan. Level keyakinan menentukan perilaku keputusan. Informasi inilah nantinya yang akan mengubah keyakinan. Masalahnya, keyakinan investor tidak dapat diobservasi, namun harga saham dapat dilihat sebagai wujud dari proses ekuilibrium keyakinan investor.

Teori revisi keyakinan yang digunakan dalam studi ini menyediakan model bagaimana urutan informasi dapat mengubah keyakinan seseorang. Dalam akuntansi, teori ini telah diaplikasikan di auditing, akuntansi manajemen dan perpajakan. Dalam studi ini ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu (1) urutan informasi, (2) variabel penugasan, yaitu kompleksitas, panjangnya seri, dan mode respon. Semakin kompleks maka semakin susah. Dalam artikel ini yang digunakan hanya 2, yaitu laba dan deviden, maka dikategorikan sebagai penugasan sederhana. Panjangnya seri merefer pada jumlah jumlah seri. Dalam studi ini merupakan seri yang pendek. Studi ini juga menggunakan informasi sekuensial (SbS). SbS digunakan karena informasi simultan (EoS) akan mensyaratkan pengumuman kejutan laba dan deviden yang bersamaan.

Studi resensi berbasis pasar ini memprediksikan bahwa koefisien respon deviden pada informasi deviden negatif lebih besar ketika disajikan setelah informasi laba positif dibandingkan disajikan sebelum laba positif. Koefisien respon deviden menunjukkan besarnya hubungan antara perubahan deviden dan perubahan harga saham.

Semakin besar koefisiennya, maka hubungan antara perubahan deviden dan perubahan harga saham semakin besar. Jika laba adalah E, deviden adalah D, dan koefisien respon deviden adalah KRD maka $KRD(E+D-) > KRD(D-E+)$. Dari urutan tersebut bisa disimpulkan bahwa informasi terakhir yang dipresentasikan adalah informasi deviden negative dan laba positif. Pada kondisi tersebut, koefisien respon deviden negatif akan lebih besar ketika dipresentasikan setelah laba positif. Hal ini sesuai dengan konsep pada bias resensi.

Koefisien respon deviden pada informasi deviden positif lebih besar ketika disajikan setelah informasi laba negatif dibandingkan disajikan sebelum laba negatif. Pada prediksi tersebut, $KRD(E-D+) > KRD(D+E-)$. Pada informasi pertama, informasi deviden positif disajikan di akhir. Pada informasi kedua, informasi deviden disajikan di awal. Informasi di akhir akan dibobot lebih besar, sehingga koefisien respon deviden akan lebih dipertimbangkan pada informasi yang menyajikan deviden di akhir.

Kombinasi koefisien respon kejutan laba positif yang didahului deviden negatif lebih besar dibandingkan kelompok yang respon kejutan deviden negatif didahului kejutan laba positif. Jika KRL adalah koefisien respon laba maka $KRL(D-E+) > KRL(E+D-)$. Koefisien respon laba adalah besarnya hubungan antara perubahan laba dan perubahan return saham. Dalam kasus tersebut, informasi pertama menghasilkan koefisien respon laba lebih tinggi karena informasi laba disajikan terakhir. Pada informasi kedua koefisien respon laba disajikan pertama sebelum pengumuman deviden.

Studi tersebut menggunakan data dari Compustat dan Centre for Research in Security Prices (CRSP) dari tahun 1979-1993. Kenaikan deviden dianggap memberikan sinyal prospek perusahaan di masa mendatang. Adapun model empiris didasarkan pada model revisi keyakinan yang banyak merefer pada artikel Hogarth dan Einhorn, sebuah studi yang membahas analisis formal pada bias urutan informasi.

Variabel dependen dalam studi tersebut adalah MRR, yaitu perubahan harga relatif rata-rata. MRR dihitung dari rata-rata perubahan return selama 3 hari, yaitu $t-1$, t , dan $t+1$. Penggunaan $t-1$ untuk mengantisipasi kemungkinan kebocoran informasi.

