

IMPLEMENTASI AGENCY THEORY INTEGRATIF YANG DILAKUKAN OLEH PELAKU EKONOMI KREATIF

Abdul Wahid Mahsumi

Universitas Islam Malang

Email : abdulwahid_fe@unisma.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah, (1) ingin menganalisis model agency theory dalam perspektif konvensional dalam rangka mendukung pelaku bisnis; (2) ingin menghasilkan model agency theory yang integratif-inovatif (Sunah Rasulullah SAW) yang terukur berkaitan dengan pelaku bisnis Metode analisis menggunakan deskriptif secara mendalam. Metodologi penelitian yang digunakan disini berbeda dengan metodologi penelitian dalam akuntansi positif (mainstream) yang menekankan penggunaan alat bantu statistika deskriptif dengan paradigma interpretif dengan analisis data yang dipakai adalah bersifat kualitatif yang dalam analisis data yang digunakan tidak dapat dinyatakan dalam bentuk angka-angka

Hasil penelitian menunjukkan bahwa agensi yang dilaksanakan oleh Rasulullah sebagai representatif dari integrasi adalah cukup bervariasi dan inipun dilakukan oleh nabi-nabi sebelumnya. Di antara tugas utama mereka adalah mengenalkan Allah dan menyert kepada umatnya untuk beriman kepada-Nya. Selain itu, para nabi dan rasul juga bertugas memperbaiki perilaku negatif umatnya dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk perilaku ekonomi. Oleh karena itu pada pelaksanaan agensi secara integratif ini transaksi syariah akan lebih menguntungkan baik pada ekonomi global maupun ekonomi kreatif.

Keyword: Agency Theory, Integratif dan Ekonomi Kreatif

Modernisme yang kita kenal saat ini merupakan kapitalisme mutakhir yang digunakan untuk mendesak komoditas apa saja dipermukaan bumi ini. Menurut Dewanto (1994: 6), modernisme merupakan kemajuan sejarah yang linier, kebenaran ilmiah yang bersifat mutlak dan kemampuan rekayasa suatu masyarakat yang diidealkan serta pembakuan tata pengetahuan dengan system produksi. Ini dapat dijelaskan dengan pengandaian bahwa kita tidak dapat membayangkan bahwa ekspansi pasar yang terjadi tanpa didahului oleh akumulasi kapital dengan ekonomi pasar sebagai sebuah sistem ekonomi dimana produksi barang-barang dan alokasi sumber-sumber daya ditentukan terutama oleh keputusan-keputusan yang dibuat dalam iklim kompetitif oleh pelaku-pelaku ekonomi daripada ditentukan oleh negara. Orientasi profit sebagai tujuan individual merupakan karakteristik utama dari sistem ekonomi pasar atau kemudian dapat dikatakan dengan jelas bahwa sistem ini merupakan bentuk ekonomi kapitalis (Nugroho, 2001: 2).

Modernisme sendiri ternyata telah gagal dalam beberapa bidang (Rosenau dalam Hadiwinata, 1994: 23), yaitu: *Pertama*, modernisme gagal mewujudkan perbaikan-perbaikan dramatis sebagaimana diinginkan pendukung fanatiknya. *Kedua*, ilmu pengetahuan modern tidak mampu melepaskan diri dari kesewenang-wenangan dan penyalahgunaan otoritas seperti tampak dalam preferensi-preferensi yang seringkali mendahului hasil penelitian. *Ketiga*, ada semacam kontradiksi antara teori dan fakta dalam perkembangan ilmu-ilmu modern. *Keempat*, ada semacam keyakinan yang sesungguhnya tidak berdasar, bahwa ilmu pengetahuan modern mampu memecahkan segala persoalan yang dihadapi manusia dan lingkungannya, dan keyakinan ini ternyata keliru manakala kita menyaksikan bahwa kelaparan, kemiskinan, dan kerusakan lingkungan terus terjadi menyertai perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. *Kelima*, ilmu-ilmu modern kurang memperhatikan dimensi-dimensi mistik dan metafisik eksistensi manusia karena

terlalu menekankan pada atribut fisik individu. Selanjutnya timbul pertanyaan mengapa modernisme dianggap gagal dalam mengangkat derajat manusia dan lingkungan alamnya? Jawabannya barangkali adalah karena sesungguhnya dunia modern tidak lebih dari sekedar sebuah *teatrum politicum* (teater politik), yakni pertemuan antara bermacam-macam karakter dalam berbagai wacana yang diatur sedemikian rupa, oleh para pengatur laku.

Dari hal tersebut kemudian muncul *Agency theory* yang terpusat pada dua individu yaitu antara pemilik (*principal*) dan manajemen (*agent*). Teori ini menjelaskan hubungan tentang pendelegasian wewenang dari *principal* pada *agent*, *principal* maupun *agent* dipandang sebagai orang-orang ekonomi yang rasional yang semata-mata termotivasi untuk memaksimalkan kepentingan pribadi masing-masing, dan konsep *agency theory* memandang bahwa *agent* (manajemen) sebagai penerima kerja dari *principal* (pemilik) dan harus melaporkan aktifitas yang diberikan kepadanya, disamping itu *principal* sebagai pemberi kerja akan meminta kompensasi tertentu terhadap apa yang dilakukan oleh manajemen.

Dari fenomena yang terjadi dirumuskan a) Bagaimana model *agency theory* dalam perspektif konvensional dalam rangka mendukung para pelaku bisnis, dan b) Bagaimana model *agency theory* yang integratif-inovatif yang terukur berkaitan dengan pelaku bisnis (Sunah Rasulullah SAW)?

Tinjauan Teori

Agency theory

Menurut Kiswara (1999:8) asumsi yang mendasari *agency theory* adalah: (1) Pihak-pihak yang ada dalam hubungan keagenan tersebut adalah individu-individu yang berusaha untuk memaksimalkan tingkat kepuasan atau kepentingan masing-masing melalui sumber dayanya yang memadai dan inovasinya dalam bertindak, (2) Pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan keagenan mampu membentuk *ekspectation* atau pengharapan mengenai masa depan, dimana manajemen perusahaan secara aktual menanggung konsekuensi biaya dari perbedaan perilaku mengurangi harga dari klaim dan hak pada perusahaan.

Dari asumsi tersebut, maka konflik yang terjadi karena adanya situasi informasi asimetri (*asymmetry information*) dimana *agent* mempunyai lebih banyak informasi mengenai perusahaan dari pada *principal*. Hal tersebut merupakan akibat dari asumsi yang dipakai dalam *agency theory*. Yang menjadi penyebab problem kepentingan yang paling dominan adalah bahwa kedua belah pihak yang terlibat dalam kesepakatan merupakan individu-individu yang memiliki sifat untuk memuaskan kepentingannya sendiri. Menurut Scrot (1995:3-4) dalam informasi asimetri terdapat dua tipe yaitu:

1. *Adeverse selection* ini lebih terkait dengan tidak adanya pengungkapan (*disclosure*) yang harus dipublikasikan oleh pihak menejer perusahaan. Munculnya *adeverse selection* karena adanya pihak yang treder yang memiliki informasi superior dan tidakk lain adalah *uniformad trader* yang inferior tanpa mengakses informasi.
2. *Moral hazard*, hal ini terjadi karena adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian terhadap kesatuan entitas yang menyebabkan ketidakefektifan pemegang saham dan kreditor untuk mengobservasi perluasan dan kualitas usaha oleh manajer. Dan manajer kemungkinan meninggalkan tanggungJawab terhadap persoalan perusahaan dan kinerja manajer, untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan *net income* sebagai ukuran kinerja *managerial* yang digunakan sebagai alat untuk mengendalikan *moral hazard*. Hal ini dikarena *pertama*, *net income* dapat menyediakan masukan sebagi kompensasi kontrak untuk memotivasi kinerja manajer, sehingga manajer yang melalaikan tanggungJawab akan rugi karena penurunan *net income* dan reputasinya.

