

Suasana Hati (Mood) dan Kejujuran (Honesty) dalam Pelaporan Anggaran

Ahmad Alief Wardiman^{1*}, Syarifuddin², Andi Kusumawati³

Universitas Hasanuddin

Email: aliefwardiman19@gmail.com^{1*}, syarif1963@yahoo.com², andikusumawati@unhas.ac.id³

Diterima: 28 Agustus 2023 | Disetujui: 23 November 2023 | Dipublikasikan: 09 Desember 2023

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh suasana hati dan kejujuran dalam pelaporan anggaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan eksperimen dengan perangkat lunak oTree dan sampel sebanyak 150 partisipan. Menggunakan alat analisis SPSS penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa secara signifikan suasana hati seorang manajer akan memengaruhi pelaporan anggaran. Penelitian ini juga memberikan bukti empiris bahwa, ketika manajer berada dalam suasana hati yang positif maka pelaporan keuangan yang dilaporkan oleh manajer akan lebih jujur dan jika suasana hati seorang manajer negatif maka pelaporan anggaran yang diberikan tidak lebih jujur ketika suasana hati manajer positif. Penelitian ini menambah literatur teori suasana hati dan kejujuran yang dikaitkan dengan pelaporan anggaran dalam konteks studi eksperimen.

Kata Kunci: *Suasana Hati, Kejujuran, Pelaporan Anggaran, Studi Eksperimen*

Abstract

This study aims to see the effect of mood and honesty in budget reporting. This study uses an experimental approach with oTree software and a sample of 150 participants. Using the SPSS analysis tool, this study succeeded in showing that the mood of a manager will significantly affect budget reporting. This study also provides empirical evidence that, when managers are in a positive mood, financial reporting reported by managers will be more honest and if a manager's mood is negative then the budget reporting provided is not more honest when the manager's mood is positive. This study adds to the literature of mood and honesty theories associated with budget reporting in an experimental study context.

Keywords: *Mood, Honesty, Budget Reporting, Experimental Study*

PENDAHULUAN

Penyusunan anggaran menjadi aspek krusial bagi pemerintah dan perusahaan. Kedua sisi memiliki perbedaan mendasar dalam menyusun kebijakan dari pelaporan anggaran. Dari sisi pemerintah, formulasi kebijakan anggaran erat kaitannya dengan masalah politik dan kekuasaan (Sailela, 2015) & (Sailela & Yusuf, 2017). Politik dianggap sebagai dasar kebijakan anggaran untuk beroperasi (Sailela, 2017). Selain itu, pengaturan-pengaturan kekuatan (*power*) dari kekuasaan sangat penting dalam proses pembentukan kebijakan anggaran, yang mana hal tersebut semestinya lebih berorientasi kepada kebutuhan publik (Sailela, 2017). Dalam kaitan tentang penganggaran, (Sailela, 2017) lebih lanjut, menjelaskan bahwa wajah (*face*) dan hati (*heart*) dari pelaku pengambil keputusan merupakan suatu bentuk dari anggaran. Wajah dan hati yang dimaksud di sini lebih mengarah kepada tentang perumusan kebijakan yang tidak boleh berfokus terlalu mendalam pada akal rasional tubuh. Namun, penting untuk mengedepankan penggunaan intuisi atau insting dan hati yang bahkan dapat melampaui akal sehat (Sailela & Yusuf,

2017). Dalam pengambilan keputusan, manusia tidak dapat mengesampingkan sisi emosional dan intelektual, dan, dengan demikian, intuisi menjadi hal yang lebih kuat dan harus dilibatkan (Sailela & Yusuf, 2017). Hal inilah yang mungkin dapat menyebabkan efek kepada pengambilan keputusan, bahkan dalam pelaporan anggaran.

Di sisi lain, pihak swasta memiliki kebijakan tersendiri di dalam menyusun anggaran. Untuk meningkatkan profit mereka, perusahaan cukup memperhatikan masalah lingkungan kerja (Altenburger, 2017). Lebih lanjut, lingkungan kerja yang positif untuk kepentingan pekerja menjadi faktor krusial yang menyebabkan banyak organisasi menginvestasikan dana-dana besar untuk hal tersebut (Altenburger, 2021) dan (Dill, 2016). Dalam artian bahwa tempat kerja yang optimal menjadi penting, sehingga banyak perusahaan sering mencoba untuk memenangkan persaingan dalam menciptakan lingkungan kerja tersebut (Dill, 2016) dan (Glassdoor, 2018). Dalam estimasi survei (Gallup, 2017), perilaku yang tidak puas oleh tenaga kerja menghasilkan kehilangan produktivitas, sehingga investasi dalam tempat kerja yang sangat baik menjadi masuk akal dibentuk. Beberapa studi juga mengungkapkan bahwa kepuasan tenaga kerja terkait dengan suasana hati (*mood*) mereka di tempat kerja, yang mengartikan bahwa suasana hati karyawan menjadi faktor krusial bagi perusahaan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan dan mendorong perilaku karyawan yang diinginkan misalnya, (Dimotakis et al., 2011); (Judge & Ilies, 2004); dan (Weiss et al., 1999) utamanya ketika melihat hubungannya terhadap kejujuran dalam melaporkan anggaran.