Variabel independen adalah perubahan EPS atau perubahan deviden. Peneliti juga menggunakan MIMR, yaitu return pasar saat publikasi, sebagai variabel control. Pada perubahan DPS dan EPS selalu disertai variabel dumi. Nilainya 1 jika informasi terakhir adalah positif, dan 0 untuk informasi negatif.

Hasil penelitiannya, perubahan DPS setelah dibagi dengan harga saham kuartal sebelumnya menunjukkan arah dan besaran perubahannya. Hal yang sama dengan perubahan EPS yang dideflasi dengan return kuartal sebelumnya. Koefisien DPS untuk mengukur koefisien respon deviden, sedangkan koefisien EPS untuk mengukur koefisien respon deviden.

Pada deskripsi ukuran perusahaan, perusahaan DE(-,-) dan ED (-,-) adalah perusahaan dengan asset yang

terkecil. Peneliti juga menggunakan deflator harga saham untuk mengatasi masalah heterokedstisitas. Pada pengujian di tanggal publikasi deviden, model satu menunjukkan fenomena yang sama dengan studi sinyaling deviden.

Secara umum hasilnya mendukung fenomena efek resensi pada publikasi deviden dan laba pada setting pasar modal. Keterbatasan studi ini adalah hanya menggunakan seri dua informasi, pasangan publikasi yang berisiko tumpang tindih, tidak ada kontrol seperti pada eksperimen, dan pengukuran bias yang mungkin terjadi dari perubahan laba yang tidak diharapkan.

Bias Resensi pada Urutan Informasi yang Panjang

Studi bias resensi pada keputusan investasi saham yang disebabkan oleh urutan informasi yang panjang telah dilakukan oleh Pinsker (2007) dan Pinsker (2011). Pada artikelnya di tahun 2007, Pinsker menggunakan dua puluh informasi yang berurutan, yang terdiri dari sepuluh informasi positif dan sepuluh informasi negatif. Namun pada artikelnya di tahun 2011, Pinsker menggunakan empat puluh informasi yang berurutan,

yang terdiri dari dua puluh informasi positif dan dua puluh informasi negatif.

Pinsker (2007) menjelaskan bahwa setelah kasus skandal akuntansi, regulator berbagai negara berupaya untuk mengurangi waktu perusahaan publik untuk mengungkapkan informasinya. SEC juga telah menggunakan teknologi pengungkapan *real-time*. Hal ini akan mengurangi jarak antara tanggal laporan keuangan dan tanggal pengumumannya menjadi lebih pendek. Investor akan lebih diuntungkan dibandingkan menerima banyak informasi tapi durasi pengumumannya terlalu lama.

Meskipun banyak badan regulasi memberikan perhatian penuh terhadap pengungkapan yang lebih sering, namun penelitian revisi keyakinan menunjukkan bahwa seseorang cenderung membobot informasi yang terakhir dari informasi yang diterima ketika informasi disajikan dengan format berurutan atau sekuensial.

Laporan keuangan akan semakin berguna ketika disajikan tepat waktu. Namun, mereka juga menyampaikan bahwa laporan tersebut tidak tepat

waktu karena ada informasi yang telah ditangkap media maupun laporan keuangan interim.

Saat ini perkembangan teknologi membuat perusahaan bisa menyajikan informasi secara cepat. Sehingga pengungkapan yang dilakukan bukanlah pengungkapan informasi baru yang mengandung banyak informasi baru di satu titik waktu, melainkan informasi kecil-kecil dari beberapa runtutan waktu. Runtutan waktu inilah yang bisa menyebabkan bias pengambilan keputusan.

Jika para auditor juga terkena efek dilusi suatu informasi, investor juga akan mengalami yang sama. Urutan informasi akan mempengaruhi keputusan mereka. Apalagi pertumbuhan media informasi yang semakin pesat membuat mereka semakin menuntut informasi dengan lebih banyak untuk keputusan investasi mereka.

