

**HUBUNGAN ANTARA KEPERIBADIAN NARSISTIK DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PADA REMAJA DI YOGYAKARTA**

Yusi Ambarwati

Ranni Merli Safitri

Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

ABSTRACT

This study aims to determine the correlation between the narcissistic personality to the consumptive behavior in adolescents. The hypothesis put forward is that there is a positive correlation between the narcissistic personality to consumptive behavior. The higher narcissistic personality, the higher the consumptive behavior. Conversely, the lower the narcissistic personality, the lower the consumptive behavior in adolescents. Research subjects were 65 students in grade 1 and 2 SMU Negeri 3 Yogyakarta aged between 12-17 years. Data collection methods used was narcissistic Personality Scale and Consumptive Behavior Scale. Results of analysis of data showed that there was a highly significant positive correlation between the narcissistic personality to consumptive behavior, with correlation $r_{xy} = 0.523$ ($p < 0.01$), so the hypothesis proposed was accepted

Keywords: *narcissistic personality, Consumptive behavior*

PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan masa peralihan dari kanak-kanak menuju dewasa. Pada masa ini remaja senang mencoba hal-hal baru untuk menentukan jati dirinya. Pada umumnya remaja akan mulai memperhatikan penampilannya. Hal ini sesuai dengan pendapat Hurlock (2002) yang mengatakan bahwa penampilan bagi remaja sangat penting, yaitu sebagai daya tarik fisik, usaha mencari dukungan sosial, dan popularitas. Sebagai usaha untuk mendukung penampilannya tersebut biasanya remaja suka berbelanja, seperti pakaian dan asesoris.

Perilaku remaja yang suka berbelanja ini dijadikan acuan oleh para produsen untuk memasarkan produk-produknya. Alasannya karena pola konsumsi individu biasanya terbentuk ketika remaja, disamping itu karakteristik remaja yang mudah terpengaruh iklan, teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uang (Tambunan, 2001). Selain itu, (Tinarbuko, 2006) mengatakan bahwa remaja pada umumnya belum dapat menentukan prioritas kebutuhannya sendiri sehingga dalam membuat keputusan membeli lebih mengandalkan emosi daripada rasio.

Tahap perkembangan pada remaja cenderung memiliki permasalahan dalam

pergaulan, karena dalam masa pencarian identitas diri tersebut remaja berusaha melakukan hal-hal yang dapat menunjang penampilan supaya mendapat perhatian sehingga diterima oleh kelompok pergaulan tertentu (Sarwono, 2001). Hal ini dapat dilihat dari kebiasaan dan gaya hidup remaja dewasa ini yang cenderung mengarah pada gaya hidup mewah yang kemudian dapat menimbulkan pola hidup konsumtif (Lina dan Rosyid, 1997). Berdasarkan wawancara dan observasi yang peneliti lakukan terhadap beberapa remaja yang masih bersekolah dan beberapa alumni SMU Negeri 3 yang dikenal sebagai SMU favorit, yang berusia 14-19 tahun (28 Oktober-15 November 2006), dapat disimpulkan bahwa perilaku membeli yang dilakukan para remaja tersebut lebih banyak dilakukan karena mengikuti *trend* saat itu. Remaja-remaja tersebut mengungkapkan alasan-alasan yaitu supaya dapat berpenampilan *up to date* dan lebih percaya diri dalam bergaul.

Karakter remaja yang suka mencoba hal-hal baru cenderung akan mengikuti mode-mode terbaru, hal ini diperkuat dengan banyaknya majalah-majalah remaja yang menampilkan produk-produk yang sedang *trend*, karenanya Loudon dan Bitta (dalam Lina dan Rosyid, 1997) menyatakan bahwa remaja adalah kelompok yang berorientasi

konsumtif. Perilaku membeli pada remaja yang berlebihan serta tidak sesuai dengan kebutuhan tersebut dapat digolongkan sebagai perilaku konsumtif.

Pendapat senada diungkapkan oleh Neufeldt (dalam Zebua dan Nurdjyayadi, 2001), yang mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif digambarkan sebagai tindakan yang tidak rasional dan bersifat kompulsif, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, serta secara psikologis mengakibatkan kecemasan dan rasa tidak aman.

Perilaku konsumtif dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Engel, dkk (1994) menyebutkan beberapa faktor internal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, diantaranya, motivasi, proses belajar dan pengalaman, kepribadian dan konsep diri, keadaan ekonomi, dan gaya hidup. Faktor eksternal terdiri dari kebudayaan, kelompok sosial, kelompok referensi, keluarga, dan status sosial. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lina dan Rosyid (1997) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif pada umumnya dilakukan oleh remaja. Salah satu faktor yang diperkirakan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif tersebut adalah kepribadian. Dalam hal ini kepribadian yang kemungkinan besar mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kepribadian narsistik.

Fausiah dan Widury (2005) menggolongkan kepribadian narsistik sebagai gangguan kepribadian kelompok B, yakni gangguan kepribadian yang memiliki perasaan kuat bahwa individu tersebut merupakan seseorang yang penting dan merasa bahwa dirinya unik. Fausiah dan Widury menambahkan bahwa individu dengan kepribadian narsistik merasa dirinya spesial, ambisius, dan suka mencari ketenaran, sehingga sulit menerima kritik dari orang lain.

Maria dkk (2001) menyebutkan beberapa karakteristik kepribadian narsistik yaitu; rasa sensitif terhadap kritik atau kegagalan, kebutuhan yang besar untuk dikagumi, dan kurangnya empati. Remaja yang memiliki rasa bangga terhadap diri sendiri dapat dikatakan bahwa remaja itu memiliki kepribadian narsistik. Kepribadian narsistik merupakan perasaan bangga terhadap diri sendiri dan selalu merasa lebih dari individu lain. Keadaan tersebut membuat individu yang berkepribadian narsistik selalu berusaha tampil lebih dari individu lain. Hal ini mempengaruhi perilakunya dalam hal mengkonsumsi suatu barang. Biasanya remaja yang berkepribadian narsistik lebih tertarik dengan atribut-atribut yang dikenakan

idolanya daripada melihat usaha idolanya untuk mencapai kesuksesan (Sabirin, 2005).

Ketertarikan remaja pada atribut yang dikenakan idolanya dapat dilihat dari perilaku membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan, misalnya membeli pakaian, sepatu atau tas hanya karena sedang *trend* atau supaya menyerupai idolanya. Perilaku membeli yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan cenderung berlebihan dapat digolongkan pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif tersebut biasanya dimanfaatkan oleh para produsen untuk memasarkan produknya yang ditujukan khusus untuk remaja. Iklan produk melalui berbagai media yang mudah didapatkan oleh remaja merupakan salah satu cara produsen dalam menarik perhatian remaja.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa remaja memiliki kecenderungan berkepribadian narsistik yang dapat menyebabkan remaja tersebut berperilaku konsumtif.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif pada remaja. Semakin tinggi kepribadian narsistik, semakin tinggi perilaku konsumtifnya, dan sebaliknya,

semakin rendah kepribadian narsistik, maka semakin rendah perilaku konsumtifnya.

METODE

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepribadian narsistik sebagai variabel bebas dan perilaku konsumtif sebagai variabel tergantung. Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah remaja kelas 1 dan 2 SMU Negeri 3 Yogyakarta yang berusia 13-17 tahun dan berjumlah 60 siswa.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Skala Perilaku Konsumtif dan Skala Kepribadian Narsistik. Skala perilaku Konsumtif terdiri dari 37 aitem dalam bentuk kalimat pernyataan *favorable* dan *unfavorable* dengan 4 kategori respon yaitu SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), TS (Tidak Sesuai) dan STS (Sangat Tidak Sesuai). Aitem-aitem di atas memiliki koefisien validitas bergerak antara 0,274 sampai 0,679, dan koefisien reliabilitas sebesar 0,9105 sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpul data. Skala kedua yang digunakan adalah Skala Kepribadian Narsistik yang terdiri dari 32 aitem dalam bentuk kalimat pernyataan *favorable* dan *unfavorable*. Aitem-aitem di atas memiliki koefisien validitas bergerak antara 0,279 sampai 0,658, dan koefisien reliabilitas sebesar 0,8854 sehingga layak digunakan

sebagai alat pengumpul data.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasional *Product Moment* dari Karl Pearson. Alasan menggunakan teknik tersebut adalah: 1) untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel perilaku konsumtif dan kepribadian narsistik, 2) jenis datanya interval.

HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan hasil uji normalitas sebaran diperoleh untuk data variabel bebas yaitu kepribadian narsistik, besarnya $KS - Z = 0,074$, dengan taraf signifikansi sebesar 0,2 ($p > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa sebaran variabel kepribadian narsistik terdistribusi normal, sedangkan variabel tergantung yaitu perilaku konsumtif pada remaja besarnya; $KS - Z = 0,083$, dengan taraf signifikansi sebesar 0,2 ($p > 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan data variabel perilaku konsumtif terdistribusi normal.

Berdasarkan hasil uji linieritas antara variabel kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif diperoleh nilai F linieritas sebesar 24,028, dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hasil uji linieritas menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif adalah linier.

