

REFLEKSI AGENCY THEORY DALAM PERSPEKTIF BUDAYA

Oleh:

Diana Isnaeni

Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi
UNIVERSITAS PAWYATAN DAHA KEDIRI
diana_isnaeni@yahoo.com

Abstrak

Agency theory berasumsi bahwa *principal* dan *agentt* memiliki tujuan yang berbeda, mementingkan utilitas mereka dan memiliki preferensi resiko yang berbeda. Penelitian ini berasumsi bahwa perbedaan budaya akan memberikan warna yang berbeda dalam *agency theory*. Budaya dapat menyelaraskan tujuan antara *principal* dan *agentt*, merubah preferensi resiko mereka dan mengurangi tindakan oportunistis. Berdasarkan pada argumen ini akan dikembangkan beberapa proposisi yang diharapkan bisa diuji secara empiris.

Kata kunci: *agency theory*, budaya, perilaku.

Abstract

Agency theory assumes that the *principal* and *agentt* have different purposes, concerned with their utility and have different risk preferences. This study assumes that cultural differences will give a different color in the *agency theory*. Culture can align objectives between *principal* and *agentt*, change their risk preferences and reduce opportunistic actions. Based on these arguments will be developed some propositions which are expected to be tested empirically.

Keywords: *agency theory*, culture, behavior.

1. PENDAHULUAN

Agency theory telah banyak digunakan dalam penelitian akuntansi khususnya, dalam aspek keperilakuan dan pengendalian organisasi (lihat misalnya Eisenhart 1989, Kunz & Pfaff 2002, Wright, et, al 2001, Sams 2007). *Agency theory* dianggap dapat menjelaskan perilaku para pelaku bisnis dan memiliki implikasi dalam praktek organisasi (Kunz & Pfaff, 2002). Namun demikian banyak para peneliti yang mengkritik teori ini. Wright, et, al (2001) berargumen bahwa teori *agency* mengeneralisasi perilaku *principal-agentt*, bahwa bisa jadi dalam situasi berbeda *agentt* dan *principal* akan menunjukkan perilaku yang berbeda. Johnson & Droege (2004) menyatakan bahwa *agency theory* menganggap kehidupan sosial hanya sebatas kontrak dan mengabaikan eksistensi hubungan sosial. Kunz & Pfaff (2002) menganggap *agency theory* kurang tepat

dalam menggambarkan perilaku manusia dan seharusnya perlu dimodifikasi.

Budaya merupakan konsep yang dianggap dapat mempengaruhi sistem hukum, sistem bisnis, sistem perilaku (Deegan: 2004, 175). Selama beberapa tahun terakhir budaya telah digunakan untuk menjelaskan perbedaan-perbedaan dalam sistem sosial termasuk dalam akuntansi perilaku. Violet (1983) dalam Deegan (2004, 175) misalnya menyatakan bahwa akuntansi merupakan 'aktivitas sosial-tehnik' yang melibatkan interaksi antara manusia dan sumber daya lain. Oleh karenanya akuntansi tidak bisa dilepaskan dari pengaruh budaya. Gray (1988) menyatakan bahwa budaya dapat menjelaskan dan memprediksi perbedaan dalam sistem akuntansi. Sistem nilai yang dimiliki oleh individu tumbuh dan berkembang dari nilai-nilai sosial di mana individu tersebut berada. Sehingga perbedaan budaya akan berimplikasi pada

perbedaan sistem nilai dan perilaku yang dimiliki.

Agency theory berasumsi bahwa tujuan, preferensi resiko, *self-interest* berbeda antara *principal* dan *agent* (Eisenhardt, 1989). Beberapa bukti empiris penelitian yang mendukung asumsi ini dilakukan pada setting budaya barat (Johnson & Droege, 2004). Namun ketika dilakukan pada budaya timur yang sangat berbeda dari budaya barat dimana *teori agency* muncul, temuan yang dihasilkan menunjukkan perbedaan (Filmer & Lindauer 2001). Berdasarkan temuan ini muncul pertanyaan apakah asumsi-asumsi dalam *agency theory* masih relevan dalam konteks budaya timur yang menurut Hofstede (1980, 1984) memiliki perbedaan yang signifikan dengan budaya barat?.