Perusahaan memiliki insentif untuk menggabungkan banyak berita baik dan buruk bersama dalam arah yang konsisten dan mengungkapkannya secara sekuensial atau bersama-sama dalam rangka mengurangi risiko volatilitas ataupun penurunan harga saham. Sayangnya,

pola pengungkapan tersebut mengandung efek urutan informasi yang akan mengurangi kualitas keputusan.

Keputusan investasi umumnya didasarkan pada informasi yang diterima investor dari emiten. Informasi dari bursa dan perusahaan adalah salah satu informasi terpercaya. Informasi tersebut sangat mempengaruhi risiko perdagangan investor dengan berita baik dan buruk yang secara sukarela diungkapkan pada situs mereka.

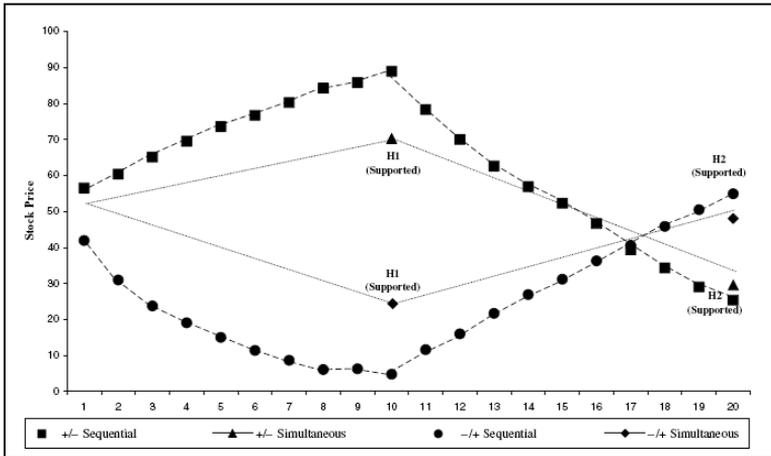
Prediksi yang dinyatakan dalam Pinsker (2007) adalah sebagai berikut. Ketika rangkaian pendek dari pengungkapan positif (negatif) disajikan berurutan, maka revisi keyakinannya dalam kebijakan harga saham akan lebih besar (kecil) dari pada kondisi awal urutan dibandingkan dengan pengungkapan simultan. Artinya, informasi sekuensial menghasilkan bias resensi. Penerima informasi sekuensial positif akan memberikan penilaian saham yang lebih tinggi dibandingkan penerima informasi simultan positif. Penerima informasi sekuensial negatif akan memberikan penilaian saham

yang lebih rendah dibandingkan penerima informasi simultan negatif.

Setelah perubahan arah pengungkapan, Pinsker memprediksikan bahwa rangkaian informasi negatif (positif) yang diungkapkan secara berurutan, revisi keyakinan keputusan harga saham akan lebih besar dengan kondisi berurutan jika dibandingkan pengungkapan simultan. Pola keputusan yang akan didapatkan dari bias resensi ini adalah pola ekor ikan.

Keputusan investasi saham setelah pengungkapan informasi yang berurutan dan bersamaan disajikan di Gambar 4.1.

Gambar 4.1
Hasil Studi Bias Resensi



Sumber: Pinsker (2007).

Temuan Pinsker menunjukkan bahwa sejumlah informasi positif yang disajikan secara berurutan menghasilkan bias penilaian saham yang terlalu tinggi. Ketika informasi selanjutnya adalah informasi negatif, maka bias penilaian saham menjadi terlalu rendah. Sebaliknya sejumlah informasi negatif yang disajikan secara berurutan menghasilkan bias penilaian saham yang terlalu rendah. Ketika informasi berubah menjadi positif, maka bias penilaian saham menjadi terlalu tinggi. Kombinasi keputusan dari informasi