Kenyataannya kebijakan yang paling banyak dianut oleh *principal* dalam hal berkaitan dengan tindakan preventif tersebut adalah dengan program insentif untuk penilaian prestasi kerja disertai peningkatan aktivitas monitoring. Karena *agent* mempunyai kekuasaan dalam hal penentuan kebijakan yang berkaitan dengan laporan keuangan perusahaan yang digunakan untuk menilai kinerja manajemen dalam program insentif, maka *principal* mengadakan pengeluaran yang bertujuan untuk memonitoring penyimpangan yang dilakukan oleh *agent*, dalam hal ini lebih dikenal dengan *monitoring expenditure*.

Agency Cost

Agency cost merupakan biaya yang berkaitan dengan pemantauan tindakan manajemen guna menjamin tindakan tersebut konsisten dengan kesepakatan kontrak antar manajer, pemegang saham (*shareholders*) dan *creditor expenditure* yang dilakukan oleh *principal*. Secara lebih sederhana *agency cost* timbul sebagai akibat dari adanya biaya yang dikeluarkan oleh risiko dari adanya pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pihak manajemen yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh *principal* dari diadakannya kontrak kerja tersebut. Keseluruhan dari biaya-biaya tersebut (*agency cost*) merupakan biaya yang ditanggung oleh *principal*, alasan yang mendasarinya adalah bahwa *principal* yang merupakan pemilik sumber dana mengharapkan bahwa jumlah yang ada dalam *agency cost* itu masih lebih sedikit daripada biaya yang akan ditimbulkan jika *agent* secara leluasa memaksimalkan kepentingannya tanpa tindakan preventif tersebut (Roslender, 1992:162-163). Watt dan Kiswara (1999:8-9) menjelaskan bahwa *agency cost* adalah sebagai berikut: “pengeluaran atas pengamatan merupakan pengeluaran oleh *principal* dalam rangka mengawasi tindakan *agent* (seperti kos pengukuran atas tindakan *agent* dan kos dalam rangka kebijakan dalam rangka pengadaan kompensasi). *Agent* berhak untuk mengadakan pengukuran guna menjamin bahwa mereka tidak akan mengganggu kepentingan *principal* atau justru berniat mengkompensasikannya bagi kepentingan *principal* atas adanya perikatan kontrak itu”.

Konsekuensi Agency Theory

Agency theory merupakan teori yang syarat dengan konflik kepentingan antara *principal* dan *agent*, dimana *agent* memberikan informasi akuntansi yaitu memberikan informasi yang bermanfaat untuk membantu pengguna untuk membuat keputusan investasi kredit dan keputusan lain yang rasional. Untuk itu perlu dilihat lebih lanjut apakah informasi yang disediakan oleh manajemen (*agent*) tersebut betul-betul bermanfaat dan dapat dipercaya. Pemilihan teknik akuntansi oleh manajemen dalam *agency theory* ini bisa ditandai dengan pemilihan metode akuntansi yaitu *agent* dalam arti pemilihan metode akuntansi itu dibuat pada waktu awal kontrak, sedangkan *expost* lebih mengacu pada pemilihan metode akuntansi pada saat berlangsungnya kontrak (Zimmer dan Whittred, 1990:21).

Principal menggunakan informasi akuntansi yang merefleksikan target kinerja manajemen baik jangka pendek maupun jangka panjang sebagai dasar penentuan kompensasi yang akan diberikan pada manajemen (*agent*). Pada tataran teori akuntansi telah menyediakan seperangkat prinsip yang luas untuk menjelaskan dan memprediksi praktik akuntansi. Teori akuntansi yang ada saat ini telah memberikan suatu alternatif untuk memilih metode dan keijaksanaan akuntansi yang dapat digunakan oleh manajemen untuk menghasilkan laporan keuangan yang akan digunakan sebagai pertanggungjawaban kepada pemilik (*principal*).

Dari aspek perusahaan manajemen dapat merubah kebijakan akuntansi apabila dalam pertimbangan manajemen, hal tersebut perlu untuk dilakukan perubahan kebijakan akuntansi harus diungkapkan dalam penyajian informasi akuntansi, termasuk pengungkapan

mengenai alasan-alasan dan pengaruh material yang mungkin ditimbulkan karena perubahan kebijakan tersebut. Aspek yang seharusnya menjadi pertimbangan manajemen dalam merubah kebijakan akuntansi adalah pertimbangan konsistensi yang dapat memenuhi karakteristik kualitatif informasi tentang keuangan yaitu: *representation faith fullness* (schoreder holders dan Clark, 1995 dan Supomo, 1999:70). Informasi akuntansi yang menyajikan informasi yang seharusnya, jujur dan apa adanya merupakan karakteristik kualitatif informasi akuntansi yang dapat dipercaya sehingga lebih bermanfaat bagi pihak-pihak yang mengandalkan informasi tersebut untuk dasar pembuatan keputusan, dalam hal ini *principal* (Supomo, 1999:70).

Kenyataan dalam praktik perusahaan sangat sulit dan tidak mudah untuk menerapkan konsep tersebut, kesulitan mendasar dari pelaksanaan konsep tersebut adalah adanya hubungan kerja *principal-agent*, yang dalam praktiknya menggunakan dasar kompensasi untuk menilai kinerja dari manajemen (Supomo, 1999:70), sedangkan kompensasi tersebut besarnya ditentukan berdasarkan target kinerja tertentu yang diukur berdasarkan informasi akuntansi.

Pandangan Islam Terhadap Harta, Kekayaan dan Kemiskinan

Nabi mengajarkan pada kita untuk menyikapi harta dengan berorientasi pada kebaikan dan manfaat yang optimal. bukan hanya untuk diri sendiri, tetapi untuk kebahagiaan bersama saudara-saudara yang lain. Rosulullah menegaskan bahwa pemilik mutlak harta adalah Allah, sementara manusia hanyalah pemegang amanah (*agent of trust*). Kita tidak boleh membenci harta dengan alasan zuhud yang diartikan tidak tepat atau qana'ah yang salah kaprah karena pada dasarnya harta itu baik, mulia dan indah.

Rosulullah mengajarkan kepada kita bahwa karunia Allah harus dicari dengan kerja keras dan karya nyata, bukan dengan mengharap belas kasihan orang. Apakah itu meminta-minta atau hanya berharap pada pemberian orang. Bagaikan “kesenjangan” yang mengecam harta dan menganjurkan zuhud secara kaku, tetapi ia duduk manis di rumahnya sambil mengharap amplop dari jamaah yang datang. Saat mencari harta, kita tidak boleh lalai akan perintah Allah, apalagi tergoda untuk melakukan bisnis haram dan syubhat. Pasalnya, tidak ada balasan yang lebih tepat untuk seorang koruptor selain laknat Allah. Jika berhasil mengumpulkan rezeki, nabi mengingatkan bahwa semua itu hanyalah amanah dari sang pemilik hakiki, Allah. Harta adalah ujian keimanan. Harta adalah bekal ibadah, bukan untuk bermaksiat kepada Tuhan yang telah melapangkan jagat raya ini. Akhirnya, Rasulullah juga menegaskan agar kita selalu bersyukur kepada Allah *Ar-Razzaq, Al-Wahhab, Al-Muqi8t., Al-Fattah* dan *Al-Wasi’*. Kita tidak boleh kenyang sendiri sementara saudara kita yang dhuafa dan miskin menderita kelaparan dan kekurangan.

