

PAPER NAME

**753-3031-2-PB.pdf**

AUTHOR

**Ibnakamilia Fielafroh**

WORD COUNT

**3304 Words**

CHARACTER COUNT

**21940 Characters**

PAGE COUNT

**8 Pages**

FILE SIZE

**194.4KB**

SUBMISSION DATE

**May 22, 2023 6:11 PM GMT+7**

REPORT DATE

**May 22, 2023 6:12 PM GMT+7**

### ● 13% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 9% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 10% Submitted Works database

### ● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material

## TEORI AGENCY DALAM PERSEPEKTIF SOSIAL BUDAYA

Oleh:

<sup>1</sup>Ibna Kamilia Fiel Afroh, <sup>2</sup>Elok Fitriya

<sup>1,2</sup>Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Jember

Email: [ibnakamelia@unmuhjember.ac.id](mailto:ibnakamelia@unmuhjember.ac.id)<sup>1</sup>, [elokfitriya@unmuhjember.ac.id](mailto:elokfitriya@unmuhjember.ac.id)<sup>2</sup>

---

### ABSTRACT

*Agency theory assumes that the principal and agent 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 principle and agent, 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

---

### PENDAHULUAN

Agency theory telah banyak digunakan dalam penelitian akuntansi khususnya, dalam aspek keprilakuan dan pengendalian organisasi. Agency theory dianggap dapat menjelaskan perilaku para pelaku bisnis yang memiliki implikasi dalam praktek organisasi. Namun demikian banyak peneliti yang mengkritik theory ini. Wright (2001) berargumen bahwa theory agency mengeneralisasi perilaku principle –agent, bahwa bisa jadi dalam situasi berbeda agent dan principle akan menunjukkan perilaku yang berbeda. Johnson and Droege (2004) menyatakan bahwa agency theory menganggap kehidupan sosial hanya sebatas kontrak dan mengabaikan eksistensi hubungan sosial. Kunz dan Pfaff (2002) menganggap theory agency kurang tepat dalam menggambarkan perilaku manusia dan seharusnya perlu dimodifikasi.

Budaya merupakan konsep yang dianggap dapat mempengaruhi sistem hukum, sistem bisnis, sistem perilaku. Selama beberapa tahun terakhir budaya telah digunakan untuk menjelaskan perbedaan-perbedaan dalam sistem sosial termasuk dalam akuntansi perilaku. Violet (1983) dalam Deegan (2004) misalnya menyatakan bahwa akuntansi merupakan “aktivitas sosial teknis” yang melibatkan interaksi antar 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 dimana 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 agen. Beberapa bukti empiris penelitian yang mendukung asumsi ini dilakukan pada setting budaya barat. Namun, ketika dilakukan pada budaya timur yang sangat berbeda dari budaya barat dimana theory agency muncul, temuan yang dihasilkan menunjukkan perbedaan. 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 merefleksikan agency teori dalam persektif budaya. Persepektif budaya yang akan digunakan dalam tulisan ini adalah empat dimensi budaya yang dikemukakan oleh Hofstede (1980) dalam Deegan (2004) yaitu individualism vs collectivism, power distance, uncertainty avoidance, masculinity and feminity.

Pembahasan dalam artikel ini dimulai dengan membahas literatur tentang agency theory. Bagian selanjutnya dibahas tentang empat dimensi budaya Hofstede 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, masculinity and feminity.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 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 prinsipal menjadi dasar keputusan-keputusan yang diambil oleh agen. Ada tiga perbedaan utama dalam hubungan antara prinsipal dan agen menurut Saam (2007) yaitu 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 agen mempengaruhi kinerja agen. Kesenjangan 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 sebagai masalah agensi.