Dalam konteks kejujuran, beberapa penelitian terdahulu telah menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kejujuran, seperti distribusi yang setara dalam pendapatan, rentang kendali, dan akurasi sistem informasi (Cardinaels, 2016); (Evans III et al., 2001); dan (Matuszewski, 2010). Penelitian tentang mood dan kejujuran dalam pelaporan anggaran menjadi krusial untuk dibentuk, setelah kaitan antara perilaku jujur dan mood tercermin dalam beberapa penelitian, yang mana terdapat dua hasil yaitu bahwa seseorang sering mengalami perasaan hati yang positif ketika jujur (Park et al., 2017) dan perasaan yang negatif ketika seseorang tidak jujur (Abe et al., 2007); (Supeni et al., 2023) dan (Garrett et al., 2016). Kejujuran dalam pelaporan anggaran kadang menjadi tidak penting. Terkadang pelaporan yang lebih tidak jujur menjadi lebih dapat diterima, dibandingkan pelaporan yang mengandung kejujuran Hal ini merupakan sebuah gambaran dari dinamika penipuan. Dengan demikian, beberapa manajer menjadikan ketidakjujuran rekan sebagai tameng dan sebagai pembenaran dari ketidakjujuran mereka sendiri (Paz et al., 2014).

Selain itu, dalam hal penganggaran partisipatif, seorang manajer yang berada dalam keadaan suasana hati (*mood*) yang positif memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk memproses akibat positif dari kejujuran karena mereka menghabiskan banyak upaya kognitif untuk mengelola suasana hati mereka. Oleh karena itu, ketika manajer memiliki mood yang baik, mereka akan berusaha untuk menyampaikan informasi dengan jujur (Altenburger, 2021). Sebaliknya, ketika mood mereka buruk, manajer cenderung jarang mempertimbangkan dampak negatif dari berbagai tindakan pelaporan. Ini berarti mereka laporan anggaran yang kurang jujur. Emosi yang hadir dalam masing-masing individu (manusia) yang bergantung pada suatu kondisi di waktu tertentu dan dapat berubah-ubah seiring waktu seiring kondisi yang dialami dapat dikatakan sebagai suasana hati (*mood*) (Ekkekakis, 2011). Dalam teori pemeliharaan *mood*, keputusan-keputusan yang mengundang banyak pertanyaan cenderung dihindari oleh auditor atau manajer yang sedang berada dalam suasana hati positif. Manajer dengan suasana hati ini berusaha untuk menghindari situasi yang rumit dan tidak menyenangkan, yang berarti mereka mempertimbangkan untuk mempertahankan suasana hatinya. Manajer dengan suasana hati

negatif, di sisi lain, lebih tidak memperdulikan suasana hatinya, yang dapat mengakibatkan pengambilan keputusan yang tidak jujur, seperti membuat laporan anggaran yang kreatif.

Dalam aspek kepentingan perusahaan atau organisasi, kejujuran dari manajer menjadi sangat penting. Manajer yang jujur menjadi sangat berharga karena bertanggung jawab dalam pelaporan untuk mengalokasikan sumber daya. Namun, pada beberapa kasus, manajer sering kali mendapat manfaat dari kesalahan pelaporan yang diperbuat. Dapat dikatakan bahwa pengaruh dari rekan kerja (*peer*) di organisasi dapat menentukan arah dari tingkat kejujuran seorang manajer (Cardinaels & Jia, 2015); dan (Paz et al., 2014). Dalam beberapa studi terdahulu, metode eksperimen laboratorium dibentuk dalam memahami pelaporan anggaran (Altenburger, 2021); (Hansen & Van der Stede, 2004); (Rosdini, 2013); dan (Shields & Shields, 1998). Hal ini menjadi penting dilakukan setelah situasi dari masing-masing manajer menjadi berbeda, sehingga menimbulkan informasi yang asimetris dalam pelaporan anggaran. Penelitian terkait pelaporan anggaran dalam hubungannya terhadap mood dan kejujuran belum ditemukan metode terbaru selain eksperimen.

Proses penganggaran partisipatif sering digunakan untuk mengkomunikasikan informasi di antara tingkat hierarki yang berbeda jika ada asimetri informasi di antara para manajer (misalnya, Hansen & Van der Stede, 2004; Shields & Shields, 1998). Untuk mengurangi kesenjangan anggaran, manajer sering dimotivasi untuk melaporkan secara tidak akurat ke tingkat atas (misalnya, Libby & Lindsay, 2010; dan Hansen & Van der Stede, 2004). Kejujuran tidak dipertimbangkan dalam teori ekonomi konvensional. Namun, (Evans III et al., 2001) menemukan bahwa manajer umumnya lebih suka kejujuran dalam pelaporan anggaran. Kemudian, beberapa studi meneliti faktor situasional yang berpotensi mengubah tingkat kejujuran dari manajer dalam penganggaran, dengan hasil bahwa penggunaan sistem informasi dalam membantu pengungkapan kesalahan pelaporan dapat mengubah kejujuran manajerial (Hannan et al., 2006); dan (Cardinaels, 2016). Efek dari preferensi rekan kerja atau asisten mengenai kejujuran memberikan perubahan dalam perilaku manajer jika terdapat pembagian kesenjangan (Church et al., 2012) (Qomariah et al., 2021). Pengaruh teman sebaya atau rekan kerja dalam bentuk norma sosial yang bersifat injunctive, selanjutnya, mengubah pola kejujuran yang ditampilkan oleh para manajer, tetapi pengaruh tersebut berkurang jika beberapa teman sebaya menyimpang dari norma masing-masing (Altenburger, 2017).