Analisis korelasi *Product Moment* diperoleh $r_{xy} = 0,523$ dengan taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,01$), yang artinya ada hubungan yang sangat signifikan antara variabel kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif para remaja. Hal tersebut menyatakan bahwa hipotesis diterima. Koefisien determinasi (R^2) variabel narsistik terhadap perilaku konsumtif yang diperoleh sebesar 0,273 atau variabel kepribadian narsistik memberikan sumbangan terhadap variabel perilaku konsumtif sebesar 27,3%, sedangkan 72,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

Berdasarkan analisis korelasi *product moment*, secara umum hasil penelitian menunjukkan bahwa kepribadian narsistik mempunyai hubungan positif yang sangat signifikan dengan perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi kepribadian narsistik semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang terjadi pada remaja dan sebaliknya, semakin rendah kepribadian narsistik semakin rendah pula perilaku konsumtif pada remaja. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima.

Pada umumnya remaja memiliki idola yang dijadikan panutan untuk berperilaku dan berpenampilan (Lina dan Rosyid, 1997). Remaja mulai kegiatan konsumsinya dengan membeli barang-barang seperti yang dipakai

idolanya dengan tujuan supaya dapat menyerupai gaya sang idola, selain itu remaja cenderung ingin menjadi perhatian teman-teman dan lingkungannya. Kegiatan konsumsi tersebut dapat menjadi berlebihan apabila remaja terlalu mementingkan atribut yang dapat menunjang penampilannya. Hal itu dapat terjadi pada remaja yang memiliki kecenderungan kepribadian narsistik.

Halgin dan Whitbourne (1997), mengatakan bahwa individu dengan kepribadian narsistik memiliki rasa mementingkan diri sendiri yang tidak realistis. Individu yang memiliki kepribadian narsistik yang tinggi pada umumnya selalu merasa istimewa, arogan, angkuh, dan merasa hanya individu yang status sosialnya tinggi yang dapat menghargai dan mengerti kebutuhannya. Pendapat serupa dari Fausiah dan Widury (2005) mengatakan bahwa kepribadian narsistik adalah perasaan yang kuat bahwa individu tersebut merupakan seseorang yang penting dan merasa bahwa dirinya unik. Selain itu, individu dengan kepribadian narsistik merasa dirinya spesial, ambisius, dan suka mencari ketenaran, sehingga sulit menerima kritik dari orang lain.

Karakteristik kepribadian narsistik di atas dewasa ini terdapat pada beberapa remaja, sehingga remaja menjadi konsumtif

supaya dapat berpenampilan lebih dari yang lain. Hal ini sesuai dengan pendapat Hurlock (2002) yang mengatakan bahwa penampilan bagi remaja sangat penting, yaitu sebagai daya tarik fisik, usaha mencari dukungan sosial, dan popularitas. Akibat minat yang berlebihan terhadap penampilan tersebut akan mendorong remaja untuk berperilaku konsumtif.

Neufeldt (dalam Zebua dan Nurdjyayadi, 2001) mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif digambarkan sebagai tindakan yang tidak rasional dan bersifat kompulsif, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, serta secara psikologis mengakibatkan kecemasan dan rasa tidak aman.

Hasil kategorisasi perilaku konsumtif terhadap siswa kelas 1 dan 2 di SMU Negeri 3 Yogyakarta menunjukkan sebagian besar subjek memiliki taraf perilaku konsumtif yang rendah, yaitu sebanyak 39 subjek atau 60%. Sisanya sebanyak 26 subjek atau 40% berada dalam taraf sedang, dan tidak ada subjek yang berada dalam taraf perilaku konsumtif yang tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa subjek penelitian ini tidak menunjukkan adanya kecenderungan perilaku konsumtif. Hasil kategorisasi kepribadian narsistik juga menunjukkan bahwa sebagian besar subjek memiliki taraf

kepribadian narsistik rendah, yaitu sebanyak 47 subjek atau 72,3%. 27,7% atau sebanyak 18 subjek berada pada taraf sedang, dan tidak ada subjek yang memiliki taraf kepribadian tinggi. Subjek dalam penelitian ini tidak memperlihatkan kecenderungan kepribadian narsistik. Namun demikian hasil korelasi menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat signifikan.

Rendahnya kategorisasi tersebut dapat dikarenakan ketika subjek mengisi skala banyak bertanya kepada teman-temannya sehingga jawaban cenderung sama satu subjek dengan subjek lainnya. Dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini subjek mengisi skala berdasarkan *social diserability*. *Social diserability* adalah kecenderungan pada subjek penelitian yang menjawab sesuai jawaban sebagian besar subjek (www.wikipedia.org).

Selain itu penyebab rendahnya kategorisasi disebabkan karena jumlah subjek yang hanya 65 siswa, pemberian skala secara klasikal, dan reliabilitas variabel perilaku konsumtif sebesar 0,9105, yang berarti masih terdapat variasi eror sebesar 8,95% pada variabel tersebut. Reliabilitas variabel kepribadian narsistik sebesar 0,8854, yang berarti masih terdapat variasi eror sebesar 11,46% pada variabel tersebut yang juga dapat menjadi penyebab

rendahnya kategorisasi. Pada kenyataannya subjek penelitian ini memperlihatkan ciri-ciri konsumtif, diantaranya atribut-atribut yang dikenakan oleh sebagian besar subjeck penelitian adalah bermerk terkenal, seperti tas, sepatu, ponsel, hingga laptop yang dibawa saat pengisian angket penelitian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif pada remaja.

Saran kepada subjek penelitian adalah untuk mempertahankan kepribadian narsistik dan perilaku konsumtifnya yang rendah. Saran untuk peneliti selanjutnya, supaya memperhatikan faktor-faktor lain seperti media massa, lingkungan, kelompok referensi atau idola, dan besarnya uang saku.

DAFTAR PUSTAKA

- Engel, J.F, Blackwell, R.D, Miniard P.W. 1992. *Perilaku Konsumen*. Budiyo (pen.) 1994. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fausiah, F. dan Widury, J. 2005. *Psikologi Abnormal Klinis Dewasa*. Jakarta: UI-press.
- Halgin, R.P. & Whitbourne, S.K. 1997. *Abnormal Psychology: The Human Experience of Psychological Disorders*. USA: Brown & Benchmark.
- Hurlock, E.B. 2002. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Lina & Rosyid, H.F. 1997. Perilaku Konsumtif Berdasar *Locus of Control* Pada Remaja Putri. *Psikologika*.. No.4 TahunII. Hal 5-13.
- Maria, H., Prihanto,S., & Sukanto, M. 2001. Hubungan Antara Ketidakpuasan Terhadap Sosok Tubuh (*Body Dissatisfaction*) dan Kepribadian Narsistik dengan Gangguan Makan (Kecenderungan *anorexia dan bulimia nervosa*). *Anima*,Vol.16, No. 3. Hal. 272-289.
- Sabirin, Eka. 2005. Kenapa Kita Doyan Belanja? <http://kompas.com/kompas>. Edisi 26 Agustus 2005. Diakses pada tanggal 13 November 2006.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2001. *Psikologi Remaja*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tambunan,. R 2001. Remaja dan Perilaku Konsumtif. <http://www.e-psikologi.com/remaja>. Edisi 19 November 2001. Diakses pada tanggal 2 April 2006.
- Tinarbuko, S. 2006. Pola Hidup Konsumtif Masyarakat Yogyakarta. <https://www.kompas.com> Edisi 7 Februari 2006. Diakses pada tanggal 25 Mei 2007.
- Wikipedia.http://en.wikipedia.org/wiki/Social_desirability_bias. Diakses pada 23 Oktober 2007.
- Zebua, A.S & Nurdjayadi, R.D. 2001 Hubungan Antara Konformitas dan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri. *Phronesis*. Vol.3. No. 6. hal. 72-

**PENINGKATAN KOMPETENSI BERBAHASA INGGRIS FUNGSIONAL
KONTEKSTUAL BAGI CALON PEKERJA MIGRAN KECAMATAN MOYUDAN
KABUPATEN SLEMAN**

Hermayawati, dkk

Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Mercu Buana Yogyakarta

ABSTRACT

The District of Moyudan, Sleman Yogyakarta has a relatively high unemployment rate with the job seekers of 6.109 male and 5.293 female. Most of them (especially female) desiredly want to work at overseas as Indonesian Overseas Workers, or Tenaga Kerja Indonesia (TKI). The problem is, they must not merely have job-skill, but also have to be able to use the target language in the job target country, at least English as a means of communication with their new environment. In facts, several research showed that they are not able to communicate in English well. Meanwhile, English is a key instrument to communicate especially with their employers. Based on this fact, this program of Ipteks bagi Masyarakat (IbM) aimed at conducting English training especially for community of the migrant workers candidates. The training program was held by using Functional English Learning Model (Materi Ajar Bahasa Inggris Fungsional /MABIF). The training was conducted for 24 meetings and followed by 40 participants. They consisted of 20 undergraduates degree, 17 higher level students, and 3 person were the graduates of Senior Highschools. This program resulted: (1) MABIF with level of significance of $\alpha = 0.04$; (2) Article of Publication in a Daily Regional Newspaper (Kedaulatan Rakyat) and a Journal (Socio-Humaniora); (3) Training Certificate showed Functional English Mastery; and (4) the Existence/the establishment of Association of Moyudan's Overseas Worker Candidates (Paguyuban Calon Pekerja Migran di Moyudan) to keep the project sustainability. Kata kunci:

Functional English, Migrant, MABIF

PENDAHULUAN

Kecamatan Moyudan berjarak 15 Km dari pusat Kota Yogyakarta dan 4 Km dari perguruan tinggi Penulis. Sebagai salah satu wilayah Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta, Moyudan wajib ikut serta dalam mewujudkan visi daerahnya, yaitu menuju masyarakat Sleman yang lebih

sejahtera pada tahun 2010. Masalahnya, hingga saat ini angka pengangguran masih relatif tinggi dan tentunya perlu solusi. Menurut data yang ada di Kecamatan, jumlah pencari kerja mencapai 6.109 laki-laki dan 5.293 perempuan dan di antaranya ingin bekerja di luar negeri sebagai Tenaga Kerja Indonesia di luar negeri (TKI).