Teori keagenan menyatakan bahwa kesejahteraan prinsipal tidak dapat dimaksimalkan karena prinsipal dan agen cenderung memiliki tujuan yang berbeda serta preferensi resiko yang berbeda. Agen diasumsikan akan lalai dalam pekerjaannya bila ada kesempatan. Oleh karena itu prinsipal menjanjikan kompensasi agar perilaku agen sesuai dengan tujuan prinsipal. Salah satu cara untuk menyelaraskan tujuan prinsipal dan agen adalah dengan mendesain kontrak. Ada dua tipe kontrak yang bisa diaplikasikan menurut teori ini yaitu kontrak berbasis perilaku dan kontrak berbasis hasil. Kontrak berbasis perilaku memberikan kompensasi kepada agen dan untuk memastikan agen berperilaku sesuai keinginan prinsipal akan dilakukan proses monitoring. Secara teoritis, diasumsikan jika prinsipal memberikan kompensasi yang sesuai, agen akan menunjukkan perilaku yang selaras dengan tujuan prinsipal. Dilain pihak, kontrak berbasis hasil (insentif) akan memberikan kompensasi pada agen sesuai dengan efektivitas kontrak. Hasil dalam kontrak ini lebih penting dibandingkan dengan kontrak berbasis perilaku. Oleh karena itu kontrak berbasis hasil akan memacu agen untuk lebih agresif mencapai target yang ditetapkan namun bisa jadi perilaku tersebut akan meningkatkan biaya operasional. Agen maupun prinsipal diasumsikan berusaha memaksimalkan utilitasnya masing-masing, karena asumsinya agen tidak akan bertindak untuk memenuhi kepentingan prinsipal.

Prinsipal dan agendalam agency theory diasumsikan memiliki preferensi terhadap resiko yang berbeda. Prinsipal diasumsikan netral terhadap resiko karena prinsipal dapat

melakukan diversifikasi kepemilikan saham mereka di banyak perusahaan. Sebaliknya, agen diasumsikan menolak resiko karena agen berusaha mengamankan pekerjaan dan pendapatannya di perusahaan tempat ia bekerja. Pada intinya, agen diasumsikan menolak resiko dalam pengambilan keputusan dalam upaya meminimalkan biaya yang terkait dengan hubungan keagenan.

Teori agensi dibangun atas dasar sejumlah asumsi eksplisit dan kritis tentang perilaku agen terutama masalah oportunistik. Oportunism adalah mencoba mencapai kepentingan pribadi dengan berbagai cara. Kontrak yang efisien dapat digunakan untuk menyelaraskan perilaku dan tindakan-tindakan agen. Sistem intensif dan sistem kompensasi juga dapat dirancang secara tepat untuk memastikan bahwa agen memikirkan kepentingan prinsipal.

### Dimensi budaya

Agency theory berasumsi bahwa tujuan, preferensi resiko, self interest berbeda antara prinsipal dan agen. Beberapa bukti empiris penelitian yang mendukung asumsi ini dilakukan pada setting budaya barat tempat dimana agency theory muncul dan berkembang. Namun, ketika dilakukan pada budaya timur yang sangat berbeda dengan budaya barat, temuan yang dihasilkan menunjukkan perbedaan. 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 sebagaimana telah disarikan dalam Deegan (2004).

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 objek penelitian Hofstede dapat dikelompokkan dalam area budaya didasarkan pada skor empatdimensi 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 dapat diringkas sebagai berikut:

#### Individualism vs Collectivism

Individualism mengacu pada kondisi masyarakat dimana individu diasumsikan mengurus keperluan diri dan keluarga. 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 apa 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 ketidpastian (uncertainty) dan ambiguitas. Masyarakat yang memiliki uncertainty avoidance kuat akan membuat aturan perilaku yang ketat dan tidak toleran terhadap atau ide yang menyimpang dari tatanan masyarakat. Sedangkan masyarakat yang memiliki uncertainty avoidance lemah cenderung lebih santai dan lebih toleran terhadap orang atau ide yang menyimpang dari tatanan masyarakat. Penekanan dimensi budaya adalah pada reaksi masyarakat terhadap ketidpastian di masa yang akan datang 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 referensi masyarakat terhadap prestasi, heroisme, ketegasan, dan kesuksesan materi. Sebaliknya, femininity mengacu pada preferensi masyarakat terhadap hubungan kelembutan, kepedulian kepada sesama dan kualitas hidup. Penekanan utama dimensi budaya ini pada cara masyarakat mengalokasikan peran sosial mereka dikaitkan dengan jenis kelamin.

Keempat jenis budaya Hofstede diatas 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 menurut Hofstede sangat berbeda dengan budaya barat. Selanjutnya akan diajukan beberapa preposisi yang diharapkan dapat diuji secara empiris pada penelitian selanjutnya.