Absolute Ownership dan Relative Possession

Pemilik mutlak harta benda adalah Allah. Kepemilikan manusia terhadap harta bersifat relatif, sebatas hanya melaksanakan amanah dan membelanjakannya sesuai ketentuan-Nya.

“Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu sebagai penguasanya. Maka, orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya mendapatkan pahala yang besar.” (Q.S. *Al-Hadid* (57): 7)

Ayat itu menegaskan bahwa Allah-lah pemilik asal dari semua harta manusia. Karena Dialah yang menciptakan langit, bumi, galaksi serta alam terhampar dengan semua isi dan kandungannya. Bahkan, Dia juga yang menciptakan ayah dan ibu kita. Dia juga yang memberikan kesempatan kita hadir di dunia. Saat kita besar dan mampu berkarya, lantas

mendapatkan penghasilan, adalah mustahil kita mengklaim bahwa deposito dan rumah kita adalah milik kita secara hakiki, mobil adalah milik kita yang hakiki, kebun dan ladang adalah milik kita yang hakiki.

Peran manusia dalam proses mencari rezeki tidak lebih dari “agent of trust”. Kita adalah khalifah Allah yang diperintahkan untuk memakmurkan alam jagat ini melalui pembangunan yang holistik dan komprehensif, termasuk dimensi ekonomi dan bisnis. Untuk proses ini kita diberikan raw material dan basic infrastructures yang sangat lengkap. Allah memberikan bumi yang terhampar luas lengkap dengan air, udara dan berbagai jenis energi, baik berupa batu bara, gas alam, minyak bumi, metanol, etanol, panas bumi, energi arus laut, energi arus sungai, energi angin maupun energi surya. Allah juga memberikan kita infrastruktur tubuh yang sangat luar biasa. Dengan postur tubuh yang ideal, mata yang bisa melihat 180 derajat, telinga yang bisa mendengar berbagai jenis suara dan gelombang, tangan yang bisa meraba dengan berbagai tingkatan dan level tekanan, robot tercanggih pun belum bisa menyamainya. Selain itu, kita masih diberi hati yang bisa merekam berbagai gelombang emosi dan otak dengan kemampuan analisis yang sangat menakjubkan. Semua itu diberikan Allah agar kita menjadi insan yang “sukses”. Kita diperintahkan bersyukur sebelum, di tengah dan setelah berhasil melakukan tugas khalifah, termasuk di antaranya mencari rezeki.

Harta itu Baik Indah dan Mulia

Salah satu kesalahpahaman terbesar umat Islam adalah memandang harta tidak terlalu baik. Harta cenderung ditafsirkan negatif karena berpotensi membuat manusia lalai kepada Allah. Dalam lingkup kesalahpahaman itu, orang kaya sudah hampir bisa dipastikan uangnya tidak halal. Sukar untuk menemukan status kaya dengan predikat takwa. Dunia ini adalah surganya orang kafir dan penjara bagi kaum muslimin. Kehidupan dunia yang sebentar ini adalah kesempatan bagi orang kafir untuk bersenang-senang, sedangkan bagian kita adalah di akhirat nanti, dan karena itu kita harus sabar dan menerima saja. Itulah sedikit dari stereotip yang sering kita temukan di masyarakat.

Stereotip itulah yang sering menahan laju umat Islam untuk berkembang secara mulia dalam bisnisnya. Kesalahpahaman itu diperparah dengan penafsiran terminologi zuhud yang sempit, fardu kifayah yang keliru, kemiskinan yang tidak pada tempatnya dan sifat qana'ah yang salah kaprah. Kita dianjurkan untuk mencari kekayaan sebanyak-banyaknya, tetapi dengan proses yang tidak melupakan kematian (Q.S. *At-Takatsur* (102): 1-2), tidak melalaikan dzikrullah (Q.S. *Al-Munafiqun* (63): 9), tidak meninggalkan shalat dan zakat (Q.S. *An-Nur* (24): 37), dan tidak memusatkan kekayaan hanya pada sekelompok orang kaya (Q.S. *Al-Hasyr* (59): 7).

Saat harta dijadikan landasan dan simbol kesuksesan, maka yang terjadi adalah upaya menghalalkan segala cara untuk memperoleh dan menumpuk harta. Pada saat yang sama, penggunaan harta cenderung berorientasi untuk bisa memenuhi segala nafsu dan ambisi. Egoisme manusia dalam menyikapi, mendapatkan dan membelanjakan harta kekayaan seringkali melampaui batasan etika, moral bahkan kewajaran. Mereka bisa sangat tamak, curang dan tidak memiliki sensitifitas terhadap orang-orang miskin. Harta kekayaan yang mereka peroleh hanyalah demi memenuhi dua hal yang sesungguhnya tidak akan pernah terpuaskan.

Agent of Trust

Rasulullah mengajarkan kita untuk menempuh usaha (*a'mal*) atau mata pencaharian (*ma'isyah*) yang halal dan sesuai aturan Allah. Banyak ayat Al-Qur'an dan hadits Nabi yang mendorong umat Islam bekerja mencari nafkah secara halal.

*“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka **berjalanlah** di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeeki-Nya....” (Q.S. Al-Mulk (67): 15).*

*“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari **hasil usahamu** yang baik-baik....” (Q.S. Al-Baqarah (2): 267)*

Ayat yang semakna dapat ditemukan pada surat At-Taubah (9): 105 dan Al-Jumu'ah (62): 10. Beberapa hadits juga menjelaskan hal yang semakna dengan ayat di atas, antara lain:

*“Sesungguhnya Allah mencintai hamba-Nya yang bekerja. Barang siapa **bekerja keras** mencari nafkah untuk keluarganya, ia sama seperti **mujahid** di jalan Allah”.*

*“Mencari rezeki yang halal adalah **kewajiban** setelah kewajiban melaksanakan shalat fardhu”.*

*“Ya Allah berkahilah umatku disaat (mencari rezeki) **pagi hari**”.*

Rasulullah, melalui tuntunan dan teladan Sunnah Nabawiyah, senantiasa menegaskan agar kita memiliki keyakinan yang tinggi dalam meraih keberhasilan ekonomi. Minimal ada lima landasan Qur'ani yang dapat meneguhkan keyakinan ini. Arahan Allah dan Rasul-Nya agar kaum muslimin berusaha mencari kehidupan ekonomi yang lebih baik sudah sangat jelas dan tegas. Seharusnya ini menjadi spirit untuk menggerakkan jiwa dan raga kita dalam mencari karunia-Nya, misalnya dengan menjadi karyawan, membuka usaha atau berdagang. Dalam konteks ini, berdagang dianggap sebagai ikhtiar yang mempunyai keutamaan khusus.

Sharing and Giving

Suatu kali Rasulullah ditanya oleh seorang sahabat, “Apabila kemiskinan dan kelaparan sudah merajalela dan meluas di kalangan masyarakat, siapakah orang yang paling bertanggungjawab dan juga paling berdosa?” mendengar pertanyaan kritis itu, Rasulullah menjawab, “Sesungguhnya Allah telah mewajibkan zakat (sedekah) atas setiap hartawan muslim. Tidaklah mungkin seorang miskin kekurangan makanan dan pakaian, kecuali karena kebakhilan orang-orang kaya.. ingatlah, Allah akan melakukan perhitungan dengan teliti (pertanggungjawaban) atas mereka, dan selanjutnya akan menyiksa mereka dengan siksaan yang pedih”.