Mekipun termasuk wilayah yang subur, kebanyakan penduduk usia muda di wilayah Kecamatan Moyudan kurang berminat untuk bertani atau pun menjadi perajin. Berdasarkan data yang ada, terdapat sekitar 40 orang pencari kerja yang tertarik untuk bekerja di luar negeri, baik di sektor domestik (sebagai penatalaksana rumah tangga/PRT) maupun di sektor formal, terutama sebagai buruh pabrik. Dengan bekerja di luar negeri, mereka berharap akan mendapatkan penghasilan yang jauh lebih tinggi dibanding di Indonesia sehingga akan dapat menyejahterakan keluarga mereka.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra program adalah: kebanyakan pencari kerja migran kurang mampu berbahasa Inggris. Padahal, bahasa Inggris merupakan sarana utama untuk berkomunikasi dengan lingkungan bekerja mereka di luar negeri. Hal ini dapat dimaklumi jika mengingat bahwa kualitas sumber daya manusia Indonesia berada di urutan paling bawah di antara negara-negara Asia-Pasifik lain (Madya, 2001: 1; Gunarwan, 2004: 11-12). Selain itu, hasil penelitian bersama antara Lembaga Penelitian Universitas Indonesia dan Departemen Tenaga Kerja dan Transmigrasi (Depnakertrans) tahun 2000, yang berjudul: "Situasi TKI di Sembilan Negara",

menyimpulkan bahwa TKI kurang diminati di sembilan negara Asia-Pasifik dan Timur Tengah, yaitu Singapura, Malaysia, Taiwan, Hong Kong, Korea, Jepang, Saudi Arabia, Iran, dan Amerika. Pengguna jasa di sembilan negara tersebut lebih memilih tenaga kerja dari Philipina, India, dan Vietnam, yang dipandang lebih terampil dalam berkomunikasi dan mengurus rumah tangga dibandingkan dengan TKI (Depnakertrans, 2000: i-ii). Implikasinya, proses pelatihan bahasa asing (Inggris) Calon TKI (CTKI) kurang optimal. Optimalisasi pelatihan bahasa Inggris salah satunya dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas materi ajarnya (Hermayawati, 2007: 323-324).

Materi ajar merupakan komponen kunci dan sarana pembantu ketercapaian tujuan program pembelajaran dan pelatihan pada semua tataran belajar. Untuk itu penyusunannya mestinya disesuaikan dengan analisis kebutuhan target (Richards, 2001: 21, 257). Pemilihan atau penyusunan materi ajar tidak terlepas dari kualitas guru atau pun perencana program yang bersangkutan. Namun pada kenyataannya, berbagai hasil penelitian menunjukkan bahwa guru, perencana program pembelajaran dan pelatihan seringkali kurang tepat dalam memilih atau pun

menyusun materi ajar bagi peserta didiknya. Dengan kata lain, muatan materi ajar yang digunakan para guru seringkali tidak sesuai dengan kebutuhan peserta didik yang notabene sama dengan kebutuhan pengguna lulusan (Hermayawati, 2005: 47-51; 2007: 323-324). Sebagai akibatnya, *output* dan *outcome*-nya kurang berterima di dunia kerja (Depnakertrans, 2000: i-ii) karena kurang sesuai dengan tuntutan yang ditargetkan.

Permasalahan tersebut di atas menunjukkan bahwa bahasa bersifat kompleks (Byram & Fleming, 1998: 11), baik menyangkut tata bahasa maupun dalam hal berinteraksi dan beradaptasi dengan budaya mereka (Koentjaraningrat, 2002: 132-133). Bahasa merupakan alat komunikasi yang paling efektif. Tanpa penguasaan bahasa yang digunakan sehari-hari, orang akan kesulitan berinteraksi, termasuk para TKI di lingkungan bekerja mereka.

Kesalahpahaman dalam berinteraksi yang terjadi secara terus menerus dari waktu ke waktu antara pekerja dan majikan dapat memicu kekerasan yang berujung pada penolakan terhadap pekerja yang bersangkutan. Jika terjadi secara masal, tentu hal tersebut akan mengakibatkan rendahnya posisi tawar (*bargaining position*) para pencari kerja di luar negeri. Atas dasar

berbagai kenyataan sebagaimana disebutkan di muka, model MABIF secara normatif telah disesuaikan dengan kebutuhan program I_bM ini.

METODE

1. Pelaksanaan Program

Sesuai dengan fenomena permasalahan yang ada, program I_bM ini menggunakan metode penyuluhan, pendidikan dan latihan. Materinya menggunakan Model Materi Ajar Bahasa Inggris Fungsional (MABIF) yang sebenarnya merupakan temuan penelitian disertasi yang berjudul: “Pengembangan Materi ajar Bahasa Inggris dengan Pendekatan Fungsional (Penelitian Pengembangan di PJTKI Jakarta)” (Hermayawati, 2008: 324-325) yang telah terbukti efektif dan sengaja digunakan menjadi Model Pembelajaran dalam Program ini. Model Materi Ajar Bahasa Inggris Fungsional (MABIF) sebenarnya secara khusus didesain bagi para calon tenaga kerja Indonesia (CTKI) yang sedang menjalani pelatihan di Perusahaan Jasa Tenaga Kerja Indonesia (PJTKI) Jakarta. Namun demikian, model ini telah juga telah dikembangkan sesuai dengan kebutuhan peserta pelatihan dan *users* mereka di luar negeri. Sebagai ilustrasi, ciri-ciri MABIF disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Ciri-Ciri Materi Ajar Bahasa Inggris Fungsional/ MABIF

Aspek Bahasa Materi Ajar Bahasa Inggris Fungsional/MABIF No. yang Dipelajari	
1. Bentuk Wacana	Materi ajar ditampilkan dalam bentuk percakapan otentik (<i>Authentic Dialogues, Monologues</i>) yang sesuai dengan tujuan dan analisis kebutuhan target.
2. Aspek Linguistik	Pengembangan aspek linguistik difokuskan pada pemenuhan kebutuhan pembelajar, yaitu penguasaan <i>speaking skill</i> yang melibatkan aspek struktur, kosakata, pelafalan, kefasihan, dan pemahaman pertuturan (<i>listening comprehension</i>).
3. Aspek Semantik	Kosakata yang sebagian besar diakses dari materi ajar lama disajikan secara kontekstual dan terpadu dalam bentuk dialog dengan mengacu pada konsep <i>Minimum-adequate Vocabulary</i> .
4. Aspek Pragmatik/ Budaya	Aspek pragmatik yang terkait dengan budaya penutur target disajikan secara terpadu (<i>embedded</i>) di dalam wacana.
5. Keterampilan berbahasa (<i>L.Skills</i>)	Keterampilan berbicara (<i>speaking skill</i>) yang meliputi unsur struktur, kosakata, pelafalan, kefasihan/kecepatan bertutur, dan pemahaman (<i>listening comprehension</i>).
6. Keterkaitan antarkonsep (<i>Networking</i>)	Ada keterkaitan antarmateri/antarkonsep berbahasa (yaitu penggunaan fungsi bahasa " <i>Imparting and seeking factual informations</i> ") yang tersaji dalam bentuk wacana dan tercantum secara berurutan di dalam Bab atau Unit Pokok Bahasan) secara luwes dan seimbang.
7. Tata Ringkasan (<i>Structured Summaries</i>)	Materi ajar diurutkan dari mudah ke sulit; sederhana ke agak kompleks; disertai tampilan <i>language focus</i> dan <i>sentence patterns</i> yang dapat digunakan sebagai dasar pemahaman pertuturan target bagi pembelajar.
8. Tampilan Naskah	Materi ajar dibuat menarik bagi penggunaannya karena pertuturan ditampilkan dalam bentuk dialog-dialog otentik disertai dengan ilustrasi yang dapat memperjelas pemahaman konsep pertuturan target.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Program kegiatan IBM ini didasarkan atas asumsi sebagai berikut: (a) para peserta diklat rata-rata memiliki kemampuan awal (*intakes*) bahasa Inggris pada taraf pembelajaran pemula (*threshold* dan/atau *false-beginning level*), yaitu pembelajar yang sudah pernah belajar bahasa Inggris selama bertahun-tahun tetapi tetap tidak mampu menggunakannya; (b) setelah mengikuti

pelatihan, peserta diklat akan mampu menggunakan fungsi-fungsi bahasa target yang cocok dengan level kemampuan mereka, yaitu "*imparting and seeking factual informations*" untuk berkomunikasi dengan orang lain, baik di dalam maupun di luar pelatihan; (c) jika hal itu terjadi, para peserta akan mampu berkomunikasi menggunakan bahasa target tersebut dengan

para pengguna (*users*), manakala mereka bekerja di luar negeri; dan (d) instruktur dan peserta pelatihan akan dapat menyebarkan Model MABIF yang memungkinkan untuk dipelajari sendiri oleh penggunanya.