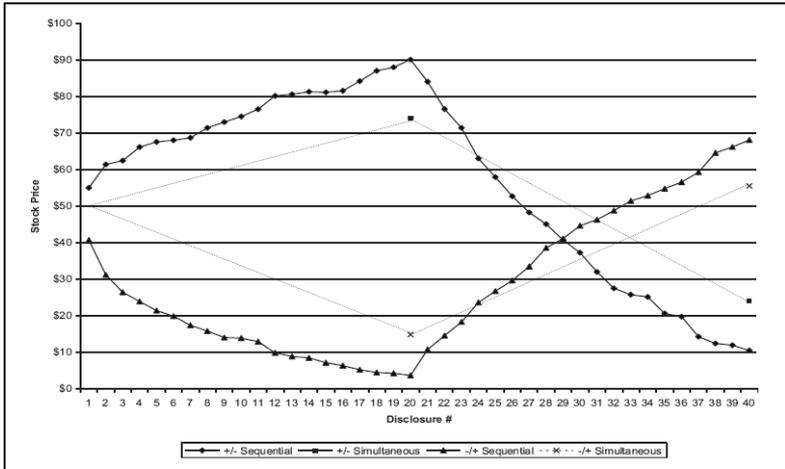
berurutan +++++----- dan -----+++++menghasilkan gambar ekor ikan.

Studi Pinsker (2007) ini dikembangkannya dengan studi lanjutannya. Pinsker (2011) juga menguji efek urutan informasi yang dihasilkan dari seri yang panjang suatu pengungkapan sukarela dengan arah konsisten. Selain itu, dia juga menguji apakah urutan tersebut memperburuk efek pengungkapan. Dari tiga eksperimen, dua eksperimen pertama menggunakan mahasiswa S-1 sebagai partisipan, sedangkan eksperimen yang ketiga menggunakan investor non-profesional untuk mencari tahu penjelasan temuan eksperimen. Pengembangan riset penting lainnya adalah penelitian ini menggunakan informasi sekuensial sebanyak empat puluh buah informasi. Yang unik adalah, studi ini menghipotesiskan terjadinya efek primasi. Bias primasi ini menurut Hogarth dan Einhorn (1992) akan muncul pada informasi sekuensial yang panjang. Ide ini disampaikan karena pada urutan informasi yang panjang, penerima informasi sudah resisten terhadap informasi yang terlalu sering muncul. Meskipun menggunakan ide tersebut sebagai hipotesis,

temuan Pinsker (2011) menunjukkan bahwa efek primasi tidak terjadi melainkan efek resensi.

Pada eksperimen pertama dan kedua, studi ini menunjukkan bahwa bias resensi terjadi pada partisipan dengan latar belakang mahasiswa. Pada eksperimen ketiga, studi Pinsker menunjukkan bahwa investor nonprofessional juga terkena dampak dari bias resensi. Temuannya disajikan pada Gambar 4.2.

Gambar 4.2
Bias Resensi pada 40 Informasi Berurutan



Sumber: Pinsker (2011).

Pola keputusan partisipan pada Pinsker (2011) sama dengan Pinsker (2007). Meskipun keduanya memiliki jumlah informasi sekuensial yang berbeda, namun pola keputusan sama. Temuan ini memiliki implikasi besar bagi emiten. Ketika mereka harus menyajikan berita buruk, sebaiknya berita tersebut dikumpulkan dan dilepaskan ke pasar secara simultan. Hal itu dilakukan supaya reaksi negatifnya tidak berlebihan. Sebaliknya, ketika mereka mengungkapkan berita baik, maka informasi positif tersebut sebaiknya diungkapkan secara

bertahap supaya harga saham emiten akan dinilai lebih tinggi dari seharusnya.

Upaya Mitigasi Bias Resensi dengan Pengetahuan

Studi Sulistiawan dan Alvia (2010) mengembangkan penelitian bias resensi. Fokusnya adalah dengan cara memitigasi bias resensi menggunakan pengetahuan sebagai variabel. Mereka menyajikan empat informasi yang berurutan yang terdiri dari dua informasi fundamental dan dua informasi teknis.