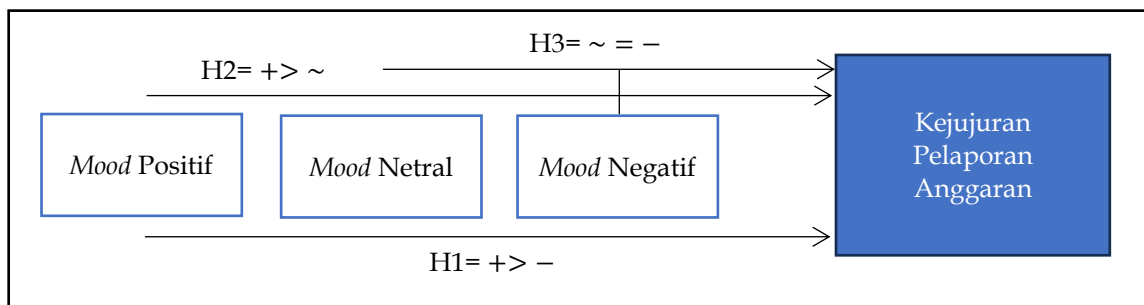
Pada akhirnya, penelitian tentang interaksi antara mood dan kejujuran masih sangat kurang. Dalam studi terbaru, mood manajer, sebagai faktor situasional yang memberikan perubahan pada tingkat kejujuran yang ditampilkan dalam penganggaran, dapat relevan secara praktis, karena merupakan variabel hemat biaya secara potensi yang mungkin dapat dipengaruhi oleh perusahaan untuk menciptakan dorongan terhadap perilaku manajerial yang diinginkan. Melalui eksperimen laboratorium, studi tersebut menemukan bahwa manajer dalam mood positif melaporkan anggaran mereka lebih jujur daripada manajer dalam mood negatif. Mencapai keadaan mood yang netral, bagaimanapun, tidak cukup meningkatkan kejujuran untuk mengimbangi efek dari keadaan mood yang negatif (Altenburger, 2021).

Sebagai sifat alaminya, orang-orang selalu dalam keadaan mood tertentu yang mampu memengaruhi pikiran dan tindakan mereka. Mood orang-orang dapat memengaruhi perilaku mereka di tempat kerja, setelah sebagian dari mereka menghabiskan banyak waktu di tempat kerja. Oleh karena itu, dalam menjelaskan hubungan *mood* dan *honesty* dalam proses pelaporan anggaran, Teori Kontingensi Hedonis (*Hedonic Contingency Theory*) menjadi teori yang paling relevan dalam menjelaskan hubungan

tersebut. Teori ini mengasumsikan bahwa perilaku orang-orang memiliki konsekuensi afektif yaitu bahwa perilaku mereka memengaruhi suasana hati mereka (Wegener & Petty, 1994). Lebih spesifik, orang-orang yang berada dalam mood positif dapat menginvestasikan upaya kognitif untuk mempertahankan atau meningkatkan mood. Individu-individu tersebut memproses konsekuensi afektif dari tindakan yang berbeda dan tindakan yang dilakukan yang mungkin membantu mereka untuk mempertahankan atau meningkatkan mood mereka.

Proses ini tampak untuk bekerja hampir secara tidak sadar (Handley et al., 2004); dan (Hirt et al., 2008). Sebaliknya, orang-orang yang berada dalam mood negatif perlu menginvestasikan lebih sedikit upaya kognitif dalam melakukan manajemen mood. Dengan kata lain, konsekuensi afektif dari perilaku individu-individu tersebut tidak perlu diproses, karena kemungkinan bahwa hampir setiap perilaku akan menyebabkan mereka untuk dapat mempertahankan atau meningkatkan mood (Altenburger, 2021). Lebih lanjut, dibandingkan dengan situasi mood yang negatif, teori ini tidak dapat memprediksi secara akurat bagaimana mengendalikan mood secara netral. Ini disebabkan oleh dua dampak yang berlawanan. Pertama, seseorang yang berada dalam mood netral memiliki lebih sedikit pilihan perilaku untuk meningkatkan mood daripada orang yang berada dalam mood negatif. Kedua, orang yang berada dalam mood netral cenderung memiliki ciri khas yang lebih sedikit daripada orang yang berada dalam mood positif dan negatif, yang berarti mereka menghabiskan lebih sedikit upaya kognitif untuk mengelola mood.