Pelaksanaan program IbM ini melibatkan 40 orang partisipan. Instruktur diklat adalah dua orang dosen pendidikan bahasa Inggris (PBI) dan sekaligus adalah Ketua dan Anggota Tim IbM. Dalam melaksanakan diklat, instruktur dibantu oleh lima orang mahasiswa PBI FKIP Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Sebagai gambaran, berikut ini disajikan langkah-langkah pelaksanaan programnya.

Mengidentifikasi masalah → menentukan masalah utama → menganalisis kebutuhan program → menentukan tujuan → menyusun/mengembangkan materi diklat → memberikan pengarahannya tentang pelaksanaan kegiatan → melaksanakan kegiatan sesuai jadwal → mengevaluasi program → menganalisis hasil evaluasi → melakukan perbaikan program → hasil akhir (terampil berbahasa Inggris pada level ambang, diseminasi melalui Artikel Publikasi dan *Sustainability*).

3. Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Program

Mitra utama program IbM ini adalah lembaga Kecamatan Moyudan yang didukung sepenuhnya oleh sumber daya manusia yang ada. Dalam hal ini, lembaga

kecamatan berfungsi sebagai rekomendator dan legitimator pelaksanaan kegiatan yang didukung oleh empat Kelurahan yang meliputi: Kelurahan Summersari, Sumber Agung, Sumber Rahayu, Sumber Arum. Namun atas dasar kesepakatan bersama dan berbagai pertimbangan yang ada, kegiatan dipusatkan di Kelurahan Summersari. Pertimbangan terhadap lokasi pusat kegiatan tersebut didasarkan pada berbagai faktor berikut: (1) letak geografisnya yang paling strategis di antara empat kelurahan yang ada; (2) tempatnya luas dan lebih kondusif dibanding tiga kelurahan lainnya; (3) pemukiman penduduk saling berdekatan sehingga memudahkan komunikasi antarpelaku kegiatan; (4) Kelurahan Summersari merupakan daerah terdekat dengan perguruan tinggi Tim Pelaksana IbM sehingga lebih memperlancar pelaksanaan kegiatan; (5) fasilitas yang ada lebih memadai daripada tempat lain.

4. Evaluasi Hasil Kegiatan

Evaluasi program IbM ini menggunakan dua bentuk instrumen yang berupa tes tulis (*paper-and-pencil test*) dan tes lisan (*oral production test*). Untuk keperluan tersebut penulis menyusun kisi-kisi tes tulis dengan memadukan konsep Gronlund (1978: 50-51) dan model Rubrik/Panduan Penskoran Bahasa Lisan

(O'Malley & Pierce, 1996: 67) lengkap dengan jenjang skala penskorannya, seperti

tertera pada Tabel 2.

Tabel 2. Tabel Spesifikasi 90-Butir tes Tulis Penguasaan Fungsi Bahasa Target

<i>Content Areas on:</i>	(1)	(2)	(3)	(4)	<i>Total</i>
<i>Imparting and seeking factual informations</i>	<i>Identifying</i>	<i>Reporting Describing & Narrating</i>	<i>Correcting (Agreeing /Denying)</i>	<i>Asking (for help /invitation/ questions)</i>	<i>Five Variables</i>
<i>Total number of test items/ descriptors</i>	10	67	4	9	90

Tabel 2 menunjukkan bahwa tes tulis yang berjumlah 90 butir soal meliputi pengembangan kecakapan menggunakan fungsi bahasa target, yaitu “*imparting and seeking factual informations*” yang meliputi kategori *identifying*, *reporting* (termasuk *describing* dan *narrating*), *correcting* (termasuk *agreeing* dan *denying*), dan *asking (for help, questions, dan invitation)* (Van Ek, 1987: 113). Penentuan jumlah butir soal pada masing-masing variabel fungsi bahasa dilakukan dengan mempertimbangkan taraf

kepentingan dan frekuensi penggunaannya di dalam komunikasi khusus bagi penutur pada tataran pemula (*false beginners*).

Komponen kecakapan berbicara yang diuji adalah pelafalan, kefasihan atau kecepatan berbicara, kosakata, struktur, dan pemahaman (terhadap pertuturan orang lain). Kriteria yang digunakan ada dua kategori. Secara holistik penilaian kemampuan berbicara menggunakan Rubrik/Panduan Penskoran Bahasa Lisan (O'malley & Pierce, 1996: 67) dengan rentang skala 1-2, khusus bagi level pemula seperti tercantum pada Tabel 3.

Tabel 3. Rubrik Penskoran Bahasa Lisan untuk Level Pemula

<i>Rating Scale</i>	<i>Descriptions on Speaking Skill</i>	<i>Speaking Skill Components Mastery</i>
2	- <i>Begins to communicate personal and survival needs</i>	<i>Fluency</i>
	- <i>Speaks in single-word utterances and short patterns</i>	<i>Structure/Pronunciation</i>
	- <i>Uses functional vocabulary</i>	<i>Vocabulary</i>
	- <i>Understands words and phrases; requires repetitions</i>	<i>Comprehension</i>
1	- <i>Begins to name concrete objects</i>	<i>Vocabulary/ Pronunciation</i>
	- <i>Repeats words and phrases</i>	<i>Fluency/Structure</i>
	- <i>Understands little or no English</i>	<i>Comprehension</i>

Skor satu diperoleh jika peserta mampu: menyebutkan nama objek benda atau pun orang (*begins to name concrete objects*); menirukan kata dan frase dengan lafal yang benar (*repeats words and phrases*); dan memahami pertuturan sederhana orang lain (*understands little or no English*). Peserta mendapat skor dua jika mampu: mengucapkan tuturan pada level bahasa pemula (*begins to communicate personal and survival needs*); menggunakan tuturan dan pola kalimat pendek (*speaks in single-word utterances and short patterns*); menggunakan kosakata fungsional (*uses functional vocabulary*); memahami kosakata atau pun frase yang terkadang perlu didengar berulang kali (*understands words and phrases; requires repetitions*).

Pengembangan butir-butir instrumen menggunakan dua bentuk tes, yaitu tes tulis dan tes lisan. Butir-butir tes tulis ditekankan pada kemampuan peserta dalam menggunakan fungsi-fungsi bahasa target. Tes lisan yang bertujuan mengukur kompetensi berbicara pada tataran ambang ini menggunakan kriteria penilaian O'malley & Pierce (1996: 76) sebagai berikut: (1) validitas isi (*content validity*), yaitu penilaian hendaknya mengukur kompetensi pemahaman/menyimak dan berbicara, dan aktivitas tersebut menjadi bagian pengajaran; (2) validitas butir-butir soal (*task validity*), yaitu penilaian hendaknya benar-benar mengukur kemampuan pemahaman dan berbicara, bukan mengukur aspek menyangkut kognitifnya; (3)

kesesuaian dengan tujuan dan kemampuan menyesuaikan/ mengembangkan konsep bahasa target (*purposefulness and transferability*), yaitu penilaian hendaknya merefleksikan tujuan memahami konteks dan berbicara dalam kehidupan sehari-hari; dan (4) keotentikan, yaitu penilaian hendaknya mengukur kecakapan siswa dalam memahami dan berbicara yang sesuai dengan tataran peserta tes. Berikut ini dikemukakan penjelasan masing-masing butir kriteria penilaian tersebut.

Pertama, pengukuran validitas isi yang dilakukan melalui kegiatan *oral interview* menyangkut penggunaan fungsi-fungsi bahasa target, dikembangkan dalam materi ajar alternatif, yaitu kategori “*imparting and seeking factual information*”, yang meliputi fungsi-fungsi bahasa: *identifying, reporting* (termasuk *describing* dan *narrating*), *correcting* (yang meliputi *agreeing* dan *disagreeing*), dan *asking* (termasuk di dalamnya *asking for information* dan *asking for help*).

Kedua, pengukuran validitas butir-butir soal yang dilakukan melalui pengukuran kemampuan peserta yang berfokus pada kecakapan pemahaman, pelafalan, kefasihan (*speed of speaking*), kosakata, dan tata bahasa (O'malley &

Pierce, 1996: 68; Bailey, 2005: 2). Penggunaan kelima komponen tersebut diintegrasikan ke dalam penggunaan fungsi-fungsi bahasa target tersebut di muka.