Berdasarkan hadits tersebut, kita semakin paham bahwa kemiskinan dan kefakiran bukanlah semata-mata diakibatkan oleh kemalasan dan ketidakmampuan seseorang dalam mencari karunia Allah. Namun, penyebab utamanya adalah kebakhilan atau kekikiran yang melekat dalam diri orang-orang yang memiliki harta berlebih. Padahal, Allah mengancam mereka dengan siksa-Nya.

Di samping itu, filosofi lain di balik Surah Al-Jumu'ah (62): 10 tersebut adalah keharusan adanya keseimbangan antara kepentingan akhirat melalui ritual ibadah dan kepentingan dunia melalui ikhtiar dalam memperoleh karunia-Nya, seperti bekerja atau berbisnis.

Kedua, dalam rukun Islam, perintah mengeluarkan zakat tepat setelah perintah mendirikan shalat. Rukun iman ini memiliki relevansi yang kuat dan mendalam dengan ayat Qur'an surah Al-Jumu'ah ayat 10 tadi. Dalam konteks ini, ketika seseorang tengah menikmati kehidupan ekonomi secara halal dan baik (tidak dengan cara keji dan mungkar), jangan lupa untuk membelanjakannya di jalan Allah seperti mengeluarkan zakat dan yang lainnya. Dari pemahaman tersebut, sesungguhnya Islam mengajarkan kita supaya mempunyai kemandirian secara ekonomi dan mampu mendayagunakan bagi sesama.

“Sebaik-baik manusia di antara kamu adalah yang paling banyak manfaatnya bagi orang lain”.

Rosululloh mengajarkan untuk mengoptimalkan potensi jasmani dan rohani demi meningkatkan kualitas diri, termasuk dalam bekerja atau berbisnis. Begitu pentingnya mendapatkan rezeki secara halal, seorang muslim tidak dibenarkan bermalas-malasan dalam

berusaha. Ia harus berikhtiar sekuat tenaga (jihad) mencari yang halal karena itu adalah ibadah. Bahkan, alasan sibuk beribadah dan bertawakal kepada Allah tidak pantas dijadikan alasan untuk malas berikhtiar. Tidak pantas pula bagi setiap muslim yang memiliki kemampuan berusaha mencari karunia Allah tetapi dia hanya mengharap sedekah atau belas kasihan orang lain. Rasulullah bersabda, “Tidaklah orang yang selalu meminta-minta itu kecuali ia akan menemui Allah dengan wajah tanpa daging”.

Nilai Ibadah dan Jihad Dalam Berbisnis

Ibadah merupakan pilar bagi eksistensi agama, sebagaimana Islam menganggap bahwa muamalah sangat terkait erat dengan agama. Adanya ungkapan “agama adalah muamalah” karena muamalah termasuk bisnis merupakan tolok ukur yang menunjukkan hakikat keimanan seseorang. Dalam Islam, bekerja atau berbisnis memang bukan sekedar kegiatan ekonomi, melainkan aktifitas cermin keimanan, manifestasi tauhid dan bukti ketinggian akhlak dan barometer ketakwaan kepada Allah. Bisnis bernilai ibadah apabila diniatkan untuk memperoleh keridhaan Allah. Itu sesuai dengan sabda Rasulullah, “Setiap amal perbuatan harus diiringi dengan niat, dan setiap orang hanya akan mendapatkan apa yang sudah diniatkan”.

Dalam sabdanya yang lain, “Sesungguhnya Allah mencintai mukmin yang mustarif (bekerja, berprofesi dan berbisnis)”. Sedangkan dalil yang mengungkap bahwa berbisnis bisa mengandung nilai-nilai jihad, dapat dipahami dari sabdanya yang lain, “Pedagang (pebisnis) yang amanah dan dapat dipercaya, dan orang-orang yang mati syahid”.

Mengacu pada pemahaman hadits itu, pengertian berjihad tidak sebatas orang yang berperang di jalan Allah. Para pedagang (pebisnis) yang benar-benar amanah ternyata memiliki kedudukan yang sederajat dengan orang-orang yang berperang membela agama Allah. Berbisnis dapat disejajarkan dengan jihad, jika dalam aktifitasnya para pelaku bisnis istiqamah dengan aturan yang sudah digariskan Allah dan Rasul-Nya. Mereka tidak tergoda dan tidak pula terjebak untuk mendapatkan atau memperbanyak keuntungan materi secara batil, sekali pun peluangnya selalu ada dan sangat terbuka. Pebisnis yang mampu meredam dorongan nafsu semacam itu, termasuk pedagang yang berjuang menegakkan perintah Allah.

Ketika sukses dengan meraih banyak keuntungan, mereka bersyukur dan tidak lupa terhadap hak-hak kaum miskin serta anak-anak yatim. Mereka pun membelanjakan hartanya di jalan Allah. Tatkala bisnisnya mengalami kerugian, mereka bersabar dan tidak berputus-asa dari rahmat Allah, serta senantiasa baik sangka kepada-Nya. Karakter lain dari para mujahid di bidang bisnis adalah kemampuan mengendalikan diri agar tidak terperosok dalam aktifitas bisnis yang melalaikan kewajiban mereka sebagai muslim dan bagian dari umat. Mereka tetap shalat berjamaah, memakmurkan masjid atau mushallah, meramaikan majelis dzikir, peduli terhadap kepentingan umat Islam dan mendorong kemajuan Islam.

Memahami Tujuan Bisnis

Memahami bisnis atau pekerjaan dalam tinjauan ibadah dan jihad, berkenaan dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai. Maqsood (2003) menguraikan perihal tujuan yang dimaksud:

1. Berbisnis (bekerja) sebagai bagian dari kewajiban yang diperintahkan Allah. Islam menciptakan hubungan langsung antara bekerja dan perwujudan ketaatan seseorang terhadap Allah. Keduanya sama-sama perlu dan penting. Seseorang yang menghabiskan seluruh waktunya melaksanakan ritualitas ibadah dan menyandarkan kebutuhan sehari-hari kepada kemurahan orang lain, bukan termasuk seorang muslim yang baik. Begitu pula seseorang yang menghabiskan waktunya untuk bekerja semata. Allah telah berjanji dalam firman-Nya, “*Mereka itu balasannya adalah ampunan dari Tuhan mereka dan*

surge yang di dalamnya mengalir sungai-sungai, sedang mereka kekal di dalamnya, dan itulah sebaik-baik pahala orang yang beramal”. (Q.S. Ali ‘Imran (2): 136).

2. Bekerja sangat menentukan martabat seorang manusia. Rasulullah menekankan pentingnya martabat, nilai pribadi dan harga diri. Martabat setiap muslim dapat diraih apabila memperoleh penghasilan sendiri secara halal, setidaknya untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. “Tidak ada makanan yang lebih baik untuk dimakan oleh seseorang kecuali apa yang dihasilkan dengan jerih payahnya sendiri”.
3. Bisnis yang halal merupakan sumber penghasilan yang baik. Sebaliknya, bisnis yang haram adalah sumber penghasilan yang buruk. Bahkan, jika semua norma dilanggar dan semua etika moral dilabrak, kita akan menempati bumi Allah dengan peran sebagai perusak, bukan pemakmur dan penjaga yang baik. Allah berfirman, “*Sesungguhnya Kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi dan Kami adakan bagimu di muka bumi itu (sumber) penghidupan. Amat sedikitlah kamu bersyukur*”. (Q.S. Al-A’raf (7): 10).

Salah satu manifestasi syukur adalah menjalankan fungsi dan tugas sesuai dengan kehendak pemberi tugas. Tugas kita adalah sebagai khalifah dan pemakmur bumi. Korupsi dan suap, over-fishing, polusi di mana-mana, ketidakpedulian terhadap ekologi laut, penggundulan hutan, dan lain sebagainya telah menjadikan kita sebagai hamba yang perusak dan tidak bersyukur.

