

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran *negative affect intensity* (NAI) dan peran kompetisi dalam mempengaruhi preferensi kejujuran pada penganggaran partisipatif. Metode yang digunakan adalah eksperimen laboratorium dengan desain eksperimen 2x2 antarsubjek. Peran *negative affect intensity* (NAI) dimanipulasi menjadi dua kelompok NAI tinggi dan NAI rendah, sedangkan peran kompetisi dimanipulasi pada tingkat tekanan ekonomi dan persaingan. Partisipan berjumlah 131 mahasiswa dari program studi Akuntansi S1 sebagai penyuluh bawahan. Data eksperimen diuji dengan menggunakan ANOVA untuk mengetahui pengaruh peran NAI dan peran kompetisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pertama *negative affect intensity* (NAI) yang tinggi akan meningkatkan preferensi kejujuran bawahan dibandingkan dengan NAI rendah. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Blay et al., 2019; Larsen, 2009; Luft, 2016; Mayhew & Murphy, 2014) ketika individu dengan NAI yang tinggi mengalami pengaruh negatif yang besar, mereka akan meningkatkan preferensi kejujuran. Kedua, ketika kompetisi diperkenalkan, ada hal positif dan negatif yang secara bersamaan ditunjukkan. Pertama, kompetisi dapat membuat individu meningkatkan motivasi dan usaha untuk mencapai tujuan yang diharapkan (Kilduff et al., 2010; Schurr & Ritov, 2016). Sedangkan, dalam situasi yang sama kompetisi juga dapat memicu individu untuk memperlakukan keadaan menjadi kompetitif tanpa efek yang disengaja (Ku et al., 2005). Asumsi pengujian tambahan juga menunjukkan hal yang sama sebagaimana penelitian Schrech (2015) bahwa efek kompetisi pada tingkat kesalahan pelaporan akan lebih kuat bagi pria daripada wanita. Temuan ini bisa memberikan pandangan bagi pembuat kebijakan di perusahaan, ketika bawahan memiliki NAI tinggi, perusahaan harus melakukan kontrol informal karena perilaku bawahan menunjukkan preferensi kejujuran tinggi, dan sebaliknya ketika bawahan memiliki NAI rendah, perusahaan harus menggunakan kontrol formal dari pada mengandalkan preferensi kejujuran mereka yang mungkin akan berakibat buruk terhadap keberlanjutan perusahaan karena sikap bawahan yang kurang etis.

Kata kunci: *Negative affect intensity*, kompetisi, tekanan ekonomi, persaingan, preferensi kejujuran, faktor intrinsik, penganggaran partisipatif.

Abstract

This study aims to examine the role of negative affect intensity (NAI) and the role of competition in influencing preferences for honesty in participatory budgeting. The research method used a laboratory experiment with 2x2 between subjects. The role of negative affect intensity (NAI) was manipulated into two groups of high NAI and low NAI, while the role of competition was manipulated into two group of economic pressure and competition. The participants were 131 students majoring accounting in undergraduate Program. Experimental data were tested using ANOVA to determine the effect of the role of NAI and the role of competition. First, the result a high negative affect intensity (NAI) will increase the honesty preference of subordinates compared to a low NAI. This result proved previous research (Blay et al., 2019; Larsen, 2009; Luft, 2016; Mayhew & Murphy, 2014) that individuals with high NAI get a large experience from negative effect, they will increase preferences for honesty. Second, when competition is introduced, it will be shown both positives and negatives point of view. First, competition can make individuals increase motivation and effort to achieve the expected goals (Kilduff et al., 2010; Schurr & Ritov, 2016). Meanwhile, in the same situation, competition can also trigger individuals to treat the situation as being competitive without any intentional effect (Ku et al., 2005). Additional testing assumptions also show the previous research from Schrech (2015) that the effect of competition on the rate of misreporting will be stronger for men than women. This finding can provide insight for policy makers in the company, when subordinates have a high NAI, the company should use informal control because the behavior of subordinates shows a high preference for honesty and vice versa, when subordinates have a low NAI, the company should use formal control rather than relying on their preferences for honesty which is low. This case may have a negative impact on the sustainability of the company because of the unethical attitude of subordinates.

Keywords: Negative affect intensity, competition, economic pressure, competition, honesty preference, intrinsic factor, participatory budgeting.