Ketiga, pengukuran kesesuaian materi tes yang bertujuan untuk mengukur kemampuan peserta dalam menggunakan fungsi-fungsi bahasa target yang telah dipelajari, terutama dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan penguji. Jika peserta mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan penguji dengan menggunakan bahasa target secara tepat, maka pengukuran dapat dikatakan sesuai dengan tujuan wawancara.

Keempat, pengukuran keotentikan materi dilakukan melalui pengukuran kemampuan peserta dalam memahami tuturan dan berinteraksi dengan penguji, termasuk pemahaman budaya dan pragmatika bahasanya. Lingkup penguasaan bahasanya terutama difokuskan pada penggunaan fungsi-fungsi bahasa yang berhubungan dengan kebutuhan interaksi sehari-hari (*survival needs*) di negara target bekerja, terutama sebagai penatalaksana rumah tangga/PRT. Tabel 4 merupakan Matriks Kegiatan Penilaian Bahasa Lisan khusus bagi peserta tes (*false beginners*).

Selain tes tulis, tes wawancara (*scored-interview*) juga dilakukan secara individual

oleh dua orang evaluator (*interviewer*). Materi tes meliputi pengukuran kemampuan siswa dalam menggunakan fungsi-fungsi bahasa *asking: for help/for information; identifying someone/something; dan reporting: describing/narrating. Picture-cued Descriptions/Stories* meliputi pengukuran penguasaan siswa terhadap fungsi-fungsi bahasa *describing* dan *correcting. Information Gap* meliputi pengukuran penguasaan peserta terhadap fungsi-fungsi bahasa *describing, asking for/giving information, dan giving direction. Roleplays* meliputi pengukuran penguasaan siswa terhadap fungsi-fungsi bahasa *asking for/giving information* dan *correcting: agreeing/disagreeing*.

Prosedur pelaksanaan tes ini mengacu pada konsep Cohen *et al.* (2000: 392) dan Richards (2001b: 296-297), yaitu bahwa pada pelaksanaan evaluasi program bahasa, pengumpulan data dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif menghasilkan data kualitatif, yaitu hasil pengukuran yang tidak dapat diekspresikan secara numerik. Pendekatan kualitatif diperoleh dari hasil pengumpulan berbagai informasi, yang di antaranya adalah interviu, yang menjadi alat pengumpul data lisan dalam kegiatan IBM ini. Pendekatan kuantitatif menghasilkan

data kuantitatif, yaitu hasil pengukuran yang berupa informasi numerik. Data kuantitatif dikumpulkan dari peserta tes dengan topik yang ditargetkan dan dapat dianalisis secara statistik sehingga menghasilkan ketentuan-ketentuan khusus. Berdasarkan konsep tersebut, penulis menggunakan jenis pendekatan ini melalui instrumen dalam bentuk tes tulis sebagai sarana pengumpul data numeriknya.

Tes tulis dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut: (1) membuat kisi-kisi tes penguasaan fungsi-fungsi bahasa target (*imparting and seeking factual informations: identifying, reporting, correcting, dan asking*), yang integratif ke dalam keterampilan berbicara; (2) merancang butir-butir tes; (3) menyiapkan komponen penilaian, yaitu pedoman penilaian, tabel konversi nilai, dan lembar jawab; (4) melaksanakan tes tulis; dan (5) mengadakan *test-scoring* dengan rentang skor 1-90.

Tes lisan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut: (1) wawancara pendahuluan; (2) wawancara lanjutan; dan (3) penyimpulan hasil wawancara. Wawancara dimulai dengan pertanyaan-pertanyaan sosial seperti “*How are you today?*”, “*What city do you from?*”, “*How long have you studied English?*”, dan “*Are you*

married?” untuk membiasakan peserta tes menjawab pertanyaan secara otomatis, karena pertanyaan-pertanyaan semacam itu akan selalu dijumpai di mana pun, termasuk di negara tujuan bekerja para calon pekerja migran.

Kedua, wawancara lanjutan untuk menjajaki kemampuan peserta tes dalam menerapkan kelima komponen kecakapan berbicara (termasuk pengetahuan budaya dan pragmatika bahasa yang diekspresikan oleh pewawancara) secara terpadu ke dalam fungsi-fungsi bahasa *”imparting and seeking factual informations”*, seperti tuturan berikut: *“Name?”*; *“Age?”*; *“Address?”*; *“Destination?”*; dan *“Got it?”*. Tes pemahaman sosial budaya diwujudkan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan berikut ini: *“What you have to do in the morning time, when your employers have not got up?”* atau *“What you have to do if there is a call while your employers are outsides”*. Dalam hal ini, penguji secara rileks mengamati dan menilai respons peserta tes yang diarahkan pada penggunaan unsur-unsur ketrampilan berbicara dan fungsi bahasa target.

Ketiga, penyimpulan hasil wawancara dilakukan setelah pengujian dipastikan sesuai dengan tujuan atau target pelaksanaannya. Penyimpulan berfokus pada

tingkat penguasaan kecakapan berbicara menggunakan fungsi-fungsi bahasa target dan kelima unsur keterampilan berbicara. Wawancara diakhiri secara luwes agar peserta tes menganggap bahwa ujian kecakapan berbicara merupakan pengalaman yang menyenangkan.

Keempat, melakukan pengumpulan data dan menganalisis hasilnya. Data berupa skor tes tulis (0 - 90) dan tes lisan yang dilakukan dengan kriteria penskoran model *“Rubrik Penskoran Bahasa Lisan bagi Pembelajar Level Pemula (Beginner’s Rubric Scoring of Oral-language)”* dengan rentang skala skor 0 – 2. Tes kecakapan berbicara dilakukan secara lisan (*oral production test*) (O’malley & Pierce, 1996: 67; Bailey, 2005: 84). Namun demikian, dalam kegiatan IbM ini penulis menggunakan tes tulis dan tes lisan demi menjaga kesahihan hasil pengukuran dan keluasan target cakupan penguasaan semua unsur dan area linguistik yang telah diajarkan.

HASIL KEGIATAN

Hasil kegiatan IbM bagi calon pekerja migran di Kecamatan Moyudan ini adalah sebagai berikut. Pertama, peningkatan kecakapan berbicara para peserta pelatihan yang dibuktikan melalui pengujian

efektivitas MABIF dengan taraf signifikansi $\alpha = 0.04$. Pengujian kecakapan berbicara meliputi pelafalan, tata bahasa, kosakata, kefasihan, dan pemahaman menggunakan fungsi-fungsi bahasa level *threshold/false beginning* (Bailey, 2005: 30), yaitu *imparting and seeking factual informations* (Van Ek, 1987: 113) serta dengan penerapan konsep kosakata minimum (*minimum-adequate vocabulary*) dan pemahaman pengetahuan sistem gramatikal bahasa target yang cukup untuk memahami kebutuhan dasar komunikasi (*minimum-adequate grammar*) (Wilkins, 1987: 97). Skor kedua bentuk tes dari kedua kelompok partisipan merupakan data pengujian yang kemudian dianalisis menggunakan uji-t.

Kedua, sertifikasi bagi peserta pelatihan khusus penguasaan berbahasa Inggris untuk *survival life*. Sertifikasi yang dilegalisasi oleh LPPM Universitas Mercu Buana ini dapat digunakan sebagai bukti rekomendasi untuk mengikuti pelatihan lanjutan di lembaga penyelenggara pelatihan bagi calon tenaga kerja migran yaitu PJTKI (Perusahaan Jasa Tenaga Kerja Indonesia) dan BLKLN (Balai Latihan Kerja untuk Luar Negeri) Depnakertrans.

Ketiga, terbentuknya “Paguyuban Calon Tenaga Kerja Migran” khususnya di

lingkungan Kecamatan Moyudan Sleman, Yogyakarta. Paguyuban ini dibentuk sebagai upaya untuk menjamin keberlangsungan (*sustainability*) program IbM. Paguyuban ini berfungsi sebagai wadah kegiatan praksis pelatihan berbahasa Inggris lisan (*English speaking club*) yang anggota dan pelaksana kegiatannya adalah para lulusan pelatihan. Para lulusan yang merupakan pencari kerja lulusan berbagai perguruan tinggi negeri dan swasta membentuk kelompok belajar yang siap bekerja di luar negeri dan bertugas merekrut dan menyediakan fasilitas yang diperlukan oleh para peserta pelatihan berikutnya secara swadaya di bawah bimbingan dosen dan mahasiswa bahasa Inggris UMBY.

Keempat, terwujudnya Artikel Publikasi sebagai sarana penyebarluasan pengalaman atau pun informasi menyangkut hasil pelaksanaan kegiatan yang dapat digunakan sebagai referensi atau pun inspirasi bagi peneliti dan pengabdian sejenis.