Dalam konteks balanced scorecard (BSC) studi Lipe dan Salterio (2000) menunjukkan bahwa pengetahuan akan membuat keputusan seseorang menjadi bias. Mereka akan cenderung menggunakan informasi yang mereka kuasai saja walaupun informasi tersebut belum tentu relevan. Dilla dan Steinbart (2005) mengembangkan studi Lipe Salterio dengan menggunakan pelatihan sebagai solusi mengatasi bias dalam menentukan indikator penilaian.

Studi ini juga meyakini hal yang sama. Dalam penggunaan informasi di pasar modal, seseorang dengan

latar belakang akuntansi akan lebih familiar terhadap penggunaan informasi akuntansi dan analisis yang relevan. Analisis fundamental akan lebih dibobot dibandingkan analisis teknis. Analisis teknis adalah alat analisis yang bagi kebanyakan mahasiswa akuntansi adalah alat yang kompleks dan tidak mereka mengerti. Studi Flanegin dan Rudd (2005) juga menunjukkan bahwa analisis teknis tidak populer bagi akademisi. Efeknya, ketika analisis tersebut disediakan, kebanyakan partisipan memilih untuk tidak menggunakan. Sehingga pembobotan informasi oleh investor menjadi tidak ideal.

Kesimpulan dari studi tersebut adalah (1) penelitian ini menunjukkan terjadi efek resensi pada pembobotan informasi yang disajikan berurutan berdasarkan jenis dan sifat informasi, dan (2) Berbasis ide Dilla dan Steinbart (2005), penelitian ini menunjukkan terjadinya perbedaan keputusan berbasis analisis teknis antara kelompok yang mendapat pengetahuan dan tidak, namun tidak terdapat perbedaan keputusan pada kelompok yang tidak mendapatkan pengetahuan.

BAB 5

PENUTUP: RISET MASA MENDATANG

Buku ini adalah buku tentang akuntansi keperilakuan. Asumsi dasar yang digunakan adalah bahwa manusia memiliki keterbatasan rasionalitas. Dampaknya, informasi yang kompleks dan tidak lengkap dan durasi pertimbangan yang pendek akan menstimulus bias keputusan dan menurunkan kualitas keputusan.

Buku ini telah menjelaskan bahwa informasi yang sama jika disajikan dengan urutan yang berbeda akan menghasilkan keputusan yang berbeda. Hal ini jelas menyalahi prinsip rasionalitas, sehingga bias ini menjadi sesuatu yang menarik dan penting untuk dikembangkan risetnya, mengingat kemungkinan kerugian yang bisa dihasilkan dari keputusan yang buruk.

Bias keputusan ini memang tidak hanya terjadi di bidang akuntansi, baik penyusunan laporan keuangan dan bagaimana laporan keuangan digunakan. Bias urutan informasi ini juga terjadi di banyak area dalam bisnis. Perkembangan teknologi informasi menjadi sesuatu yang baru dalam fenomena keputusan saat ini.

Pengembangan riset bias resensi berbasis pada penggunaan teknologi informasi di bidang akuntansi dan bisnis

merupakan area baru yang bisa dieksplorasi. Paparan informasi yang semakin deras membangun urutan informasi baru dari informasi sekuensial. Bias resensi bisa saja menjadi semakin tinggi dalam lingkungan dunia maya. Perilaku, pendidikan, dan karakter pengguna internet akan menjadi pembeda dalam mengantisipasi informasi berurutan.

Riset bias resensi juga bisa dikembangkan berdasarkan suasana hati para partisipan. Suasana hati yang baik akan menstimuli pembobotan informasi baik, dan sebaliknya, suasana hati yang buruk akan membuat partisipan membobot informasi yang buruk.

Berdasarkan ruang lingkup keputusan, keputusan kelompok masih merupakan area yang bisa dikembangkan. Hampir semua referensi riset resensi menggunakan keputusan individual. Keputusan grup akan mewarnai penelitian atas urutan informasi ini.