Sesungguhnya semakin baik kualitas karya seseorang, semakin baik pula nikmat Allah yang dilimpahkan kepadanya. Allah berfirman, “*....dan bahwasanya manusia tidak memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, dan sesungguhnya usaha itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya), kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna*”. (Q.S. An-Najm (53): 39-41).

4. Bekerja atau berbisnis merupakan sarana untuk melayani kebutuhan sehari-hari masyarakat. Islam memandang masyarakat muslim sebagai satu kesatuan ekonomi dan sosial yang esensial. Secara ekonomi, manusia memang saling menunjukkan saling ketergantungan. Rasulullah meminta kita untuk bekerja secara jujur, berkualitas dan mandiri karena akan menguntungkan kita dan juga masyarakat. Rasul bersabda, “Bekerjalah dengan tanganmu sendiri karena itu akan menguntungkan bagimu sebagaimana kamu telah beramal (untuk sesama)”.
5. Bekerja tidak hanya ikhtiar demi memajukan standar ekonomi dan sosial seseorang, tetapi juga bertujuan untuk memajukan seluruh masyarakat. karenanya, untuk mendapatkan rezeki, kita harus saling bekerjasama. Setelah rezeki diperoleh, hak kaum miskin ditunaikan, sekaligus memberdayakan potensi yang mereka miliki agar kehidupan ekonomi mereka meningkat.

Islam tidak cuma mengenal konsep kerja dan pekerjaan yang jelas. Islam juga menunjukkan etika kerja yang gamblang dan praktis. Keimanan serta ketaatan seorang muslim terhadap Allah dipancarkan dalam setiap kegiatan yang berkaitan dengan pekerjaannya.

Review Penelitian Terdahulu.

Wahidahwati (2001) menganalisis apakah *managerial ownership* dan *institutional investor* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kebijakan hutang (struktur modal) perusahaan pada industri manufaktur yang *go public* di BEJ. Menunjukkan bahwa *institutional ownership* mempunyai pengaruh yang signifikan dan berhubungan negatif dengan *debt ratio*. Hal ini menunjukkan bahwa dalam pengambilan kebijakan pendanaan, perusahaan yang menjadi *sample* telah melakukan kebijakan pendanaan kombinasi dari hutang dan modal sendiri. Selanjutnya perusahaan telah mempertimbangkan *managerial*

ownership dan *institutional ownership* serta variabel control *firm profit*, perusahaan melakukan pemenuhan dana dengan modal sendiri khususnya dana internal dari laba ditahan. Apabila sumber dari modal sendiri tidak mencukupi maka dengan mempertimbangkan variabel *firm size*, *asset structure*, *firm growt*, *tax rate*, *earning volatility*, dan *stock volatility* masih memungkinkan untuk memenuhi sebagian pendanaannya melalui penggunaan hutang. Dengan adanya keseimbangan tersebut, maka dapat meminimumkan total biaya keagenan dalam perusahaan.

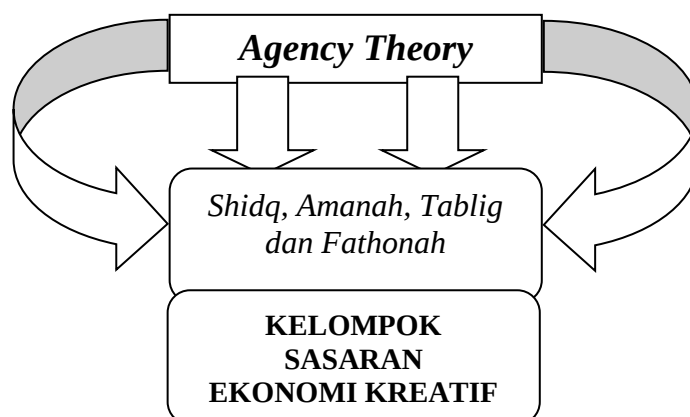
Mahadwartha dan Hartono (2002) dalam penelitiannya membahas interdependensi kebijakan deviden dan *leverage* dengan pembuktian empiris khusus untuk pengendalian *agency cost of equity*. Hasil penelitian Mahadwartha dan Hartono (2002), menjelaskan bahwa *managerial ownership* yang semakin meningkat akan membuat kekayaan pribadi manajemen semakin terkait dengan kekayaan perusahaan, sehingga manajemen akan berusaha untuk mengurangi risiko kehilangan kekayaannya. Cara yang ditempuh manajemen adalah mengurangi *financial risk* perusahaan dengan penurunan tingkat *leverage*. *Leverage* yang rendah diharapkan mengurangi risiko kebangkrutan dan *financial distress*. Hubungan *managerial ownership* dengan *leverage* dan terkait pula dengan adanya risiko kebangkrutan atau ekspektasi kebangkrutan. Kebijakan *leverage* yang rendah juga mengurangi risiko kehilangan kekayaan bagi pemegang saham. Interdependensi kebijakan *leverage* dengan kebijakan deviden menunjukkan hasil positif. Deviden semakin meningkat berarti perusahaan cenderung akan menggunakan *leverage* untuk membiayai investasinya karena aliran kas internal sudah digunakan untuk membayar deviden.

Abdurrahman dan Ludigdo (2004) mengkaji *agency theory* agar menjadi teori yang lebih humanis dengan mengangkat nilai-nilai yang terkandung dalam syari'ah untuk dimasukkan dalam kerangka teoritis *agency theory* serta mendesain implikasi dari hasil pendekonstruksian tersebut pada pembentukan prinsip-prinsip akuntansi yang sesuai dengan dimensi kajiannya.

Metodologi Penelitian

State of The Art Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan disini berbeda dengan metodologi penelitian dalam akuntansi positif (*mainstream*) yang menekankan penggunaan alat bantu statistika, tetapi dalam penelitian ini menggunakan suatu desain yang relatif bebas yaitu dengan paradigma *non mainsteam* (*interpretive paradigm*, *critical paradigm*, *paradigm*), yang sangat mengakodasikan kebebasan berpikir yang impasinya akan terlihat pada bentuk desain penelitian dan bentuk konstruksi ilmu pengetahuan (Triyuwono, 2000 : 9).



Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan instrumen peneliti itu sendiri karena dalam mendeteksi; (i) pola *agency theory* dalam perspektif konvensional dalam rangka

mendukung pelaku bisnis khususnya ekonomi kreatif; (ii) pola *agency theory* yang integratif-inovatif (Sunah Rasulullah SAW) yang terukur berkaitan dengan pelaku ekonomi kreatif.

Informasi-informasi yang akan digali adalah manajemen usaha khususnya pada manajemen produksi secara hati-hati karena menyangkut 'rahasia perusahaan' mereka yang mereka miliki sehingga dengan penelitian tidak akan memunculkan efek negatif.

Temuan dan Pembahasan

Model Agency Theory dalam Perspektif Konvensional.

Beban biaya keagenan yang terjadi dari sisi pemegang saham (*agency cost of equity*) dapat dikurangi dengan mengundang pihak ketiga untuk ikut melakukan pengawasan terhadap manajemen sekaligus memberikan jalur pengambilan keputusan yang lebih terstruktur melalui *covenant*. Pihak ketiga ini biasanya disebut *bonitholders* dan atau *debtholders* (selanjutnya hanya disebut *debtholders*) masuk melalui kebijakan hutang (*leverage*). Seiring dengan meningkatnya *leverage*, maka muncullah *agency cost of debt*. Semakin tinggi proporsi *leverage*, maka risiko kebangkrutan akan meningkat sehingga *debtholders* memerlukan tambahan return untuk menutupi tambahan risiko yang terjadi.