Untuk menjawab pertanyaan ini penulis akan mencoba merefleksi *agency theory* dalam perspektif budaya. Perspektif budaya yang akan digunakan dalam tulisan ini adalah empat dimensi budaya yang dikemukakan oleh Hofstede (1980 dalam Deegan, 2004, 177-178) yaitu *individualism vs collectivism*, *Power Distance*, *Uncertainty Avoidance*, *Masculinity vs Femininity*.

Pembahasan dalam artikel ini dimulai dengan membahas literatur tentang *agency theory*. Bagian selanjutnya akan dibahas tentang empat dimensi budaya Hofstede (1980) kemudian akan dikembangkan beberapa proposisi yang didasarkan pada asumsi *agency theory* yaitu adanya perbedaan tujuan dan preferensi resiko antara *agent* dan *principal* serta *self-interest* dikaitkan dengan empat dimensi budaya Hofstede (1980) yaitu *individualism vs collectivism*, *Power Distance*, *Uncertainty Avoidance*, *Masculinity vs Femininity*.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Agency theory

Agency theory berkaitan dengan hubungan kerja sama antara *agent* dan *principal*. *Principal* memberikan kewenangan kepada *agent* untuk bertindak atas nama *principal* dan kesejahteraan *principal* menjadi dasar keputusan-keputusan yang diambil oleh *agent* (Jensen & Meckling, 1976). Ada

tiga perbedaan utama dalam hubungan antara *principal* dan *agent* menurut Saam (2007) yaitu pertama, asimetri informasi. Asimetri informasi muncul karena *principal* tidak dapat memonitor *agent* secara penuh, walaupun bisa dibutuhkan biaya yang sangat besar. Informasi ini dibutuhkan *principal* untuk menggaji *agent*. *Principal* juga membutuhkan informasi agar dapat mempengaruhi kinerja *agent*. Kesenjangan informasi inilah yang dalam *agency theory* disebut sebagai asimetri informasi. Kedua adalah preferensi resiko yang berbeda. *Principal* dan *agent* memiliki preferensi resiko yang berbeda dalam skema kompensasi. Perbedaan preferensi resiko ini akan dibahas lebih lanjut pada bagian selanjutnya. Ketiga, konflik tujuan. Konflik ini muncul karena masing-masing pihak (*principal* dan *agent*) ingin memaksimalkan utilitasnya. *Principal* ingin memaksimalkan *return*nya sedangkan *agent* ingin memaksimalkan upah pendapatannya. Masalah konflik tujuan ini disebut masalah agensi.

Teori kea-agen-an menyatakan bahwa kesejahteraan *principal* tidak dapat dimaksimalkan karena *principal* dan *agent* cenderung memiliki tujuan yang berbeda serta preferensi resiko yang berbeda (Wright et al 2001). *Agent* diasumsikan akan lalai dalam pekerjaannya bila ada kesempatan (Johnson & Droege 2004). Oleh karena itu *principal* menjanjikan kompensasi agar perilaku *agent* sesuai dengan tujuan *principal* (Jensen & Meckling, 1976). Salah satu cara untuk menyelaraskan tujuan *principal* dan *agent* adalah dengan mendisain kontrak. Ada dua tipe kontrak yang bisa diaplikasikan menurut teori ini yaitu kontrak berbasis perilaku dan kontrak berbasis hasil (Eisenhardt, 1989). Kontrak berbasis perilaku memberikan kompensasi kepada *agent* dan untuk memastikan *agent* berperilaku sesuai keinginan *principal* akan dilakukan proses monitor. Secara teoritis, diasumsikan jika *principal* memberikan kompensasi yang sesuai, *agent* akan menunjukkan perilaku yang selaras dengan tujuan *principal*. Di lain pihak, kontrak berbasis hasil (insentif) akan memberikan kompensasi pada *agent* sesuai