Studi-studi sebelumnya menemukan bahwa orang-orang cenderung memiliki mood positif ketika mereka jujur (Park et al., 2017); dan (ten Brinke et al., 2015) dan memiliki mood negatif ketika mereka tidak jujur (Abe et al., 2007) dan (Garrett et al., 2016). Oleh karena itu, penelitian ini mencoba untuk mengobservasi apakah manajer dengan mood yang positif akan menghadirkan laporan anggaran yang jujur atau manajer dengan mood yang negatif akan membentuk laporan anggaran yang tidak jujur. Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian di atas, maka model penelitian yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:



Gambar 1 Model Penelitian yang Dikembangkan

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini berfokus untuk mengobservasi tentang hubungan antara suasana hati (*mood*) dan kejujuran (*honesty*) dalam pelaporan anggaran. Dalam mencapai tujuan tersebut, hipotesis-hipotesis penelitian yang dibangun diuji di dalam sebuah eksperimen laboratorium secara *online* (dalam jaringan). Penelitian ini menggunakan metode penelitian eksperimen secara daring (*online*) dengan desain model *true-experimental design* (Patzer, 1996), untuk mengetahui hubungan kausal antara *mood* dan *honesty*. Pengaturan eksperimen diadopsi dari penelitian Altenburger (2020) dan Evans et al. (2001)

sebagai dasar (*baseline*) untuk tugas pelaporan anggaran (*budget reporting task*). Sebagai tambahan, insentif ekonomi akan diberikan kepada peserta eksperimen yang memberikan laporan secara oportunistik dengan menciptakan kesenjangan anggaran.

Mengadopsi dasar tugas pelaporan anggaran dengan *true-experimental design*, penelitian ini berfokus kepada mahasiswa Sarjana (S1), Magister (S2), dan Doktor (S3) di Universitas Hasanuddin. Peneliti mempertimbangkan beberapa teori ahli saat menentukan jumlah sampel yang tepat dilihat dari penelitian (Syahnur & Bahari, 2023), dimana teori pertama dari (Loehlin, 2004) mengatakan bahwa ukuran sampel minimal adalah 200 untuk mengurangi bias, dalam teori (Stevens, 2012) mengatakan bahwa ukuran sampel rata-rata harus setidaknya lima belas kali lipat dari total variabel penelitian. Namun, menurut (Bentler & Chou, 1987) ukuran sampel harus setidaknya lima kali jumlah parameter bebas dalam kerangka model, termasuk kesalahan. Sedangkan, (Hoogland & Boomsma, 1998), data dengan nilai kurtosis yang tinggi harus memiliki ukuran sampel setidaknya sepuluh kali lipat dari jumlah parameter bebas yang diteliti. Terakhir, menurut (Ferdinand, 2002), untuk mengumpulkan sampel populasi yang tidak terbatas, jumlah variabel dan parameter terkecil dikalikan 5–10. Oleh karena itu, ada sekitar 150 siswa yang mengikuti penelitian. Uji hipotesis dan eksperimen yang dilakukan dalam jaringan (*daring*) dilakukan dengan bantuan platform perangkat lunak oTree dan SPSS.

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional
1.	Koefisien Kejujuran	Tingkat kejujuran pelaporan anggaran manajer
2.	<i>Mood</i> Positif	Rata-rata dari tingkat suasana hati (<i>mood</i>) manajer yang positif, seperti perasaan gembira.
3.	<i>Mood</i> Netral	Rata-rata dari tingkat suasana hati (<i>mood</i>) manajer yang netral, seperti tidak mengetahui <i>mood</i> nya sendiri.
4.	<i>Mood</i> Negatif	Rata-rata dari tingkat suasana hati (<i>mood</i>) manajer yang negatif, seperti perasaan terancam.

Sumber: diolah, 2023

HASIL

Penelitian ini dilakukan secara *daring* dengan pendekatan eksperimen yang diikuti oleh 150 orang partisipan. Penelitian ini memberikan biaya kehadiran untuk masing-masing partisipan sebesar Rp. 50,000, dan secara rata-rata partisipan mengonsumsi Rp. 25,250 sebagai kesenjangan dengan melaporkan secara tidak jujur. Proses pembayaran juga dilakukan via transfer. Gambaran statistik koefisien kejujuran dari 3 (tiga) grup eksperimen ditampilkan di Tabel 1. Secara rata-rata, total koefisien kejujuran sebesar 63.83. Berdasarkan nilai total tersebut, dapat diketahui bahwa nilai kesenjangan yang mungkin (*possible slack*) diciptakan oleh partisipan adalah 36.17 persen. Selain itu, rata-rata koefisien kejujuran terhadap grup eksperimen digambarkan secara grafis dalam Gambar 2.