Mahadwartha dan Hartono (2002) dalam penelitiannya membahas interdependensi kebijakan deviden dan *leverage* dengan pembuktian empiris khusus untuk pengendalian *agency cost of equity*. Namun karena *agency cost of equity* sulit diobservasi secara langsung maka digunakan variabel-variabel kebijakan deviden dan *leverage* yang mempertimbangkan pemisahan antara kepentingan manajemen dan pemegang saham. Kepentingan yang berbeda antara *agent* dan *principal* akan menyebabkan konflik keagenan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Kondisi ideal yang seharusnya terjadi bahwa *agent* akan mengambil keputusan keuangan yang menguntungkan bagi *principal* sehingga teori keagenan yang membahas hubungan *agent* dan *principal* dapat menjelaskan fenomena ini. Disamping itu, dijelaskan bahwa *managerial ownership* yang semakin meningkat akan membuat kekayaan pribadi manajemen semakin terkait dengan kekayaan perusahaan, sehingga manajemen akan berusaha untuk mengurangi risiko kehilangan kekayaannya. Cara yang ditempuh manajemen adalah mengurangi *financial risk* perusahaan dengan penurunan tingkat *leverage*. *Leverage* yang rendah diharapkan mengurangi risiko kebangkrutan dan *financial distress*. Hubungan *managerial ownership* dengan *leverage* dan terkait pula dengan adanya risiko kebangkrutan atau ekspektasi kebangkrutan. Kebijakan *leverage* yang rendah juga mengurangi risiko kehilangan kekayaan bagi pemegang saham. Interdependensi kebijakan *leverage* dengan kebijakan deviden menunjukkan hasil positif. Deviden semakin meningkat berarti perusahaan cenderung akan menggunakan *leverage* untuk membiayai investasinya karena aliran kas internal sudah digunakan untuk membayar deviden.

Bermula dari konflik kepentingan tersebut, *agency theory* dilahirkan sebagai suatu jembatan bagi para pelaku bisnis dalam menganalisa tindakan dari pihak-pihak yang terlibat hubungan keagenan dalam kaitannya dengan laporan keuangan. *Agency theory* sendiri sebenarnya sebuah teori deskriptif yang berusaha menjelaskan hubungan teori akuntansi positif dengan praktek akuntansi dalam hubungan keagenan.

Agency theory yang lahir sebagai akibat adanya pemisahan fungsi dalam organisasi sebagaimana terlihat pada konsep *entity theory*. Teori ini menganggap entitas sebagai sesuatu yang terpisah dan berbeda dari pihak yang menamakan modal dalam perusahaan. Karena menganggap perusahaan berdin sendiri dari para pemilik maka perhatian lebih terpusatkan pada perusahaan sebagai suatu entitas. Persamaan yang terjadi pada teori ini adalah $Aset = Utang + Ekuitas \text{ Pemegang Saham}$

Dikonteks perusahaan, manajemen bertindak sebagai orang yang diberi kepercayaan oleh pemilik modal, hubungan tersebut memberi konsekuensi, melaksanakan manajemen (*agent*) yang bertindak atas nama perusahaan dituntut melaksanakan kepentingan *principal*. Dengan kata lain manajemen (*agent*) yang telah diberi otorisasi dalam pengambilan keputusan secara sadar harus bertindak dalam konteks yang memberi keuntungan, pada kepentingan *principal*. Masalah yang timbul dari hubungan keagenan ini sebenarnya bermula dari adanya hasrat pihak manajemen (*agent*) untuk tidak bertindak demi kepentingan terbaik dari *principal*.

Agent mempunyai kecenderungan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan biaya pihak lain. Pelaku ini sering disebut sebagai keterbatasan rasional (*bounded rationality*) dan *agent* cenderung tidak menyukai risiko (*risk averse*). Problem keagenan menurut Jensen dan Meckling (1976) terjadi apabila proporsi kepemilikan manager atas saham perusahaan kurang dari 100% sehingga manager cenderung bertindak untuk mengejar kepentingan dirinya dan sudah tidak berdasar maksimalisasi nilai dalam pengambilan keputusan pendanaan. Selanjutnya Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa kondisi tersebut merupakan konsekuensi dari pemisahan fungsi pengelolaan dengan fungsi kepemilikan. *Agent* tidak menanggung risiko dalam kesalahan dalam mengambil keputusan, risiko sepenuhnya ditanggung oleh *principal*, oleh karena itu manajemen cenderung melakukan pengeluaran yang bersifat produktif untuk kepentingan pribadinya seperti peningkatan gaji dan status.

Model Agency Theory dalam Kaitannya dengan UMKM

UMKM merupakan lembaga ekonomi kreatif yang cukup tangguh, yang terbukti pada saat eksistensinya pada era krisis ekonomi. Begitu pula saat berbagai kondisi pasar sehingga dalam menjalankan usahanya akan lebih inovatif. Ketangguhan pada UMKM karena kemandirian dan penguasaan pada informasi pasar faktor produksi juga diperlukan terutama untuk mengetahui beberapa hal yang menjadi dukungan aspek kuat yaitu sumber bahan baku yang dibutuhkan. Informasi secara lokal dan kontinyu, jangkauan pada harga bahan baku yang ingin dibeli, mereka mengetahui-mana dan bagaimana memperoleh modal usaha, siapa yang akan dipakai sebagai tenaga kerja yang profesional serta tingkat upah atau gaji yang layak untuk pekerja serta di mana dapat sarana dan prasarana yang layak diperoleh.

Isu-isu dan informasi pasar yang lengkap dan akurat dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk membuat perencanaan usahanya secara tepat, baik pada pembuatan desain produk yang disukai konsumen, menentukan harga yang bersaing di pasar, mengetahui pasar yang akan dituju, dan banyak manfaat lainnya. Kenyataan inilah peran pemerintah (*government*) sangat diperlukan dalam mendorong keberhasilan UMKM dalam memperoleh akses untuk memperluas jaringan pemasarannya. Selain memiliki kemudahan dan kecepatan dalam memperoleh informasi pasar, UMKM juga perlu memiliki kemudahan dan kecepatan dalam mengkomunikasikan atau mempromosikan usahanya kepada konsumen secara luas baik di dalam maupun di luar negeri. Selama ini promosi UMKM lebih banyak dilakukan melalui pameran-pameran bersama dalam waktu dan tempat yang terbatas, sehingga hubungan maupun transaksi dengan konsumen kurang bisa dijamin keberlangsungannya. Hal itu dapat disebabkan oleh jarak yang jauh atau kendala intensitas komunikasi yang kurang. Padahal faktor komunikasi dalam menjalankan bisnis adalah sangat penting, karena dengan komunikasi akan membuat ikatan emosional yang kuat dengan pelanggan yang sudah ada, juga memungkinkan datangnya pelanggan baru.

Pada aspek strategi UMKM dalam meningkatkan Sumber Daya Manusia untuk menghadapi pasar bebas adalah penguatan lembaga pendamping melalui peningkatan *capacity building* dalam bentuk pelatihan dan kegiatan penelitian yang menunjang

pemberian kredit kepada UMKM. Penelitian-penelitian yang mengarah pada dukungan penetapan arah dan kebijakan pada finansial (operbankan) dalam rangka pemberian bantuan teknis dan juga dalam rangka penyediaan informasi yang berguna dalam rangka pengembangan UMKM Penelitian tersebut disesuaikan dengan kebutuhan pengembangan UMKM serta untuk menggali potensi sektor UMKM di tiap-tiap daerah di Indonesia termasuk di Jawa sendiri.