dengan efektivitas kontrak. Hasil dalam kontrak ini lebih penting dibanding perilaku. Oleh karena itu kontrak berbasis hasil akan memacu *agent* untuk lebih agresif mencapai target yang ditetapkan namun bisa jadi perilaku tersebut akan menyebabkan *moral hazard* dan meningkatkan biaya operasional (Johnson & Droege, 2004). *Agent* maupun *principal* diasumsikan berusaha memaksimalkan utilitasnya masing-masing, karena asumsinya *agent* tidak akan bertindak untuk memenuhi kepentingan *principal* (Jensen & Meckling, 1976).

Principal dan *agent* dalam *agency theory* diasumsikan memiliki preferensi terhadap resiko yang berbeda. *Principal* diasumsikan netral terhadap resiko karena *principal* dapat melakukan diversifikasi kepemilikan saham mereka di banyak perusahaan. Sebaliknya, *agent* diasumsikan menolak risiko karena *agent* berusaha mengamankan pekerjaan dan pendapatannya di perusahaan tempat ia bekerja. Pada intinya, *agent* diasumsikan menolak risiko dalam pengambilan keputusan dalam upaya meminimalkan resiko. Jadi, fokus dari teori keagenan adalah pada kontrak yang meminimalkan biaya yang terkait dengan hubungan keagenan.

Teori agensi dibangun atas dasar sejumlah asumsi eksplisit dan kritis tentang perilaku *agent* terutama masalah *opportunism*. *Opportunism* adalah mencoba mencapai kepentingan pribadi dengan berbagai cara (Wright, et al 2001). Kontrak yang efisien dapat digunakan untuk menyelaraskan perilaku dan tindakan-tindakan *agent*. Sistem insentif dan sistem kompensasi juga dapat dirancang secara tepat untuk memastikan bahwa *agent* memikirkan kepentingan *principal*.

Dimensi Budaya

Agency theory berasumsi bahwa tujuan, preferensi resiko, *self-interest* berbeda antara *principal* dan *agent* (Eisenhardt, 1989). Beberapa bukti empiris penelitian yang mendukung asumsi ini dilakukan pada setting budaya barat tempat dimana *agency theory* muncul dan berkembang (Johnson &

Droege, 2004). Namun ketika dilakukan pada budaya timur yang sangat berbeda dari budaya barat, temuan yang dihasilkan menunjukkan perbedaan (Filmer & Lindauer 2001). Dikaitkan dengan perbedaan budaya tersebut, akan dibahas kaitan budaya dalam konteks *agency theory*. Konsep budaya yang akan dijadikan acuan dalam pembahasan ini adalah empat dimensi budaya yang dikemukakan oleh Hofstede (1980 sebagaimana telah disarikan dalam Deegan, 2004: 177-178).

Hofstede (1980, 1984) melakukan penelitian yang bertujuan mengidentifikasi struktur elemen budaya dan pengaruhnya terhadap perilaku dalam dunia kerja. Penelitian ini dilakukan pada lebih dari 50 negara di seluruh dunia. Hasil penelitian ini menunjukkan ada empat dimensi budaya yang dimiliki negara-negara tersebut. Empat dimensi budaya tersebut adalah *individualism vs collectivism*, *power distance*, *uncertainty avoidance*, dan *masculinity vs femininity*. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa negara-negara yang menjadi obyek penelitian Hofstede dapat dikelompokkan dalam area budaya didasarkan pada skor empat dimensi tersebut dengan menggunakan analisa cluster dan lokasi geografis serta historis. Ini menegaskan bahwa sistem nilai yang ada dalam suatu area budaya (negara) memiliki dampak pada sistem perilaku individu dan organisasi dalam negara tersebut. Empat dimensi yang dikemukakan oleh Hofstede (1984 dalam Deegan: 2004, 177-178) dapat diringkas sebagai berikut:

Individualism vs Collectivism

Individualism mengacu pada kondisi masyarakat dimana individu diasumsikan mengurus keperluan diri dan keluarga mereka saja. Sebaliknya, *collectivism* mengacu pada kondisi masyarakat dimana individu dapat meminta bantuan pada keluarga, klan atau kelompok lain dalam masyarakat untuk keperluan mereka. Penekanan utama dalam dimensi budaya ini adalah tingkat interdependensi (ketergantungan) antar individu dalam masyarakat. Ini terkait

dengan konsep diri masyarakat yaitu 'saya' atau 'kita'

Large vs Small Power Distance

Power Distance adalah kondisi dimana masyarakat menerima adanya perbedaan dalam distribusi kekuasaan di organisasi atau institusi. Kondisi ini akan mempengaruhi perilaku masyarakat. Masyarakat yang memiliki *power distance* rendah akan menuntut adanya distribusi kekuasaan yang adil dan mempertanyakan adanya perbedaan kekuasaan sedangkan masyarakat yang memiliki *power distance* tinggi akan cenderung menerima kondisi yang ada, tanpa mempertanyakan lebih lanjut. Penekanan utama pada dimensi budaya ini adalah bagaimana masyarakat mengatasi perbedaan kekuasaan dalam masyarakat. Kondisi ini akan berimplikasi pada cara mereka membangun institusi dan organisasi.

Strong vs Weak Uncertainty Avoidance

Uncertainty Avoidance merupakan tingkat ketidaknyamanan masyarakat karena adanya ketidakpastian (*uncertainty*) dan ambiguitas. Masyarakat yang memiliki *uncertainty avoidance* kuat akan membuat aturan perilaku yang ketat dan tidak toleran terhadap orang atau ide yang menyimpang dari tatanan masyarakat. Masyarakat yang memiliki *uncertainty avoidance* lemah cenderung lebih santai dan lebih toleran terhadap orang atau ide yang menyimpang dari tatanan masyarakat. Penekanan dimensi budaya ini adalah pada reaksi masyarakat terhadap ketidakpastian di masa depan apakah membiarkan begitu saja atau mengendalikannya. Sebagaimana dalam *power distance*, *uncertainty avoidance* berpengaruh pada cara masyarakat membangun institusi atau organisasi.

Masculinity vs Femininity

Masculinity mengacu pada preferensi masyarakat terhadap prestasi, heroisme, ketegasan, dan kesuksesan materi. Sebaliknya, *femininity* mengacu pada preferensi masyarakat terhadap hubungan, kelembutan, kepedulian pada sesama dan

kualitas hidup. Penekanan utama dimensi budaya ini pada cara masyarakat mengalokasikan peran sosial mereka dikaitkan dengan jenis kelamin.

Keempat dimensi budaya Hofstede di atas selanjutnya akan dikaitkan dengan konteks asumsi *agency theory* yaitu orientasi tujuan, preferensi resiko dan *self interest* untuk melihat apakah asumsi-asumsi ini masih relevan bila dikaitkan dengan budaya timur yang menurut Hofstede (1980,1984) sangat berbeda dengan budaya barat. Selanjutnya akan diajukan beberapa proposisi yang diharapkan dapat diuji secara empiris pada penelitian selanjutnya.

3. METODE PENELITIAN

Individualism vs Collectivism

Penekanan utama dalam dimensi budaya *individualism vs collectivisme* adalah tingkat interdependensi (ketergantungan) antar individu dalam masyarakat Dimensi *individualism-collectivisme* melibatkan hubungan antara masyarakat dan organisasi (Johnson & Droege, 2004). Dalam masyarakat yang kolektif, baik *principal* dan *agent* memiliki kewajiban moral untuk meningkatkan solidaritas kelompok. Organisasi tidak hanya menawarkan keamanan dalam ekonomi tapi juga memberikan dukungan emosional. Sebaliknya dalam masyarakat yang individualis, *agent* secara emosional tidak terikat pada *principal*. Pencapaian organisasi sangat tergantung pada inisiatif individu. Organisasi memiliki kewajiban moral minimal terhadap *agent* demikian pula *agent* terhadap *principal* (Johsaon & Droege, 2004). Berdasarkan penelitian Bond (2005) dalam Iitim (2012) Individualitas di Indonesia (negara timur) bernilai 14, sedangkan AS negara asal *Agency theory* 91. Perbedaan yang sangat mencolok ini menunjukkan bahwa AS sangat individualis sehingga tidak heran banyak bukti empiris asumsi *self-interest* pada *agency theory* ditemukan di barat. Konsekuensinya, prediksi bahwa *agent self-interest* bisa jadi kurang tepat pada budaya yang kolektif.

