

REFLEKSI *AGENCY THEORY* DALAM PERSPEKTIF BUDAYA

Diana Isnaeni

Fakultas Ekonomi Universitas Pawayatan Daha, Kediri, Indonesia

email: ¹|dianaisnaeni09@gmail.com

Abstrak

Agency theory berasumsi bahwa *principal* dan *agent* memiliki tujuan yang berbeda, mementingkan utilitas mereka dan memiliki preferensi resiko yang berbeda. Dalam penelitian ini, diasumsikan perbedaan budaya akan memberikan warna yang berbeda dalam *agency theory*. Budaya dapat menyelaraskan tujuan antara *principal* dan *agent*, merubah preferensi resiko mereka dan mengurangi tindakan oportunistis. Hasil dari 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. Penelitian lanjutan perlu dilakukan untuk menguji secara empiris proposisi-proposisi yang diajukan dalam penelitian ini.

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

Abstract

Agency theory assumes that principals and agents have different goals, prioritize their utilities and have different risk preferences. In this paper, it is assumed that cultural differences will give a different color in *agency theory*. Culture can align goals between principals and agents, change their risk preferences and reduce opportunistic actions. The results of this study indicate that when applied in societies that have different cultural systems, the assumptions in *agency theory* can be modified so that they reflect the actual reality. Further research needs to be conducted to empirically test the propositions put forward in this research

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-agent*, bahwa bisa jadi dalam situasi berbeda *agent* dan prinsipal 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 fenomena dan perbedaan-perbedaan dalam sistem sosial termasuk dalam akuntansi perilaku. Violet (1983) dalam Deegan (2004, 175) misalnya menyatakan bahwa akuntansi merupakan 'aktivitas sosial-tehnis' 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 termasuk dalam akuntansi.

Agency theory berasumsi bahwa tujuan, preferensi resiko, self-interest berbeda antara prinsipal dan agen (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. Asumsi-asumsi agency theory ketika diaplikasikan pada setting penelitian budaya timur tidak didukung dan bahkan menunjukkan hasil yang bertentangan (Filmer & Lindauer 2001).

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan 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?. Sementara pada penelitian-penelitian akuntansi, terutama dalam penelitian-penelitian yang meneliti aspek perilaku, *agency theory* telah menjadi *grand theory* yang banyak dijadikan dasar pengambilan keputusan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merefleksikan *agency theory* dalam perspektif budaya untuk melihat kesesuaian asumsi *agency theory* dalam konteks budaya yang berbeda. 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*.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode *literature review*. Pembahasan dalam tulisan 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 agen dan prinsipal serta self-interest dikaitkan dengan empat dimensi budaya Hofstede (1980) yaitu *individualism vs collectivism*, *Power Distance*, *Uncertainty Avoidance*, *Masculinity vs Femininity*.

3. Hasil dan Pembahasan

Agency Theory

Agency theory berkaitan dengan hubungan kerja sama antara agen dan prinsipal. Prinsipal memberikan kewenangan kepada agen untuk bertindak atas nama prinsipal dan kesejahteraan principal menjadi dasar keputusan-keputusan yang diambil oleh agen (Jensen & Meckling, 1976). Ada tiga perbedaan utama dalam hubungan antara prinsipal dan agen yaitu (Saam, 2007) pertama, asimetri informasi. Asimetri informasi muncul karena prinsipal tidak dapat memonitor agen secara penuh walaupun bisa dibutuhkan biaya yang sangat besar. Informasi ini dibutuhkan prinsipal untuk menggaji agen. Prinsipal juga membutuhkan informasi agar dapat mempengaruhi kinerja agen. Kesenjangan informasi inilah yang dalam *agency theory* disebut sebagai asimetri informasi. Kedua adalah preferensi resiko yang berbeda. Prinsipal dan agen 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 (prinsipal dan agen) ingin memaksimalkan utilitasnya. Prinsipal ingin memaksimalkan returnnya sedangkan agen ingin memaksimalkan pendapatannya. Masalah konflik tujuan ini disebut masalah agensi.

Perhatian dari teori ini adalah bahwa kesejahteraan prinsipal tidak dapat dimaksimalkan karena prinsipal dan agen cenderung memiliki tujuan yang berbeda serta preferensi resiko yang berbeda (Wright et al 2001). Agen diasumsikan lalai dalam pekerjaannya bila ada kesempatan (Johnson & Droege 2004). Oleh karena itu prinsipal menjanjikan kompensasi agar perilaku agen sesuai dengan tujuan prinsipal (Jensen & Meckling, 1976). Salah satu cara untuk menyelaraskan tujuan prinsipal dan agen adalah dengan mendesain kontrak. Ada dua tipe kontrak yang bisa diaplikasikan yaitu kontrak berbasis perilaku dan kontrak berbasis hasil (Eisenhardt, 1989). Kontrak berbasis perilaku memberikan kompensasi kepada agen