Agency Theory Ala Rasulullah SAW.

Agency theory merupakan teori yang syarat dengan konflik kepentingan antara *principal* dan *agent*, dimana *agent* memberikan informasi akuntansi yaitu memberikan informasi yang bermanfaat untuk membantu pengguna untuk membuat keputusan investasi kredit dan keputusan lain yang rasional. Untuk itu perlu dilihat lebih lanjut apakah informasi yang disediakan oleh manajemen (*agent*) tersebut betul-betul bermanfaat dan dapat dipercaya. Pemilihan teknik akuntansi oleh manajemen dalam *agency theory* ini bisa ditandai dengan pemilihan metode akuntansi yaitu *agent* dalam arti pemilihan metode akuntansi itu dibuat pada waktu awal kontrak, sedangkan *expost* lebih mengacu pada pemilihan metode akuntansi pada saat berlangsungnya kontrak (Zimmer dan Whittred, 1990:21)

Berbeda dengan penelitian di atas Abdurrahman dan Ludigdo (2004) mengkaji *agency theory* agar menjadi teori yang lebih humanis dengan mengangkat nilai-nilai yang terkandung dalam syariat untuk dimasukkan dalam kerangka teoritis *agency theory* serta mendesain implikasi dari hasil pendekonstruksian tersebut pada pembentukan prinsip-prinsip akuntansi yang sesuai dengan dimensi kajiannya. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa *agency theory* terlingkup dalam arena paradigma *positive accounting research*. Suatu kajian penelitian yang sama sekali tidak memasukkan nilai diri peneliti dalam konstruksi dan pengembangan penelitian, sehingga realitas yang terbentuk dari penelitian tersebut menjadi bebas nilai (*value free*) dan cenderung meninggalkan nilai-nilai etika dalam pembentukan dan pengembangan teorinya. Ketidakmampuan *agency theory* menjadi suatu teori yang universal dan transendental oleh banyak peneliti lebih diakibatkan sebagai kesalahan dalam mekanisme kontrol dalam pembentukan dan pengembangan teori tersebut. *Agency theory* tidak bisa menyandingkan realitas transendental yang dibawa oleh agama dengan realitas akal yang diberdayakan oleh manusia

Salah satu kesalahpahaman terbesar umat Islam adalah memandang harta tidak terlalu baik. Harta cenderung ditafsirkan negatif karena berpotensi membantahan talai kepada Allah. Dalam lingkup kesalahpahaman itu, orang kaya sudah hampir bisa dipastikan uangnya tidak halal. Sukar untuk menemukan status kaya dengan predikat takwa. Dunia ini adalah murganya orang kafir dan penjara bagi kaum muslimin. Kehidupan dunia yang sebentar ini adalah kesempatan bagi orang kafir untuk bersenang-senang, sedangkan bagian kita adalah di akhirat nanti, dan karena itu kita harus sabar dan menerima saja. Itulah sedikit dari stereotip yang sering kita temukan di masyarakat

Stereotip itulah yang sering menahan laju umat Islam untuk berkembang secara mulia dalam bisnisnya. Kesalahpahaman itu diperparah dengan penafuran terminologi zuhud yang sempit, fardu kifayah yang keliru, kemiskinan yang tidak pada tempatnya dan sifat qanua'ah yang salah kaprah. Kita dianjurkan untuk mencari kekayaan sebanyak-banyaknya, tetapi dengan proses yang tidak melupakan kematian (QS. *At-Takatsur* (102): 1-2), tidak melalaikan dzikrullah (QS *Al-Munafiqun* (63): 9), tidak meninggalkan shalat dan zakat (QS. *An-Nur* (24): 37), dan tidak memusatkan kekayaan hanya pada sekelompok orang kaya (QS. *Al-Hasyr* (59): 7)

Saat harta dijadikan landasan dan simbol kesuksesan, maka yang terjadi adalah upaya menghalalkan segala cara untuk memperoleh dan menumpuk harta. Pada saat yang sama,

penggunaan harta cenderung berorientasi untuk bisa memenuhi segala nafsu dan ambisi Egoisme manusia dalam menyikapi, mendapatkan dan membelanjakan harta kekayaan seringkali melampaui batasan etika, moral bahkan kewajaran. Mereka bisa sangat tamak, curang dan tidak memiliki semitifitas terhadap orang-orang miskin. Harta kekayaan yang mereka peroleh hanyalah demi memenuhi dua hal yang sesungguhnya tidak akan pernah terpuaskan.

Pertama, demi kesenangan dan/atau kemewahan. *Kedua*, demi mempertahankan dan atau menambah harta kekayaan agar gaya hidup bersenang-senang dan bermewah-mewah bisa terus berlangsung. Jika memungkinkan, menguasai sarana atau milik orang lain demi meningkatkan gengsi atau derajat sosial. Akibat yang terjadi adalah orang-orang kaya hanya mementingkan kepentingan sendiri. Si kaya menganggap pembiaran terhadap orang-orang yang berada dalam kelaparan dan kemiskinan merupakan tindakan yang benar

Gaya hidup bersenang-senang atau bermewah-mewah merupakan kehidupan yang berlebih lebihan, melebihi dari apa yang sesungguhnya mereka butuhkan. Memiliki banyak mobil (mewah) tetapi tidak sesuai dengan kebutuhan; mempunyai banyak perhiasan emas dan/atau berlian, namun sekadar untuk menumpuk kekayaan atau memamerkannya; menghiasi ruangan rumah dengan barang pecah-belah bermutu tinggi, membeli hewan peliharaan dengan harga yang sangat mahal, dan seterusnya. Tidak lupa, mereka pun menghiasi dinding-dinding rumah dengan lukisan yang fantastis harganya, hingga jutaan rupiah. Sedangkan lantai rumah diperindah dengan permadani yang harganya selangit.

Begitulah, mereka benar-benar memenuhi kebutuhan" tertentu yang mereka ciptakan sendiri. Demikian pula dengan "kebutuhan terhadap seks bebas, kehidupan malam dan gaya hidup bebas lainnya. Demi menikmati sesuatu, bersenang-senang, atau meningkatkan gengsi sosial, mereka menjadikan orang-orang agar dapat melayani gaya hidup mereka dan menopang tujuan-tujuan pribadi mereka

"Dijadikan indah pada (pandangan) musia kecintaan pada apa-apa yang inginkan, yaitu perempuan-perempuan, anak-anak, harta yang banyak dalam bentuk emas, perak, kada pilihan binatang-binatang ternak dan ladang Indah kesenangan hidup di dunia dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga)" (QS Ali Imran (4) 14)

Simpulan

Kondisi ideal yang seharusnya terjadi bahwa agent akan mengambil keputusan keuangan yang menguntungkan bagi *principal* sehingga teori keagenan yang membahas hubungan *agent* dan *principal* dapat menjelaskan fenomena ini, Disamping itu, *managerial ownership* yang semakin meningkat akan membuat kekayaan pribadi manajemen semakin terkait dengan kekayaan perusahaan, sehingga manajemen akan berusaha untuk mengurangi risiko kehilangan kekayaannya.

Pada budaya jawa yang didominasi oleh UMKM, maka agency diterapkan dengan model berjalan secara alami yang selalu tanggap terhadap perubahan-perubahan, meskipun perubahan ini terjadi tanpa perencanaan dan kontrol yang terorganisir secara rapi. Mereka hanya mengandalkan tentatifitas dengan dugaan dan feeling yang mereka miliki.

Agency Theory 'ala' Rasulullah cukup komplis yang didasarkan pada Al-qur'an dan sunah Rasul. Syariah mengatur secara rapi dengan segala konsekuensi yang keluasaan dalam implementasinya.