Collectivisme lebih menekankan pada menyelaraskan tujuan organisasi dan individu berdasarkan pada hubungan baik. *Collectivisme* lebih menekankan pada kebaikan organisasi dibandingkan kebaikan individu (Johnson & Droege, 2004) sehingga *agent* tidak cenderung melakukan *moral hazard* demi kepentingan dirinya. Dalam budaya yang kolektif nilai organisasi dapat dengan mudah diterapkan karena rasa memiliki terhadap organisasi yang memberikan keamanan dalam bidang ekonomi cukup besar. Oleh karena itu dalam budaya individualis ada kemungkinan terjadi konflik tujuan dan *self-interest* dalam organisasi namun dalam budaya yang kolektif potensi konflik tujuan dapat dikurangi dengan budaya dan nilai yang diinternalisasi dalam organisasi. Argumen ini mendasari diajukannya Proposisi 1 dan 2 yaitu:

Proposisi 1 *Agent* yang bekerja pada masyarakat yang memiliki budaya kolektif cenderung memiliki keselarasan tujuan dengan organisasi dibanding *agent* yang bekerja pada masyarakat yang memiliki budaya individualis

Proposisi 2 *Agent* yang bekerja pada masyarakat yang memiliki budaya kolektif cenderung kurang *self-interest* dibanding *agent* yang bekerja pada masyarakat yang memiliki budaya individualis

Power Distance

Power distance mengacu pada bagaimana masyarakat menerima distribusi kekuasaan yang tidak merata. Masyarakat yang memiliki *power distance* rendah akan menuntut adanya distribusi kekuasaan yang adil dan mempertanyakan adanya perbedaan kekuasaan sedangkan masyarakat yang memiliki *power distance* tinggi akan cenderung menerima kondisi yang ada, tanpa mempertanyakan lebih lanjut. Berdasarkan penelitian Bond (2005) dalam Itim (2012) *Power distance* di Indonesia (negara timur) bernilai 78, sedangkan di AS 40. Ini menunjukkan bahwa Indonesia (negara

timur) memiliki *power distance* yang lebih tinggi dibandingkan AS (negara barat). Hasil ini berarti *agent* di negara timur cenderung menerima adanya perbedaan kekuasaan dan bersedia mengikuti ketentuan organisasi. Sehingga seharusnya *agent* yang bekerja pada budaya yang memiliki *power distance* tinggi lebih mudah menyelaraskan tujuan mereka dengan tujuan organisasi. Sebaliknya dalam masyarakat yang memiliki *power distance* rendah, *agent* cenderung menolak otoritas *principal*. *Power distance* yang rendah ini konsisten dengan *agency theory* yang berasumsi adanya konflik tujuan (Davis, et al 1997). Namun dalam masyarakat yang memiliki *power distance* tinggi keadaannya bisa jadi tidak demikian. Oleh karena itu proposisi 3 adalah sebagai berikut:

Proposisi 3 *Agent* dan *principal* yang berada dalam masyarakat yang memiliki *power distance* tinggi cenderung memiliki keselarasan tujuan dengan organisasi dibanding *agent* dan *principal* yang berada pada masyarakat yang memiliki *power distance* rendah.