## **PEMBAHASAN**

Konsep dasar budaya timur dengan budaya barat sangatlah berbeda. Namun demikian kita akan membahas konsep budaya dianalisis berdasarkan konsep agency theory sebagai berikut:

### ***Individualism and collectivism***

Penekanan utama dalam dimensi budaya individualism and collectivism adalah tingkat independensi (ketergantungan) antar individu dalam masyarakat. Dimensi individualism and collectivism melibatkan hubungan antar masyarakat dan organisasi. Dalam masyarakat yang kolektif, baik prinsipal dan agen memiliki kewajiban moral untuk meningkatkan solidaritas kelompok. Organisasi tidak hanya menawarkan keamanan dalam ekonomi tapi juga akan memberikan dukungan emosional. Sebaliknya, dalam masyarakat yang individualis, agen secara emosional tidak terikat dengan pada prinsipal. Pencapaian organisasi sangat tergantung pada inisiatif individu. Organisasi memiliki kewajiban moral minimal terhadap agen demikian pula agen terhadap prinsipal. Berdasarkan penelitian Bond dalam tim individualitas di Indonesia bernilai 14, sedangkan AS negara asal agency theory bernilai 91. Perbedaan yang sangat mencolok inilah 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 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 dibandingkan dengan agen yang bekerja pada masyarakat yang memiliki budaya individualis.

### 3 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 Amerika Serikat bernilai 40. Ini menunjukkan bahwa Indonesia (negara timur) memiliki power distance yang lebih tinggi dibandingkan dengan 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. Namun dalam masyarakat yang memiliki power distance tinggi keadaannya bisa jadi tidak demikian. Oleh karena itu preposisi 3 sebagai berikut:

**Proposisi 3** : Agen dan prinsipal yang berada dalam masyarakat yang memiliki power distance tinggi cenderung memiliki keselarasan tujuan dengan organisasi dibandingkan 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 pada itim (2012) menunjukkan bahwa indonesia memiliki score uncertainty avoidance 48 tidak jauh dari AS yang memiliki score 46. Meski tidak jauh berbeda namun tingkat uncertainty avoidance di indonesia sebagai representasi negara timur masih lebih tinggi dibandingkan dengan AS. Ini berarti masyarakat indonesia 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** : 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, feminity mengacu pada preferensi masyarakat terhadap hubungan, kelembutan, kepedulian, pada sesama dan kualitas hidup. Budaya feminim lebih menyukai pelayanan dan harmoni. Karena keinginannya untuk mencapai harmoni, agen pada budaya feminim memiliki tujuan yang sejalan dengan tujuan prinsipal. Oleh karena itu dalam budaya feminim perilaku oportunistik cenderung dapat dikurangi. Para agen dalam budaya feminim juga lebih suka dinilai atas dasar kontrak berbasis perilaku karena orientasi mereka adalah memberikan pelayanan.

Hasil penelitian Bond (2005) dala intim (2012) menunjukkan bahwa indonesia memiliki skor masculinity 46 sedangkan AS memiliki skor 62. Ini menunjukkan bahwa masyarakat AS lebih maskulin dibanding masyarakat Indonesia sehingga wajar bila agency theory adanya konflik tujuan dapat dibuktikan di AS. Namun di negara timur seperti Indonesia yang budayanya lebih feminim asumsi ini belum tentu terbukti. Oleh karena itu preposisi 5 dan 6 adalah sebagai berikut:

**Proposisi 5** : Agen yang bekerja pada masyarakat dengan budaya feminim cenderung memiliki keselarasan tujuan dengan prinsipal dan organisasi dibandingkan agen yang bekerja pada masyarakat dengan budaya maskulin

**Preposisi 5** : Agen yang bekerja pada masyarakat yang memiliki budaya feminim cenderung kurang self-interest dibanding agen yang bekerja pada masyarakat yang memiliki budaya maskulin