Daftar Rujukan

Alqur'an dan Terjemahnya. Departemen Agama Republik Indonesia. Proyek Pengadaan Kitab Suci Alqur'an.

- Abdurrachman, Yusuf dan Ludigdo, Unti. 2004. Dekonstruksi Nilai-Nilai Agency Theory dengan Nilai-Nilai Syari'ah: Suatu Upaya Membangun Prinsip-Prinsip Akuntansi Bernafaskan Islam, *Simposium Nasional Sistem Ekonomi Islam II*.
- As'udi, Moh dan Iwan Triyuwono. 2001. *Akuntansi Syari'ah Memformulasikan Konsep Laba Dalam Konteks Metafora Zakat*, Salemba Empat, Jakarta.
- Barrel, Gibson, and Gareth Morgan. 1979. *Sociological Paradigms and Organizational Analysis*. New Hampshire: Hinemann.
- Belkaoui, Ahmed Riahi. 2000. *Teori Akuntansi Jilid 1*. Jakarta, Salemba Empat.
- Bratawijaya, Thomas W. 1997. *Mengungkap dan Mengenal Budaya Jawa*, Pradnya Paramita, Jakarta.
- Chua, F. Wai. 1986. Radical Development in Accounting Thought. *The Accounting Review*. Page 601-632.
- Endraswara, Suwardi. 2003. *Mistik Kejawaen Sinkretisme, Simbolisme, dan Sufisme dalam Budaya Spiritual Jawa*, Narasi, Jogjakarta.
- Hadiwinata, Bob S. 1994. *Theatrum Politicum*, *Kalam Jurnal Kebudayaan*. Edisi 1. No: 23-31.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2001. *Menuju Perumusan Teori Akuntansi Islam*, Penerbit PT. Pustaka Quantum Indonesia.
- Hendriksen, Eldon S. 1982. *Teori Akuntansi Jilid 1 Edisi 4*, Erlangga, Jakarta.
- Herusatoto, Budiono. 2003. *Simbolisme dalam Budaya Jawa*. Hanindita Graha Widia, Jogjakarta.
- Jensen, Michael C and William H. Meckling. 1976. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost dan Ownership Structure. *Journal of Finance Economics* 3. Page: 305-360.
- Khomsiyah dan Indriantoro, Nur. 2000. Metodologi Penelitian Akuntansi Keperilakuan: Pendekatan Filsafat Ilmu, *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 2 Hal: 89-100.
- Kiswara, Endang. 1999. Teori Keagenan (Agency Theory), Wujud Kepedulian Akuntansi pada Makna Informatif Pengungkapan Laporan Keuangan, *Media Akuntansi*. No. 34. Hal: 5-9.
- Mahadhartha, Putu Anom dan Hartono Jogianto. 2002. Uji Teori Keagenan dalam Hubungan Interdependensi Antara Kebijakan Hutang dengan Kebijakan Deviden. *Simposium Nasional Akuntansi V*.
- Masyhuri, M (2015). UIN MALIKI PRESS (Anggota IKAPI) ISBN 978-602-1190-46-3. Cetakan 1
- Moh'd, MA., L.G. Perry., dan J.N. Rimbey. 1998. The Impact Ownership Structure On Corporate Debt Policy: A Time Series Cross Sectional Analysis, *Financial Review*, August Vol. 33. Page: 85-99.
- Roslender, Robin. 1992. *Sociological Perspectives on Modern Accounting*. Routledge, London and New York.
- Rowi, Roem. 2004. *Seminar dan Diklat Menimbang Fatwa MUI Tentang Haramnya Bunga Bank*. Kanindo Malang.
- Sahal, Ahmad. 1994. Kemudian, Dimanakah Emansipasi?: Tentang Teori Kritis, Geneologi, dan Dekonstruksi. *Kalam Jurnal Kebudayaan*. Edisi 1. Hal 12-22.
- Setiabudi, Hendri Y dan Triyuwono, Iwan. 2002. *Akuntansi Ekuitas* Jakarta, Salemba Empat.
- Shulton, Muhammad. 2002. *Islam dan Kebudayaan Jawa*. Gama Media, Jogjakarta.
- Spreadley, James P. 1997. *Metode Etnografi*, Tiara Wacana, Jogjakarta.
- Subekti. 1990. *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta.
- Subiyantoro, Eko B dan Iwan Triyuwono. 2004. *Laba Humanis Tafsir Sosial atas Konsep Laba dengan Pendekatan Hermeunitika*, Bayu Media, Malang.

- Sueb, H Memed. 2001. Pengaruh Biaya Sosial Terhadap Kinerja Sosial, Keuangan Perusahaan Terbuka di Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi IV*.
- Sugiharto, I. Bambang. 1996. *Posmodernisme*, Kanisius Jogjakarta.
- Sulistiyanto, Sri dan Wibisono, Haris. 2003. Seasoned Equity Offerings: Antara Agency Theory, Windows of Oppurtunity, dan Penurunan Kinerja. *Simposium Nasional Akuntansi VI*.
- Supomo, Bambang. 1999. Dampak Kompensasi Manajemen Terhadap Kebijakan Akuntansi Sebuah Tinjauan Umum Hasil Penelitian Empiris. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 1. Hal:64-73.
- Suwarjuwono, Tjiptohadi. 1997. Filosofi Bahasa Sebagai Ontologi dalam Riset *Akuntansi. Media Akuntansi*. No. 21 th IV. Hal: 11-20.
- Thoha, Mahmud. 2004. *Paradigma Baru Ilmu Pengetahuan Sosial & Humaniora. Dialog Antarperadaban: Islam, Barat dan Jawa*. Teraju Jakarta Selatan.
- Triuwono, Iwan. 1997. Akuntansi Syari'ah dan Koperasi Mencari Bentuk dalam Bingkai Metafora Amanah. *JAAI Vol. I*. Hal: 3-42.
- Triuwono, Iwan. 2000a. *Paradigma Ilmu Pengetahuan dan Metodologi Penelitian*, Short Cours CBIES, Faculty of Economics-Brawijaya University dan IAI Kompartemen Pendidik, Jogjakarta.
- Triuwono, Iwan. 2000. *Organisasi dan Akuntansi Syari'ah LkiS*, Jogjakarta.
- Triuwono, Iwan. 2004. Formulasi Karakter Laporan Keuangan Akuntansi Syari'ah dengan Pendekatan Filsafat Manunggaling Kawulo Gusti (Syekh Siti Jenar), *Simposium Nasional Sistem Ekonomi Islam II*.
- Tuanakotta, Theodorus M. 1983. *Teori Buku Satu, BPFE UI*, Jakarta.
- Wahidahwati.2001. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusinal pada Kebijakan Hutang Perusahaan : Sebuah Perspektif Agency Theory, *Simposium Nasional Akuntansi IV*.
- Wahidahwati. 2002. Kepemilikan Manajerial dan Agency Conflicts : Analisis Persamaan Simultan Non Linier dari Kepemilikan Manajerial, Penerimaan Resiko (Risk Taking), Kebijakan Utang dan Kebijakan Deviden. *Simposium Nasional V*.
- Weber, Max. 2003. *Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme*, Pustaka Promothea, Jakarta.
- Weston, J. Freed and Eugene. F Britham. 1994. *Dasar Manajemen Keuangan*. Penerbit Erlangga. Jogjakarta.
- Zimmer, Ian dan Whittred. 1990. A. *Contracting Cos Framework For The Analysis of Financial Accounting and Reporting, Financial Accounting: Incentive Effects and Economic Consequences*. Sydney : Hold Rinehart and Wiston.