SIMPULAN

Berdasarkan berbagai penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa IbM ini menghasilkan: (1) Kecakapan berbahasa Inggris terutama untuk *survival life*; (2) Sertifikat Pelatihan Penguasaan bahasa Inggris Fungsional; (3) terbentuknya

Paguyuban Calon Pekerja Migran untuk menjamin keberlangsungan (*sustainability*) program IbM ini (4) Artikel Publikasi sebagai sarana diseminasi hasil kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bailey, Kathleen M. 2005. *Practical English Language Teaching Speaking*. New York: McGraw-Hill.
- Byram, Michael. & Fleming, Michael. 1998. *Language Learning in Intercultural Perspective (Approaches through drama and ethnography)*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Brown, Douglas, H. 1996. *Teaching by Principles: An Interactive Approach to Language Pedagogy*. Englewood Cliffs, New Jersey 07632: Prentice-Hall, Inc.
- . 2000. *Principles of Language Learning and Teaching: Fourth Edition*. New York: Addison Wesley Longman, Inc. A Pearson Education Company.
- Cohen, Louis., et al. 2000. *Research Methods in Education*. Great Britain: TJ International Ltd, Padstow, Cornwall.
- Cunningsworth, Alan. 1995. *Choosing Your Coursebook*. Great Britain: The Bath Press.
- Depdiknas. 2003. *Kurikulum Berbasis kompetensi: Pengembangan Silabus*. Jakarta: Dirjen Dikdasmen Depdiknas.
- Depnakertrans RI. 2000. *Situasi TKI di 9 Negara: A Cooperative Research between the research centre of the University of Indonesia and The Department of Man-power*. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Depnakertrans RI.
- . 2007. *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 81 Tahun 2006 Tentang Badan Nasional Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Luar Negeri (BNP2TKI)*. Jakarta: Biro Hukum Depnakertrans RI.
- Dubin, Fraida. & Olshtain, Elite. 1992. *Course Design: Developing programs and materials for language learning*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fromkin, Victoria., et al. 2003. *An Introduction to Language*. USA: Heinle, a part of Thomson Corporation.
- Gronlund, Norman E. 1978. *Stating Objectives for Classroom Instruction: Second Edition*. New York: Macmillan Publishing Co., Inc.
- Gunarwan, Asim. 2004. *Pragmatik, Kebudayaan, dan Pengajaran Bahasa*. Surakarta: UNS.
- Hammerly, H. 1991. *Fluency and Accuracy: Toward Balance in Language Teaching and Learning*. Clevedon: Multilingual Matters, Ltd.
- Hermayawati. 2007. *The Relevance of English Learning Materials at the Senior Highschools to the Culture's Conservation and Tourism Development in Yogyakarta City: Makalah hasil penelitian disajikan dalam Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya, terakreditasi ISSN 1693-623X Vol. 5, No. 1, edisi April 2007*. Surakarta: Prodi PBI PPs UNS.
- . 2009. *Developing Functional English Learning Materials for the Migrant Domestic Worker Candidates: Makalah dalam "Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya", PBI PPs UNS Surakarta ISSN 1693-623X Vol. 6,*

- No.1, Eds. April 2009. Surakarta: PPs UNS.
- Hutchinson, Tom & Waters, Alan. 1994. *English for Specific Purposes: a Learning-centred Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Johnson, Elaine B. 2007. *Contextual Teaching and Learning* (Edisi Terjemahan). Bandung: MLC.
- Koentjaraningrat. 2002. *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: PT Gramedia.
- Littlewood, William. 1992. *Teaching Oral Communication: A Methodological Framework*. Cambridge, Massachusetts 02142 USA: Blackwell Publishers.
- McDonough, Jo. & McDonough, Steven. 1997. *Research Methods for English Language Teachers*. New York: St Martin's Press Inc.
- O'malley, J.Michael. & Pierce, Valdez, Lorraine. 1996. *Authentic Assessment for English Language Learners: Practical Approaches for Teachers*. USA: Addison-Wesley Publishing Company, Inc.
- Richards, J.C. 2001. *Curriculum Development in Language Teaching*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tomlinson, Brian. & Masuhara, Hitomi. 2004. *Developing Language Course Materials*. Singapore: SEAMEO Regional Language Centre.
- Van Ek. 1987. *The Threshold Level* (an extract). Oxford: Oxford University Press.
- Wilkins, D.A. 1987. *Grammatical, Situational and Notional Syllabuses* (an extract). Oxford: Oxford University Press.

**PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN TERHADAP PENGUNGKAPAN
TANGGUNGJAWAB SOSIAL / SOCIAL DISCLOSURE**

Nugraeni

Staf pengajar pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

ABSTRACT

The issue which becomes a concern of community today is the role of a company to its environment, both external environment and internal environment of the company. In addition to profit-oriented activities, companies need to conduct other activities, such as activities to provide a safe working environment for its employees, ensure that no pollution to its surrounding area is produced from the production process, transparent duty stationing of employees, to produce safe products for consumers, and maintaining the external environment to achieve corporate social responsibility. Disclosure of social responsibility is one of the selected media to show concern of the company to the surrounding community. CSR (Corporate Social Responsibility) disclosure is useful as added value for a company as well as reducing the social costs arising from company activities. In addition to above mentioned benefits of CSR, the company can gain legitimacy by demonstrating social responsibility through CSR disclosure in the media and in the company's annual report. Results of several studies concluded that the percentage of management ownership and type of industry has significant influence in company policy in expressing social information; company size and structure of ownership significantly influence the broad of voluntary disclosure in corporate annual reports.

Keywords: management ownership, social disclosure

PENDAHULUAN

FASB Concepts Statement No. 1 dalam Kieso (2002) menyatakan bahwa beberapa informasi yang bermanfaat lebih baik disajikan dalam laporan keuangan, dan beberapa lainnya lebih baik disajikan dengan menggunakan media pelaporan keuangan selain laporan keuangan. Isu yang sedang menjadi perhatian masyarakat saat ini yaitu peran suatu perusahaan terhadap lingkungannya, baik lingkungan intern

maupun lingkungan ekstern perusahaan. Perusahaan mempunyai peran selain memberi manfaat positif terhadap ekonomi juga berkontribusi terhadap menurunnya kondisi sosial masyarakat. Beberapa perusahaan mendapat kritik karena telah menciptakan masalah sosial seperti polusi, penyusutan sumber daya, limbah, mutu dan keamanan produk, hak dan status karyawan, keselamatan kerja dan lain-lain.

Berubahnya kondisi lingkungan ekonomi banyak berpengaruh pada dunia usaha. Untuk dapat lebih bersaing, perusahaan dihadapkan pada kondisi untuk dapat lebih transparan dalam mengungkapkan informasi perusahaannya, sehingga akan lebih membantu para pengambil keputusan dalam mengantisipasi kondisi yang semakin berubah. Tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang dapat bermanfaat bagi sejumlah pengguna dalam pengambilan keputusan. Laporan keuangan yang disusun untuk tujuan tersebut diharapkan dapat memenuhi kebutuhan bersama sebagian besar pengguna.

Profesi akuntan sebagai penyedia informasi tidak dapat melepaskan diri dari situasi perkembangan perekonomian. Semakin besar suatu usaha bisnis, semakin dirasakan perlunya informasi akuntansi, baik untuk pertanggung jawaban maupun untuk dasar pengambilan keputusan. Berhubungan dengan pengujian informasi keuangan dari pihak luar (investor), profesi akuntan perlu mengatur cara-cara pengujian informasi keuangan suatu badan usaha dan memberi jasa audit untuk menentukan kewajaran laporan keuangan yang disusun oleh

manajemen. Agar laporan keuangan yang sudah diperiksa oleh akuntan publik dapat menjadi dasar yang berguna bagi pengambilan keputusan, salah satu cara yang dapat ditempuh adalah dengan membuat kriteria perlunya *disclosure* (pengungkapan) tertentu yang dapat mencakup semua perusahaan publik (Irawan, 2006: 19).

Menurut Statement of Financial Accounting Concepts (SFAC) No. 1, tujuan pelaporan adalah untuk memberikan informasi yang berguna bagi investor, calon investor, kreditur, calon kreditur dan para pemakai lainnya dalam membuat keputusan investasi, kredit dan keputusan lainnya secara rasional. Menurut Susanto (1992) Subroto (2003) dan Irawan (2006) informasi yang terkandung dalam laporan keuangan sangat penting sebagai dasar untuk mengalokasikan dana-dana investasi secara efisien dan produktif. Daarough (1993) Subroto (2003) Irawan (2006) menunjukkan arti pentingnya informasi laporan keuangan dengan menyatakan bahwa, perusahaan – perusahaan memberikan laporan keuangan kepada berbagai *stakeholder*, dengan tujuan untuk memberikan informasi yang relevan dan tepat waktu agar berguna dalam pengambilan keputusan investasi, monitoring, penghargaan kinerja dan pembuatan kontrak-kontrak. Irawan (2006)

menyatakan bahwa kualitas keputusan investasi dipengaruhi oleh kualitas pengungkapan perusahaan yang diberikan melalui laporan tahunan. Agar informasi yang disajikan dalam laporan keuangan dapat dipahami dan tidak menimbulkan salah interpretasi, maka penyajian laporan keuangan harus disertai dengan pengungkapan yang cukup (*adequate disclosure*).