sementara untuk memastikan agen berperilaku sesuai keinginan prinsipal akan dilakukan proses monitor. Secara teoritis, diasumsikan jika prinsipal memberikan kompensasi yang sesuai, agen akan menunjukkan perilaku yang selaras dengan tujuan prinsipal. Di lain pihak, kontrak berbasis hasil (insentif) akan memberikan kompensasi pada agen sesuai dengan efektivitas kontrak. Hasil dalam kontrak ini lebih penting dibanding perilaku. Oleh karena itu kontrak berbasis hasil akan memacu agen untuk lebih agresif mencapai targetan yang ditetapkan namun bisa jadi perilaku tersebut akan menyebabkan moral hazard dan meningkatkan biaya operasional (Johnson & Droege, 2004). Agen maupun prinsipal diasumsikan berusaha maksimalkan utilitasnya masing-masing, karena asumsinya agen tidak akan bertindak untuk kepentingan terbaik prinsipal (Jensen & Meckling, 1976).

Prinsipal dan agen dalam *agency theory* diasumsikan memiliki preferensi terhadap resiko yang berbeda. Prinsipal diasumsikan netral terhadap resiko karena *principal* dapat melakukan diversifikasi kepemilikan saham mereka di banyak perusahaan. Sebaliknya, agen diasumsikan menolak risiko karena agen berusaha mengamankan pekerjaan dan pendapatannya di perusahaan tempat ia bekerja. Pada intinya, agen 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 agen 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 agen. Sistem insentif dan sistem kompensasi juga dapat dirancang secara tepat untuk memastikan bahwa agen memikirkan kepentingan *principal*.

Dimensi Budaya

Agency theory berasumsi bahwa tujuan, preferensi resiko, self-interest berbeda antara prinsipal dan agen (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.

Proposisi

Individualism vs Collectivism

Penekanan utama dalam dimensi budaya *individualism vs collectivism* adalah tingkat interdependensi (ketergantungan) antar individu dalam masyarakat. Dimensi individualism-collectivism melibatkan hubungan antara masyarakat dan organisasi (Johnson & Droege, 2004). Dalam masyarakat yang kolektif, baik prinsipal dan agen memiliki kewajiban moral untuk meningkatkan solidaritas kelompok. Organisasi tidak hanya menawarkan keamanan dalam ekonomi tapi juga memberikan dukungan emosional. Sebaliknya dalam masyarakat yang individualis, agen secara emosional tidak terikat pada prinsipal. Pencapaian organisasi sangat tergantung pada inisiatif individu. Organisasi memiliki kewajiban moral minimal terhadap agen demikian pula agen terhadap prinsipal (Johnson & Droege, 2004). Berdasarkan penelitian Bond (2005) dalam Itim (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 agen *self-interest* bisa jadi kurang tepat pada budaya yang kolektif.

Collectivism lebih menekankan pada menyelaraskan tujuan organisasi dan individu berdasarkan pada hubungan baik. *Collectivism* lebih menekankan pada kebaikan organisasi dibandingkan kebaikan individu (Johnson & Droege, 2004) sehingga agen 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 Agen yang bekerja pada masyarakat yang memiliki budaya kolektif cenderung memiliki keselarasan tujuan dengan organisasi dibanding agen yang bekerja pada masyarakat yang memiliki budaya individualis

Proposisi 2 Agen yang bekerja pada masyarakat yang memiliki budaya kolektif cenderung kurang self-interest dibanding agen yang bekerja pada masyarakat yang memiliki budaya individualis

Power Distance

Power distance mengacu pada bagaimana masyarakat menerima didistribusi 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 agen di negara timur cenderung menerima adanya perbedaan kekuasaan dan bersedia mengikuti ketentuan organisasi. Sehingga seharusnya agen 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, agen cenderung menolak otoritas prinsipal. *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 Agen dan prinsipal yang berada dalam masyarakat yang memiliki *power distance* tinggi cenderung memiliki keselarasan tujuan dengan organisasi dibanding agen dan prinsipal 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 disfungsi. Argumen ini mengarahkan pada proposisi 4 yaitu;

Proposisi 4 Agen pada masyarakat yang memiliki tingkat *uncertainty avoidance* tinggi cenderung *risk averse* dibanding agen 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 agen dan prinsipal. Para agen 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, agen pada budaya feminin memiliki tujuan yang sejalan dengan tujuan prinsipal. Oleh karena itu dalam budaya feminin perilaku oportunistik cenderung dapat dikurangi. Para agen 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 Agen yang berkerja pada masyarakat dengan budaya feminin cenderung memiliki keselarasan tujuan dengan prinsipal dan organisasi dibandingkan agen yang bekerja pada masyarakat dengan budaya maskulin

Proposisi 6 Agen yang bekerja pada masyarakat yang memiliki budaya feminin cenderung kurang *self-interest* dibanding agen 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 dari 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. 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://geert-hofstede.com/indonesia.html>.
- 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.
- Wreight, et, al. (2001). A reexamination of agency theory assumptions: extensions and extrapolations. *Journal of Socio-Economics* Vol 30: 413-429.