Tabel 2 Statistik Koefisien Kejujuran

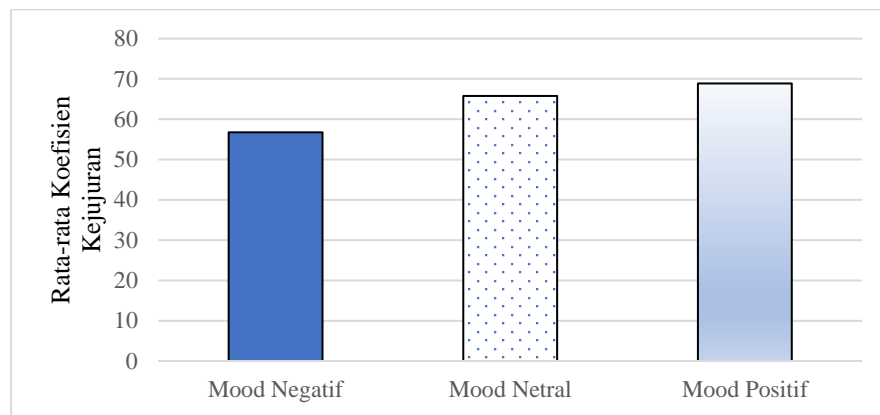
Grup	Mean	St. Deviation
<i>Mood</i> Positif (n = 52)	68.88	154.06
<i>Mood</i> Netral (n = 50)	65.78	173.04

Mood Negatif (n = 48)	56.75	237.66
Total	63.83	186.34

Catatan:

- Koefisien Kejujuran berdasarkan persamaan (4).
- Mood Positif = grup eksperimen yang mana partisipan dibujuk untuk berada dalam sebuah mood positif.
- Mood Netral = grup eksperimen yang mana partisipan dibujuk untuk berada dalam sebuah mood netral.
- Mood Negatif = grup eksperimen yang mana partisipan dibujuk untuk berada dalam sebuah mood negatif.

Sumber: Data diolah, 2023



Gambar 2 Rata-Rata Koefisien Kejujuran Terhadap Grup Eksperimen

Sebanyak 52 partisipan, grup dalam sebuah mood positif memiliki sebuah rata-rata koefisien kejujuran yang paling tinggi, dengan nilai 68.88 secara rata-rata. Selanjutnya, grup dalam sebuah mood netral mencapai 65.78 rata-rata koefisien kejujuran. Terakhir, nilai rata-rata koefisien kejujuran dari grup yang berada dalam kondisi mood negatif adalah sebesar 56.75. Oleh karena itu, hasil eksperimen yang menghadirkan nilai koefisien kejujuran dari 3 (tiga) grup sesuai dengan harapan yang dirumuskan dalam hipotesis yang diajukan. Bagian selanjutnya menjelaskan hasil analisis dengan mengungkapkan apakah perbedaan-perbedaan nilai koefisien ini signifikan secara statistik.

Tabel 3 Hasil Uji Hipotesis

Panel A: Uji Hipotesis 1		
	t-statistic	p-value
H1: Kejujuran Mood Positif > Kejujuran Mood Negatif	0.324	0.008
Panel B: Uji Hipotesis 2		
	t-statistic	p-value
H2: Kejujuran Mood Positif > Kejujuran Mood Netral	0.287	0.424
Panel C: Uji Hipotesis 3		
	t-statistic	p-value
H3: Kejujuran Mood Netral > Kejujuran Mood Negatif	16.241	0.948

Catatan:

- Variabel dalam analisis ini adalah **Kejujuran**; yang merupakan nilai rata-rata koefisien kejujuran terhadap tiap manajer untuk semua periode pelaporan
- Definisi variabel-variabel:

- Kejujuran = $\left[1 - \frac{(\text{Created Slack})}{(\text{Possible Slack})}\right] \times 100 \dots (4)$
- *Mood* Positif = grup eksperimen yang mana partisipan dibujuk untuk berada dalam sebuah *mood* positif.
- *Mood* Netral = grup eksperimen yang mana partisipan dibujuk untuk berada dalam sebuah *mood* netral.
- *Mood* Negatif = grup eksperimen yang mana partisipan dibujuk untuk berada dalam sebuah *mood* negatif.

Sumber: Data diolah, 2023

PEMBAHASAN

Tabel 3 menunjukkan hasil pengujian untuk masing-masing hipotesis melalui uji t (*t-test*). Hipotesis pertama menduga bahwa sebuah perbedaan kejujuran melaporkan anggaran antara para manajer, bergantung pada apakah mereka berada dalam *mood* yang positif atau negatif. Perlu diperhatikan bahwa rata-rata koefisien kejujuran dari masing-masing grup ini adalah 68.88 dan 56.75, seperti yang ditampilkan pada Tabel 2. Berdasarkan pada hasil estimasi uji t, tampak bahwa perbedaan antara dua rata-rata ini adalah signifikan secara statistik dengan nilai $p = 0.008$. Dengan demikian, hasil ini mengimplikasikan bahwa manajer dalam *mood* yang positif cenderung untuk melaporkan lebih jujur, daripada manajer dalam *mood* negatif. Hasil ini mendukung hipotesis pertama yang diajukan dan sejalan dengan temuan penelitian terdahulu (Altenburger, 2021).