## PENUTUP

### 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 berusaha memberikan persepektif 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, penelitian ini merupakan kajian secara teoritis, penelitian lanjutan sangat perlu dilakukan untuk menguji secara empiris proposisi-proposisi yang diajukan dalam tulisan ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Asher, A. and Wilcox, T. (2022) 'Virtue and Risk Culture in Finance', *Journal of Business Ethics*. Springer Netherlands, 179(1), pp. 223–236. doi: 10.1007/s10551-021-04815-2.
- Boučková, M. (2015) 'Management Accounting and Agency Theory', *Procedia Economics and Finance*, 25(15), pp. 5–13. doi: 10.1016/s2212-5671(15)00707-8.
- Cabana, G. C. and Kaptein, M. (2021) 'Team Ethical Cultures Within an Organization: A Differentiation Perspective on Their Existence and Relevance', *Journal of Business Ethics*. Springer Netherlands, 170(4), pp. 761–780. doi: 10.1007/s10551-019-04376-5.
- Davis, J. H., Schoorman, F. D. and Donaldson, L. (1997) 'Toward a stewardship theory of management', *Academy of Management Review*, 22(1), pp. 20–47. doi: 10.5465/AMR.1997.9707180258.
- Denison, D. R. and Mishra, A. K. (1995) 'Stable URL : <https://www.jstor.org/stable/2635122> Linked references are available on JSTOR for this article : Toward a Theory of Organizational Culture and Effectiveness', *Organization Science*, 6(2), pp. 204–223.
- Eisenhardt, K. M. and Eisenhardt, K. M. (2018) 'Linked references are available on JSTOR for this article : Agency Theory : An Assessment and Review', *Academy of Management*, 14(1), pp. 57–74.



- Ketprapakorn, N. and Kantabutra, S. (2022) 'Toward an organizational theory of sustainability culture', *Sustainable Production and Consumption*. The Authors, 32, pp. 638–654. doi: 10.1016/j.spc.2022.05.020.
- Lovell, H. (2014) 'Climate change, markets and standards: The case of financial accounting', *Economy and Society*. Taylor & Francis, 43(2), pp. 260–284. doi: 10.1080/03085147.2013.812830.
- Oldroyd, D., Tyson, T. N. and Fleischman, R. K. (2015) 'American ideology, socialism and financial accounting theory: A counter view', *Critical Perspectives on Accounting*. Elsevier Ltd, 27, pp. 209–218. doi: 10.1016/j.cpa.2014.03.001.
- Orsini, P. and Magnier-Watanabe, R. (2022) 'Foreign coworker nationality, cultural distance, and perception of cultural diversity in the workplace', *Journal of Asia Business Studies*. doi: 10.1108/JABS-10-2021-0413.
- Ross, S. A. (1973) 'American Economic Association The Economic Theory of Agency : The Principal ' s Problem Published by : American Economic Association Stable URL : <http://www.jstor.org/stable/1817064> Linked references are available on JSTOR for this article : You may need', *The American Economic Review*, 63(2), pp. 134–139.
- Seifert, S. G., LaMothe, E. G. and Schmitt, D. B. (2022) 'Perceptions of the Ethical Infrastructure, Professional Autonomy, and Ethical Judgments in Accounting Work Environments', *Journal of Business Ethics*. Springer Netherlands, (0123456789). doi: 10.1007/s10551-021-05001-0.
- Smulowitz, S., Becerra, M. and Mayo, M. (2019) 'Racial diversity and its asymmetry within and across hierarchical levels: The effects on financial performance', *Human Relations*, 72(10), pp. 1671–1696. doi: 10.1177/0018726718812602.
- Wiseman, R. M., Cuevas-Rodríguez, G. and Gomez-Mejia, L. R. (2012) 'Towards a social theory of agency', *Journal of Management Studies*, 49(1), pp. 202–222. doi: 10.1111/j.1467-6486.2011.01016.x.

● **13% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 9% Internet database
- Crossref database
- 10% Submitted Works database
- 2% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	<b>scribd.com</b> Internet	3%
2	<b>researchgate.net</b> Internet	2%
3	<b>Universitas Jenderal Soedirman on 2021-08-31</b> Submitted works	2%
4	<b>Universitas Islam Negeri Raden Fatah on 2020-08-25</b> Submitted works	1%
5	<b>revolusinews.wordpress.com</b> Internet	1%
6	<b>Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-06-16</b> Submitted works	<1%
7	<b>mindmeister.com</b> Internet	<1%
8	<b>etheses.uin-malang.ac.id</b> Internet	<1%

9	<b>repository.widyatama.ac.id</b>	<1%
	Internet	
10	<b>marcomm.binus.ac.id</b>	<1%
	Internet	
11	<b>Universitas Diponegoro on 2017-03-13</b>	<1%
	Submitted works	
12	<b>andamifardela.wordpress.com</b>	<1%
	Internet	
13	<b>coursehero.com</b>	<1%
	Internet	
14	<b>Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-11-05</b>	<1%
	Submitted works	
15	<b>Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-11-23</b>	<1%
	Submitted works	