Uncertainty Avoidance

Uncertainty Avoidance merupakan tingkat ketidaknyamanan masyarakat karena adanya ketidakpastian (*uncertainty*) dan ambiguitas. Masyarakat yang memiliki *uncertainty avoidance* kuat akan membuat aturan perilaku yang ketat dan tidak toleran terhadap orang atau ide yang menyimpang dari tatanan masyarakat. Masyarakat yang memiliki *uncertainty avoidance* lemah cenderung lebih santai dan lebih toleran terhadap orang atau ide yang menyimpang dari tatanan masyarakat.

Masyarakat yang memiliki tingkat *uncertainty avoidance* lemah lebih banyak ditemui di negara-negara barat. Mereka yang memiliki *uncertainty avoidance* lemah akan berani mengambil resiko, memiliki sedikit aturan, menerima perbedaan pendapat, dan lebih toleran. Karena mereka merasa ketidakpastian bukan sesuatu yang mengancam, mereka juga lebih santai menghadapi kondisi ketidakpastian.

Sebaliknya, masyarakat yang memiliki tingkat *uncertainty avoidance* tinggi banyak ditemukan di negara-negara timur. Masyarakat ini kurang berani mengambil resiko, punya banyak aturan, menyukai konsensus, dan kurang toleran terhadap perilaku yang menyimpang. Pada masyarakat ini ketidakpastian menyebabkan stress dan kegalauan sehingga perilakunya lebih bisa diprediksi.

Hasil penelitian Bond (2005) seperti ditulis ulang oleh Itim (2012) menunjukkan bahwa Indonesia memiliki skor *uncertainty avoidance* 48 tidak jauh berbeda dengan AS yang memiliki skor 46. Meski tidak jauh berbeda namun tingkat *uncertainty avoidance* di Indonesia sebagai representasi negara timur masih lebih tinggi dibanding AS. Ini berarti masyarakat Indonesia masih cenderung menghindari resiko dalam pekerjaannya meskipun bisa jadi tingkat penghindaran resiko ini semakin kecil. Hasil penelitian ini juga mengindikasikan bahwa masyarakat yang memiliki tingkat *uncertainty avoidance* tinggi cenderung tidak menyukai perilaku yang disfungsional. Argumen ini mengarahkan pada proposisi 4 yaitu;

Proposisi 4 *Agent* pada masyarakat yang memiliki tingkat *uncertainty avoidance* tinggi cenderung *risk averse* dibanding *agent* pada masyarakat yang memiliki tingkat *uncertainty avoidance* rendah

Masculinity vs Femininity

Masculinity yang biasanya dicontohkan pada masyarakat AS mengacu pada preferensi masyarakat terhadap prestasi, heroisme, ketegasan, dan kesuksesan materi. Budaya maskulin konsisten dengan asumsi *agency theory* bahwa ada perbedaan tujuan antara *agent* dan *principal*. Para *agent* dalam budaya maskulin lebih dapat menerima resiko yang tinggi dikaitkan dengan penghasilan yang besar karena mereka cenderung menginginkan kesuksesan materi. Sebaliknya, *femininity* mengacu pada preferensi masyarakat terhadap hubungan, kelembutan, kepedulian pada sesama dan kualitas hidup. Budaya

feminin lebih menyukai pelayanan dan harmoni. Karena keinginannya untuk mencapai harmoni, *agent* pada budaya feminin memiliki tujuan yang sejalan dengan tujuan *principal*. Oleh karena itu dalam budaya feminin perilaku oportunistik cenderung dapat dikurangi. Para *agent* dalam budaya feminin juga lebih suka dinilai atas dasar kontrak berbasis perilaku karena orientasi mereka adalah memberi pelayanan.