Hipotesis kedua, diduga bahwa manajer dalam sebuah *mood* positif melaporkan anggaran dengan lebih jujur, daripada manajer-manajer yang berada dalam *mood* netral. Untuk menguji prediksi ini, koefisien kejujuran dari grup *mood* positif dibandingkan dengan koefisien kejujuran dari grup *mood* netral. Berdasarkan hasil pengujian seperti yang terlihat pada Panel B dari Tabel 3, ditemukan bahwa sebuah hasil yang tidak signifikan secara statistik hadir dengan nilai $p = 0.424$. Dengan demikian, hasil analisis ini tidak dapat mendukung Hipotesis 2. Alasan yang paling masuk akal untuk hasil ini adalah bahwa kemungkinan manajemen *mood* seseorang ketika berada dalam *mood* netral bergantung kepada dua efek yang saling berlawanan, yang berdasarkan teori kontingensi hedonis (Wegener & Petty, 1994). Dalam artian bahwa ketika pilihan-pilihan alternatif yang terbatas untuk meningkatkan *mood* seharusnya menyebabkan sebuah investasi dari usaha kognitif dalam manajemen *mood*, ciri khas yang rendah dari *mood* netral bertindak sebaliknya, yaitu dengan mengurangi upaya kognitif ini. Satu penjelasan tambahan yang logis yang mungkin terkait dengan rangkaian dari alternatif-alternatif peningkatan *mood* adalah bahwa manajer dalam *mood* netral bisa saja mengasosiasikan tingkat kesalahan dalam melaporkan pada tingkat sedang, sekalipun terjadi penurunan *mood* mereka. Oleh karena itu, untuk mempertahankan atau meningkatkan keadaan *mood* para manajer, mereka akhirnya memilih untuk merasa seolah-olah harus mengirimkan laporan yang agak jujur (Altenburger, 2021). Sebagai tambahan, dalam sebuah pengaturan penganggaran yang partisipatif, *mood* yang netral mungkin memiliki bagian yang menonjol yang cukup tinggi bagi para manajer. Hal ini hanya akan menyebabkan penurunan dengan level kecil dalam upaya kognitif yang diinvestasikan dalam manajemen *mood* dan, dengan demikian, mengurangi kecenderungan pelaporan yang salah.

Hipotesis 3 tidak menduga perbedaan yang signifikan dalam arah tertentu, apakah perilaku pelaporan manajer dalam *mood* netral atau negatif. Dugaan ini sesuai dengan hasil analisis yang menunjukkan bahwa rata-rata koefisien kejujuran dari kelompok yang dimaksud menghasilkan nilai p yang tidak signifikan sebesar 0.948, yang terlihat pada Panel B dari Tabel 3. Dapat dikatakan bahwa hasil ini tidak mengarah kepada penolakan

terhadap hipotesis ketiga. Dengan demikian, sebuah makna yang tersirat tampak dari hasil tersebut, yang mana suatu peningkatan dari *mood* negatif ke *mood* netral tidak terlalu substansial dalam hal kejujuran manajer dalam penganggaran. Sejalan dengan teori kognitif hedonis, jika *mood* netral dari manajer dibandingkan dengan *mood* negatifnya, tidak terdapat perbedaan secara langsung dalam manajemen *mood* (Wegener dan Petty, 1994).

KESIMPULAN

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana hubungan suasana hati (*mood*) dan kejujuran (*honesty*) dalam pelaporan anggaran. Penelitian ini menggunakan pengaturan eksperimen di dalam analisis, dengan mengadopsi dasar pengaturan (Altenburger, 2021) dan (Evans III et al., 2001) untuk tugas pelaporan anggaran (*budget reporting task*). Eksperimen ini, kemudian, mencakup 150 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, yang terbagi menjadi 54 persen merupakan mahasiswa Sarjana, 37.3 persen merupakan mahasiswa Magister, dan sisanya merupakan mahasiswa Doktor. Partisipan perempuan menjadi jumlah terbanyak dalam eksperimen ini sebesar 51.3 persen, sedangkan sisanya adalah laki-laki.

Dalam proses analisis, keadaan *mood* yang berbeda diinduksi dalam eksperimen untuk menyelidiki pengaruh *mood* manajer terhadap kejujuran pelaporan anggaran, dengan menerapkan *Brief Mood Introspection Scale* (BMIS) (Mayer & Cavallaro, 2019). Hasil utama dari penelitian ini bahwa *mood* manajer berefek kepada kejujuran pelaporan anggaran mereka. Dapat dikatakan bahwa secara signifikan ketika manajer berada dalam *mood* positif, para manajer melaporkan lebih jujur daripada ketika mereka sedang dalam *mood* negatif. Temuan ini membuktikan prediksi yang dibangun pada Hipotesis 1. Hipotesis 3, sebagai tambahan, didukung oleh temuan penelitian ini ketika kejujuran pelaporan anggaran dari manajer dalam *mood* netral tidak berbeda secara signifikan dari manajer dalam *mood* negatif. Dalam artian bahwa dalam meningkatkan *mood* negatif ke *mood* netral tidak cukup mendorong kejujuran dan, pada akhirnya, bisa saja bermanfaat untuk mendorong *mood* positif manajer. Terakhir, hipotesis 2 tidak dapat terdukung, sebagaimana *mood* positif manajer tidak lebih jujur secara signifikan daripada mereka yang berada dalam *mood* netral.