Akhir kata, ketika Anda dihadapkan pada informasi yang disajikan secara berurutan, review informasi secara simultan perlu dilakukan. Review ini akan meminimasi bias keputusan yang diakibatkan dari urutan bukti yang

disajikan. Penggunaan sistem informasi dan prosedur juga diperlukan dalam pekerjaan yang berulang, sehingga sistem tersebut akan mereduksi bias keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvia, L., & Sulistiawan, D. (2010). The Examination of Recency and Knowledge Effect in Investment Decision Making: An Experimental Study. *Indonesian Journal of Accounting Research*, 13(1), 45-58.
- Bazerman, M. H., & Moore, D. A. (1994). *Judgment in managerial decision making* (p. 226). New York: Wiley.
- Belkaoui, A. (1993). *Accounting Theory*, 3rd Edition(Great Britain).
- Birnberg, J. G. (2011). A proposed framework for behavioral accounting research. *Behavioral Research in Accounting*, 23(1), 1-43.
- Chalos, P., & Poon, M. C. (2000). Participation and performance in capital budgeting teams. *Behavioral Research in Accounting*, 12, 199.
- De Bondt, W. F., & Thaler, R. (1985). Does the stock market overreact?. *The Journal of finance*, 40(3), 793-805.
- De Bondt, W. F., & Thaler, R. H. (1990). Do security analysts overreact?. *The American Economic Review*, 52-57.
- Dilla, W. N., & Steinbart, P. J. (2005). Relative weighting of common and unique balanced scorecard measures by knowledgeable decision makers. *Behavioral research in accounting*, 17(1), 43-53.
- Flanegin, F. R., & Rudd, D. P. (2005). Should investments professors join the " crowd". *Managerial Finance*, 31(5), 28.
- Furnham, A. (1986). The robustness of the recency effect: Studies using legal evidence. *The Journal of General Psychology*, 113(4), 351-357.

- Gray, J. (1992). Men are from Mars. *Women Are From Venus* (Thorsons/Harper Collins, New York).
- Hogarth, R. M., & Einhorn, H. J. (1992). Order effects in belief updating: The belief-adjustment model. *Cognitive psychology*, 24(1), 1-55.
- Hopwood, A. G. (2007). Whither accounting research?. *The accounting review*, 82(5), 1365-1374.
- Kartajaya, H., Indrio, B. D., & Madyani, D. (2004). *Marketing in venus*. Gramedia Pustaka Utama.
- Libby, R., & Tan, H. T. (1999). Analysts' reactions to warnings of negative earnings surprises. *Journal of Accounting Research*, 37(2), 415-435.
- Lipe, M. G., & Salterio, S. E. (2000). The balanced scorecard: Judgmental effects of common and unique performance measures. *The accounting review*, 75(3), 283-298.
- Lord, A. T. (1989). The development of behavioral thought in accounting, 1952-1981. *Behavioral Research in Accounting*, 1(s 124).
- Pinsker, R. (2007). Long series of information and nonprofessional investors' belief revision. *Behavioral Research in Accounting*, 19(1), 197-214.
- Pinsker, R. (2011). Primacy or recency? A study of order effects when nonprofessional investors are provided a long series of disclosures. *Behavioral Research in Accounting*, 23(1), 161-183.
- Riahi-Belkaoui, A. (1993). *Accounting Theory*. 3rd Edition. USA: Harcourt Brace College Publisher.
- Belkaoui, A. R. (1984). *Behavioral Management Accounting*.
- Scott, W. R. (2015). *Financial accounting theory*. 7th Edition. Toronto, Canada: Pearson Education.
- Sulistiwani, D., & Rudiawarni, F. A. (2019). Do stock investors need to discuss to reduce decision bias?. *Investment Management and Financial Innovation*, 16(3), 1-9.

- Tuttle, B., Coller, M., & Burton, F. G. (1997). An examination of market efficiency: Information order effects in a laboratory market. *Accounting, Organizations and Society*, 22(1), 89-103.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291.
- Wijoyo, Utami, I., & Sulistiawan, D. (2014). Pengujian bias resensi di bidang audit dalam lingkungan teknologi informasi. Laporan Penelitian tidak dipublikasikan.