Hasil penelitian Bond (2005) seperti ditulis ulang oleh Itim (2012) menunjukkan bahwa Indonesia memiliki skor *masculinity* 46 sedangkan AS memiliki skor 62. Ini menunjukkan masyarakat AS lebih maskulin dibanding masyarakat Indonesia sehingga wajar bila asumsi *agency theory* adanya konflik tujuan dapat dibuktikan di AS. Namun di negara timur seperti Indonesia yang budayanya lebih feminin asumsi ini belum tentu terbukti. Oleh karena itu proposisi 5 dan 6 adalah sebagai berikut;

Proposisi 5 *Agent* yang berkerja pada masyarakat dengan budaya feminin cenderung memiliki keselarasan tujuan dengan *principal* dan organisasi dibandingkan *agent* yang bekerja pada masyarakat dengan budaya maskulin

Proposisi 6 *Agent* yang bekerja pada masyarakat yang memiliki budaya feminin cenderung kurang *self-interest* dibanding *agent* yang bekerja pada masyarakat yang memiliki budaya maskulin.

4. KESIMPULAN

Agency theory telah diaplikasikan pada banyak penelitian akuntansi, perilaku dan organisasi. Asumsi-asumsi *agency theory* telah banyak didukung oleh bukti-bukti empiris namun mayoritas penelitian tersebut dilakukan di negara-negara barat tempat dimana *agency theory* muncul dan berkembang. Penelitian-penelitian di negara-negara timur menunjukkan hasil yang tidak konsisten bahkan bertentangan dengan asumsi-asumsi tersebut. Asumsi-asumsi *Agency theory* yaitu adanya konflik tujuan, perbedaan preferensi resiko dan *self-interest*

merupakan karakteristik-karakteristik budaya barat. Ketika diaplikasikan pada masyarakat yang memiliki karakteristik budaya yang berbeda bisa jadi asumsi-asumsi ini tidak didukung. Seharusnya asumsi *agency theory* disesuaikan dengan karakteristik budaya dimana penelitian tersebut dilakukan. Penelitian ini berusaha memberikan perspektif berbeda dalam memandang asumsi-asumsi dalam *agency theory* yaitu menggunakan empat dimensi budaya yang dikemukakan oleh Hofstede (1980) yaitu *individualism vs collectivism, Power Distance, Uncertainty Avoidance, Masculinity vs Femininity*.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa ketika diaplikasikan dalam masyarakat yang memiliki sistem budaya berbeda, asumsi-asumsi dalam *agency theory* tersebut dapat dimodifikasi sehingga dapat merefleksikan realitas yang sebenarnya. Namun, oleh karena penelitian ini merupakan kajian secara teoritis, penelitian lanjutan perlu dilakukan untuk menguji secara empiris proposisi-proposisi yang diajukan dalam tulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Davis, et, al.,1997. Toward a Stewardship theory of Management. *Academy of Management Journal*. Vol. 22. 40-47
- Deegan, C. 2004. *Financial Accounting Theory*. McGraw Hill. Australia
- Eisenhardt, K.M. 1989. *Agency theory: An assesment and review*. *Academy of Management Review*. Vol. 14. 57-74
- Filmer, D & Lindauer, D.L.2001. Does Indonesia have a 'low pay' civil Service?. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*. Vol 37. No. 2. 189-205
- Gray, S.J. (1988). Towards a theory of cultural influence on the development of accounting systems internationally. *Abacus*. Vol. 24: 1-15.
- Itim Internasional. 2012. Indonesia. <http://geerthofstede.com/indonesia.htm>
- Jensen, M.C & Meckling, W.H. 1976. Theory of the firm: Managerial behavior, *agency costs, and ownership structure*. *Journal of Financial Economics*. Vol. 3. 305-360
- Johnson, N.B & Droege, S. 2004. Reflections on the Generalization of *Agency theory: Cross-cultural Considerations*. *Human Resources Management Review*. Vol. 14. 325-335
- Kunz, A.H & Pfaff, D. 2002. *Agency theory, Performance Evaluation, and the hypothetical construct of intrinsic motivation*. *Accounting, Organizations and Society*. Vol. 37. 275-295
- Saam, N.J. 2007. Assymetry in information versus assymetry in power: implicit assumptions of *agency theory* ?. *The Journal of Socio-Economics*. Vol. 36. 825-840
- Wright, et, al. 2001. A reexamination of *agency theory* assumptions: extensions and extrapolations. *Journal of Socio-Economics* Vol 30. 413-129