Beberapa keterbatasan hadir dalam studi ini, yang diharapkan dapat menjadi ruang perbaikan untuk penelitian selanjutnya. Interpretasi dari kesimpulan-kesimpulan yang terkait dengan efek waktu dari *mood* cukup terbatas akibat, dalam eksperimen, setiap periode pelaporan yang diikuti segera setelah periode sebelumnya. Dalam artian bahwa terdapat sebuah perdebatan apakah *mood* dapat menyebabkan perubahan keputusan penganggaran yang dibuat selama sehari-hari, berminggu-minggu, atau berbulan-bulan. Oleh karena itu, semakin pendek durasi *mood* manajer, semakin sering organisasi berusaha untuk meningkatkan *mood* (Sommer & Kulkarni, 2012). Selain itu, penelitian eksperimen menjadi hal baru bagi partisipan di lingkungan Universitas Hasanuddin, sehingga banyak terdapat kebingungan dan mispersepsi di dalam mengikuti eksperimen dalam penelitian ini.

Berdasarkan keterbatasan yang dihadapi oleh penulis selama penelitian berlangsung, penting untuk menghadirkan saran dan rekomendasi-rekomendasi sehubungan dengan penelitian yang akan datang. Keterbatasan interpretasi dari efek waktu ini dapat diselidiki lebih mendalam. Penelitian ini diharapkan dapat membuka keran penelitian eksperimen di lingkungan Universitas Hasanuddin dengan subjek Ekonomi

secara khusus. Selain itu, penelitian berikutnya dapat menguji stabilitas efek *mood* akibat pengaruh efek lain, seperti penolakan anggaran dari atasan.

Hasil penelitian ini berkontribusi pada sisi praktis dan empiris. Dari konteks praktis, temuan studi ini konsisten dengan observasi-observasi dari perusahaan-perusahaan atau organisasi-organisasi, seperti Google, yang menginvestasikan dana besar dalam kepuasan kerja karyawan mereka, yang frekuen terkait dengan *mood* karyawan di tempat kerja (Misalnya, (Dimotakis et al., 2011); (Judge & Ilies, 2004); dan (Weiss et al., 1999). Selain itu, dalam konteks karya ilmiah di cabang ekonomi, penelitian eksperimen ini menjadi yang pertama dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Dengan demikian, kajian eksperimental dapat secara berkelanjutan dilakukan yang sejalan dengan peningkatan fasilitas laboratorium.

DAFTAR PUSTAKA

- Abe, N., Suzuki, M., Mori, E., Itoh, M., & Fujii, T. (2007). Deceiving others: distinct neural responses of the prefrontal cortex and amygdala in simple fabrication and deception with social interactions. *Journal of Cognitive Neuroscience*, 19(2), 287–295.
- Altenburger, M. (2017). The effect of injunctive social norms and dissent on budget reporting honesty. *Journal of International Accounting Research*, 16(2), 9–31.
- Altenburger, M. (2021). Mood and honesty in budget reporting. *Management Accounting Research*, 50, 100707.
- Bentler, P. M., & Chou, C.-P. (1987). Practical issues in structural modeling. *Sociological Methods & Research*, 16(1), 78–117.
- Cardinaels, E. (2016). Earnings benchmarks, information systems, and their impact on the degree of honesty in managerial reporting. *Accounting, Organizations and Society*, 52, 50–62.
- Cardinaels, E., & Jia, Y. (2015). How Audits Moderate the Effects of Incentives and Peer Behavior on Misreporting. *European Accounting Review*, 25, 1–22. <https://doi.org/10.1080/09638180.2015.1042889>
- Church, B. K., Hannan, R. L., & Kuang, X. J. (2012). Shared interest and honesty in budget reporting. *Accounting, Organizations and Society*, 37(3), 155–167.
- Dill, K. (2016). *America's Best Employers 2016*. <https://www.forbes.com/sites/kathryndill/2016/03/23/americas-best-employers-2016/?sh=319aaecb5767>
- Dimotakis, N., Scott, B., & Koopman, J. (2011). An experience sampling investigation of workplace interactions, affective states, and employee well-being. *Journal of Organizational Behavior*, 32(4), 572–588. <https://doi.org/10.1002/job.722>
- Ekkekakis, P. (2011). The Measurement of Affect, Mood, and Emotion: A Guide for Health-Behavioral Research. In *The Measurement of Affect, Mood, and Emotion: A Guide for Health-Behavioral Research*. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511820724>
- Evans III, J. H., Hannan, R. L., Krishnan, R., & Moser, D. V. (2001). Honesty in managerial reporting. *The Accounting Review*, 76(4), 537–559.