Saat ini pihak-pihak managerial perusahaan semakin menyadari bahwa perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja, namun juga harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu memperhatikan masalah sosial dan lingkungannya. Dunia usaha bukan lagi sekedar kegiatan ekonomik untuk menciptakan profit demi kelangsungan usahanya, melainkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Jika menggantungkan semata-mata pada kesehatan finansial tidak akan menjamin perusahaan akan bisa tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) (Adhianta 2008)

PEMBAHASAN

Pertanggungjawaban social perusahaan (CSR)

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Sulastini (2007) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut :

1. *Basic responsibility (BR)*

Pada level pertama, menghubungkan tanggung jawab yang pertama dari suatu perusahaan, yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut seperti; perusahaan harus membayar pajak, memenuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham. Bila tanggung jawab pada level ini tidak dipenuhi akan menimbulkan dampak yang sangat serius.

2. *Organization responsibility (OR)*

Pada level kedua ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan "Stakeholder" seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat di sekitarnya.

3. *Societal responses (SR)*

Pada level ketiga, menunjukkan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang

terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan.

Tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas pada kinerja keuangan perusahaan, tetapi juga harus bertanggung jawab terhadap masalah sosial yang ditimbulkan oleh aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Adapun Teuku dan Imbuh (1997) Nur Cahyonowati (2003) dalam Sulastini (2007) mendeskripsikan tanggung jawab sosial sebagai kewajiban organisasi yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat, tetapi juga mempertahankan kualitas lingkungan sosial maupun fisik, dan juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas dimana mereka berada. Sedangkan menurut Ivan Sevic (Hasibuan,2001) Sulastini (2007) tanggung jawab sosial diartikan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab pada tindakan yang mempengaruhi konsumen, masyarakat, dan lingkungan. Selain itu Weston dan Brigham (1990) Sulastini (2007) menyatakan bahwa perusahaan harus berperan aktif dalam menunjang kesejahteraan masyarakat luas.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan

ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan (*The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) Ambadar, 2008:19 Djoe mee 2009). Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, serta komunitas setempat (lokal). Kemitraan ini tidaklah bersifat pasif dan statis. Kemitraan ini merupakan tanggung jawab secara sosial antara *stakeholders*. Definisi SEA (*Social Economic Accounting*): menyangkut pengaturan, pengukuran analisis, dan pengungkapan pengaruh ekonomi sosial dari kegiatan perusahaan. Bertujuan untuk mengukur dan melaporkan pengaruh kegiatan perusahaan terhadap lingkungan, mencakup: *Financial, Managerial Social Accounting dan Social Auditing* (Harahap,2004:349 Djoe mee 2009).

Pengungkapan (*disclosure*) tanggung jawab sosial

Menurut Hackston dan Milne, tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut juga sebagai *corporate social*

responsibility atau *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social reporting* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005) dalam Sri Sulastini (2007). Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi dalam hal ini perusahaan, di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray et.al (1995) Hasibuan (2001) Sulastini (2007). Menurut Gray et.al. dalam Sembiring (2005) Sulastini (2007) ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan

cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan.

Pendekatan kedua dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Banyak teori yang menjelaskan mengapa perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut. Gray et.al. (1995) dalam Henny dan Murtanto (2001) Sulastini (2007). menyebutkan ada tiga studi yaitu :

1. *Decision usefulness studies.*

Sebagian dari studi-studi yang dilakukan oleh para peneliti yang mengemukakan teori ini menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh para pemakai laporan keuangan. Dalam hal ini para analis, banker, dan pihak lain yang dilibatkan dalam penelitian tersebut diminta untuk melakukan pemeringkatan terhadap informasi akuntansi. Informasi akuntansi

tersebut tidak terbatas pada informasi akuntansi tradisional yang telah dikenal selama ini, namun juga informasi lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi. Mereka menempatkan informasi aktivitas social perusahaan pada posisi yang *moderately important* untuk digunakan sebagai pertimbangan oleh para *users* dalam pengambilan keputusan

2. *Economic theory studies*

Studi ini menggunakan *agency theory* dan *positive accounting theory*, dimana teori tersebut menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu prinsipal. Dalam penggunaan *agency theory*, prinsipal diartikan sebagai pemegang saham atau *traditional users* lain. Namun pengertian prinsipal tersebut meluas menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik (*stakeholder*).

3. *Social and political theory studies*

Studi di bidang ini menggunakan teori *stakeholders*, teori legitimasi organisasi, dan teori ekonomi politik. Teori *stakeholders* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*. Perusahaan berusaha mencari

pembenaran dari para *stakeholders* dalam menjalankan operasi perusahaannya. Sehingga berakibat semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholders*-nya.

Informasi yang diungkapkan dalam laporan keuangan tahunan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu pengungkapan wajib (*Mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*Voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan yang diharuskan oleh peraturan yang berlaku, dalam hal ini adalah peraturan yang ditetapkan oleh lembaga yang berwenang. Sedangkan pengungkapan sukarela adalah pengungkapan yang melebihi dari yang diwajibkan.

Menurut Hendriksen (2002) Hartanti (2005) ada tiga konsep pengungkapan yang umumnya diusulkan, adalah sebagai berikut : (1) Pengungkapan cukup (*Adequate disclosure*). Pengungkapan cukup adalah pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh peraturan yang berlaku, dimana angka yang disajikan dapat diinterpretasikan dengan benar oleh investor (2) Pengungkapan wajar (*Fair disclosure*), yaitu Pengungkapan yang wajar secara tidak langsung menyiratkan suatu etika, yaitu

memberikan perlakuan yang sama kepada semua pemakai laporan keuangan; (3) Pengungkapan penuh (*Full disclosure*), yaitu menyangkut penyajian informasi yang relevan. Bagi sebagian orang pengungkapan penuh berarti penyajian informasi secara berlimpah sehingga tidak tepat. Menurut mereka, terlalu banyak informasi akan membahayakan. Karena penyajian rinci dan yang tidak penting justru akan mengaburkan informasi yang signifikan membuat laporan keuangan sulit ditafsir.

Di Indonesia yang menjadi otoritas pengungkapan wajib adalah Bapepam. Setiap perusahaan publik diwajibkan membuat laporan keuangan yang diaudit oleh akuntan publik independen sebagai sarana pertanggungjawaban, terutama kepada pemilik modal. Bapepam melalui Surat Keputusan Bapepam No. 06/PM/2000 tanggal 13 Maret 2000 tentang Pedoman Penyajian Laporan Keuangan mensyaratkan elemen-elemen yang seharusnya diungkapkan dalam laporan keuangan perusahaan-perusahaan publik di Indonesia. Kemudian untuk pedoman penyajian dan pengungkapan laporan keuangan perusahaan publik industri manufaktur diatur melalui Surat Edaran Ketua Bapepam No. SE-02/PM/2002 tanggal 27 Desember 2002. Dalam Surat Edaran tersebut total item

pengungkapan wajib oleh perusahaan manufaktur adalah 68 item.

Menurut Murtanto (2006) Sulastini (2007), pengungkapan kinerja perusahaan seringkali dilakukan secara sukarela (*voluntary disclosure*) oleh perusahaan. Adapun alasan-alasan perusahaan mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela antara lain:

1. *Internal Decision Making*

Manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektivitas informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. Walaupun hal ini sulit diidentifikasi dan diukur, namun analisis secara sederhana lebih baik daripada tidak sama sekali.

2. *Product Differentiation*

Manajer perusahaan memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat. Akuntansi kontemporer tidak memisahkan pencatatan biaya dan manfaat aktivitas sosial perusahaan dalam laporan keuangan, sehingga perusahaan yang tidak peduli sosial akan terlihat lebih sukses daripada perusahaan yang peduli. Hal ini mendorong perusahaan yang peduli sosial untuk mengungkapkan informasi tersebut

sehingga masyarakat dapat membedakan mereka dari perusahaan lain.

3. *Enlightened Self-Interest*

Perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para stakeholder karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 (revisi 2004) Sulastini (2007) paragraf sembilan secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah sosial sebagai berikut :

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peran penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”

Dalam Exposure Draft PSAK no 20 tahun 2005, Masnila (2008) tentang Akuntansi Lingkungan bagian Pendahuluan paragraph 01 dinyatakan bahwa :

”.....perusahaan-perusahaan pada masa kini diharapkan atau diwajibkan untuk mengungkapkan informasi mengenai kebijakan dan sasaran-sasaran lingkungannya, program-program yang sedang dilakukan dan kos-kos yang terjadi karena mengejar tujuan-tujuan ini dan menyiapkan serta mengungkapkan risiko-risiko lingkungan. Dalam area akuntansi, inisiatif yang telah digunakan untuk memfasilitasi pengumpulan data dan untuk meningkatkan kesadaran perusahaan dalam hal

terdapatnya implikasi keuangan dari masalah-masalah lingkungan”.

Bagian Definisi paragraf 08 dinyatakan :

”.....Pengungkapan tambahan, bagaimanapun, diperlukan atau dianjurkan agar merefleksikan secara penuh berbagai dampak lingkungan yang timbul dari berbagai aktivitas dari suatu perusahaan atau industri khusus”.

Bagian Pengungkapan paragraf 41 dinyatakan seperti berikut:

”..... Pengungkapan yang demikian itu dapat dimasukkan dalam laporan keuangan, dalam catatan atas laporan keuangan atau, dalam kasus-kasus tertentu dalam suatu seksi laporan di luar laporan keuangan itu sendiri.”.