- Ferdinand, A. (2002). Structural equation modeling in management research. *Fakultas Ekonomi UNDIP: Semarang*.
- Gallup, I. (2017). *State of the American Workplace*.
- Garrett, N., Lazzaro, S. C., Ariely, D., & Sharot, T. (2016). The brain adapts to dishonesty. *Nature Neuroscience*, 19(12), 1727–1732.
- Glassdoor. (2018). *Best Places to Work*. https://www.glassdoor.com/Award/Best-Places-to-Work-2018-LST_KQ0,24.htm
- Handley, I. M., Lassiter, G. D., Nickell, E. F., & Herchenroeder, L. M. (2004). Affect and automatic mood maintenance. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40(1), 106–112.
- Hannan, R. L., Rankin, F. W., & Towry, K. L. (2006). The effect of information systems on honesty in managerial reporting: A behavioral perspective. *Contemporary Accounting Research*, 23(4), 885–918.
- Hansen, S. C., & Van der Stede, W. A. (2004). Multiple facets of budgeting: an exploratory analysis. *Management Accounting Research*, 15(4), 415–439.
- Hirt, E. R., Devers, E. E., & McCrea, S. M. (2008). I want to be creative: exploring the role of hedonic contingency theory in the positive mood-cognitive flexibility link. *Journal of Personality and Social Psychology*, 94(2), 214.
- Hoogland, J. J., & Boomsma, A. (1998). Robustness studies in covariance structure modeling: An overview and a meta-analysis. *Sociological Methods & Research*, 26(3), 329–367.
- Judge, T. A., & Ilies, R. (2004). Affect and job satisfaction: a study of their relationship at work and at home. *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 661.
- Libby, T., & Lindsay, R. M. (2010). Beyond budgeting or budgeting reconsidered? A survey of North-American budgeting practice. *Management Accounting Research*, 21(1), 56–75.
- Loehlin, J. C. (2004). *Latent variable models: An introduction to factor, path, and structural equation analysis*. Psychology Press.
- Matuszewski, L. J. (2010). Honesty in managerial reporting: is it affected by perceptions of horizontal equity? *Journal of Management Accounting Research*, 22(1), 233–250.
- Mayer, J. D., & Cavallaro, R. (2019). *Brief mood introspection scale (BMIS): Technical and scoring manual*.
- Park, S. Q., Kahnt, T., Dogan, A., Strang, S., Fehr, E., & Tobler, P. N. (2017). A neural link between generosity and happiness. *Nature Communications*, 8(1), 15964.
- Patzer, G. L. (1996). *Experiment-research methodology in marketing: types and applications*. Greenwood Publishing Group.
- Paz, M., Reichert, B. E., & Woods, A. (2014). How does peer honesty affect focal manager honesty in a budget reporting setting? In *Advances in accounting behavioral research* (Vol. 16, pp. 85–114). Emerald Group Publishing Limited.
- Qomariah, N., Nursaid, & Satoto, E. B. (2021). Improving financial performance and profits of pharmaceutical companies during a pandemic: Study on environmental performance, intellectual capital and social responsibility. *Qual.-Access Success*, 22,

- 154–165. <https://doi.org/10.47750/qas/22.184.20>
- Rosdini, D. (2013). *Shared Financial Interest, Fairness, dan Kejujuran dalam Pelaporan Anggaran*. September.
- Sailela, S. (2017). KONSTRUKSI KEBIJAKAN ANGGARAN: AKSENTUASI DRAMA POLITIK DAN KEKUASAAN (STUDI KASUS KABUPATEN JEMBRANA BALI). *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 15, 307. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2011.v15.i3.2297>
- Sailela, S. (2015). The Dramaturgy of Politics and Power in Determining Budget Problem in District Jembrana, Bali. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211, 375–382. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.049>
- Sailela, S., & Yusuf, M. (2017). Dramaturgy Budget Policy Formulation: Intuitive Response of Politics and Power. *GATR Accounting and Finance Review*, 2, 46–57. [https://doi.org/10.35609/afr.2017.2.3\(7\)](https://doi.org/10.35609/afr.2017.2.3(7))
- Shields, J. F., & Shields, M. D. (1998). Antecedents of participative budgeting. *Accounting, Organizations and Society*, 23(1), 49–76.
- Sommer, K., & Kulkarni, M. (2012). Does constructive performance feedback improve citizenship intentions and job satisfaction? The roles of perceived opportunities for advancement, respect, and mood. *Human Resource Development Quarterly*, 23. <https://doi.org/10.1002/hrdq.21132>
- Stevens, J. P. (2012). *Applied multivariate statistics for the social sciences*. Routledge.
- Supeni, R. E., Nurhayati, Puspitasari, N., Wulandari, D., & Sari, M. I. (2023). Does Indonesian businesswomen entrepreneurial orientation of small and medium enterprises (SMEs) matter in their financial performance? *Seybold Rep*, 18, 322–340. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/QKBSZ>
- Syahnur, M. H., & Bahari, A. F. (2023). Determinants of Neighborhood References, and Environmental Stimuli on Purchasing Decisions for Halal Products for Consumers. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 3(1), 20–33.
- ten Brinke, L., Lee, J. J., & Carney, D. R. (2015). The physiology of (dis) honesty: does it impact health? *Current Opinion in Psychology*, 6, 177–182.
- Wegener, D., & Petty, R. (1994). Mood Management Across Affective States: The Hedonic Contingency Hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 1034–1048. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.66.6.1034>
- Weiss, H. M., Nicholas, J. P., & Daus, C. S. (1999). An examination of the joint effects of affective experiences and job beliefs on job satisfaction and variations in affective experiences over time. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 78(1), 1–24.