Berdasarkan pernyataan PSAK di atas, menunjukkan kepedulian akuntansi terhadap masalah-masalah sosial yang merupakan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Belum adanya standar baku yang merinci peraturan mengenai pengungkapan sosial mengakibatkan perusahaan memiliki keleluasaan dan kebebasan untuk mengungkapkan informasi sosial tersebut.

Struktur kepemilikan dan pengungkapan tanggungjawab sosial

Pengungkapan kinerja lingkungan, sosial dan ekonomi bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholders* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan *corporate social responsibility* (CSR): – lingkungan dan sosial – dalam setiap aspek

kegiatan operasinya (Darwin, 2007). Perusahaan juga dapat memperoleh legitimasi dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang dengan memperlihatkan tanggung jawab sosial melalui pengungkapan CSR dalam media termasuk dalam laporan tahunan perusahaan (Oliver, 1991; Haniffa dan Cooke, 2005; Ani, 2007) dan Kiroyan (2006). Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR diharapkan akan direspon positif oleh para pelaku pasar.

Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Negara-negara luar terutama Eropa dan United State merupakan negara-negara yang sangat memperhatikan isu-isu sosial; seperti pelanggaran hak asasi manusia, pendidikan, tenaga kerja, dan isu lingkungan seperti, efek rumah kaca, pembalakan liar, serta pencemaran air. Hal ini juga yang menjadikan dalam beberapa tahun terakhir ini, perusahaan multinasional mulai mengubah perilaku mereka dalam beroperasi demi menjaga legitimasi dan reputasi perusahaan (Simerly dan Li, 2001; Fauzi, 2006) dalam joernalakuntansi 2010. Struktur kepemilikan lain adalah kepemilikan institusional, dimana umumnya dapat bertindak sebagai pihak yang

memonitor perusahaan. Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan dan diharapkan juga dapat bertindak sebagai pencegahan terhadap pemborosan yang dilakukan oleh manajemen (Faizal, 2004 dalam Arif, 2006). Hal ini berarti kepemilikan institusi dapat menjadi pendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Lebih lanjut dalam joernalakuntansi 2010, dalam posisi sebagai bagian dari masyarakat, operasi perusahaan seringkali mempengaruhi masyarakat sekitarnya. Eksistensinya dapat diterima sebagai anggota masyarakat, sebaliknya eksistensinya pun dapat terancam bila perusahaan tidak dapat menyesuaikan diri dengan norma yang berlaku dalam masyarakat tersebut atau bahkan merugikan anggota komunitas tersebut. Oleh karena itu, perusahaan, melalui top manajemennya mencoba memperoleh kesesuaian antara tindakan organisasi dan nilai-nilai dalam masyarakat umum dan publik yang relevan atau *stakeholder*-nya (Dowling dan Pfeffer, 1975 dalam Haniffa dan Cooke, 2005; Ani,

2007). Keselarasan antara tindakan organisasi dan nilai-nilai masyarakat ini tidak selamanya berjalan seperti yang diharapkan. Tidak jarang akan terjadi perbedaan potensial antara organisasi dan nilai-nilai sosial yang dapat mengancam legitimasi perusahaan. Menurut Sethi dalam Haniffa dan Cooke (2005); Ani (2007), hal ini dapat menghancurkan legitimasi organisasi yang berujung pada berakhirnya eksistensi perusahaan.

Suchman (1995) dalam Barkemeyer (2007) memberikan definisi mengenai *organisational legitimacy* sebagai berikut: “*Legitimacy is a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within someocially constructed system of norms, values, beliefs, and definitions*”. Nasi, Nasi, Philips, and Zyglidopoulos, 1997 dalam Nurhayati, Brown, dan Tower, 2006 dalam joernalakuntansi 2010, mengatakan bahwa “*Legitimacy theory focuses of the adequacy of corporate social behaviour*”. Ini berarti bahwa *society judge* organisasi berdasarkan atas *image* yang akan mereka ciptakan untuk diri mereka sendiri. Selanjutnya organisasi dapat menetapkan legitimasi mereka dengan memadukan antara kinerja perusahaan dengan ekspektasi atau persepsi publik

(Henderson et al, 2004, Nurhayati, et al, 2006).

Perusahaan multinasional atau dengan kepemilikan asing utamanya melihat keuntungan legitimasi berasal dari para *stakeholder*-nya dimana secara tipikal berdasarkan atas *home market* (pasar tempat beroperasi) yang dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka panjang (Suchman, 1995 dalam Barkemeyer, 2007). Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu media yang dipilih untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat di sekitarnya. Dengan kata lain, apabila perusahaan memiliki kontrak dengan *foreign stakeholders* baik dalam *ownership* dan *trade*, maka perusahaan akan lebih didukung dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian Tanimoto dan Suzuki (2005), dalam melihat luas adopsi GRI dalam laporan tanggung jawab sosial pada perusahaan publik di Jepang, membuktikan bahwa kepemilikan asing pada perusahaan publik di Jepang menjadi faktor pendorong terhadap adopsi GRI dalam pengungkapan tanggung jawab sosial.

Susanto (dalam Marwata, 2006), meneliti luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di BEJ, menemukan pemilikan saham oleh

investor asing dalam penelitian ini tidak memiliki hubungan dengan luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan. Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh institusi keuangan, seperti perusahaan asuransi, bank, dana pensiun, dan asset management (Koh, 2003; Veronica dan Bachtiar, 2005). Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku *opportunistic* manajer. Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen (Arif, 2006). Shleifer and Vishny (1986) Barnae dan Rubin (2005), bahwa *institutional shareholders*, dengan kepemilikan saham yang besar, memiliki insentif untuk memantau pengambilan keputusan perusahaan. Sebagai bentuk institusi memerlukan pengungkapan CSR terjadi pada perbankan Eropa, dimana perbankan di Eropa menerapkan kebijakan dalam pemberian pinjaman hanya kepada perusahaan yang mengimplementasikan CSR dengan baik. Barnae dan Rubin (2005) dalam joernalakuntansi 2010, melakukan penelitian untuk melihat CSR sebagai konflik berbagai *shareholder* menunjukkan

hasil bahwa *institutional ownership* tidak memiliki hubungan terhadap CSR. Selanjutnya, Mani (2004) Kasmadi dan Susanto (2006), menguji faktor-faktor yang menentukan luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan di India, menemukan *financial institution investment* tidak berhubungan secara signifikan terhadap pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan di India.

Anggraini (dalam Dumadia, 2009) melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial di dalam laporan keuangan tahunan pada perusahaan-perusahaan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan variabel prosentase kepemilikan manajemen, tingkat leverage, biaya politik, dan profitabilitas. Hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa prosentase kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial. Irawan (2006) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan antara lain saham publik dan status perusahaan, dimana adanya perbedaan dalam proporsi saham yang dimiliki oleh investor luar dapat mempengaruhi kelengkapan pengungkapan oleh perusahaan. Hal ini karena semakin

banyak pihak yang membutuhkan informasi tentang perusahaan, semakin banyak pula detail-detail butir yang dituntut untuk dibuka dan dengan demikian pengungkapan perusahaan semakin luas. Dessy Amalia (2005) Kumala Dewi (2007) hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan struktur kepemilikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan.

SIMPULAN

Perusahaan memiliki kewajiban sosial atas apa yang terjadi disekitar lingkungan masyarakat. Selain menggunakan dana dari pemegang saham, perusahaan juga menggunakan dana dari sumber daya lain yang berasal dari masyarakat (konsumen) sehingga hal yang wajar jika masyarakat mempunyai harapan tertentu terhadap perusahaan. Tanggung jawab sosial adalah suatu bentuk pertanggungjawaban yang seharusnya dilakukan perusahaan, atas dampak positif maupun dampak negatif yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya, dan mungkin sedikit-banyak berpengaruh terhadap masyarakat internal maupun eksternal dalam lingkungan perusahaan. Selain melakukan aktivitas yang berorientasi pada laba, perusahaan perlu melakukan aktivitas lain, misalnya aktivitas untuk

menyediakan lingkungan kerja yang aman bagi karyawannya, menjamin bahwa proses produksinya tidak mencemarkan lingkungan sekitar perusahaan, melakukan penempatan tenaga kerja secara jujur, menghasilkan produk yang aman bagi para konsumen, dan menjaga lingkungan eksternal untuk mewujudkan kepedulian sosial perusahaan.

Disclosure dalam laporan keuangan tahunan merupakan sumber informasi untuk pengambilan keputusan investasi. Keputusan investasi sangat tergantung dari mutu dan luas pengungkapan yang disajikan dalam laporan tahunan. Mutu dan luas pengungkapan laporan keuangan tahunan masing-masing berbeda. Perbedaan ini terjadi karena karakteristik dan filosofi manajemen masing-masing perusahaan juga berbeda. Selain digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan, *disclosure* dalam laporan keuangan tahunan juga digunakan sebagai sarana pertanggungjawaban manajemen keuangan atas sumber daya yang dipercayakan.

Dengan adanya PSAK No 1 (revisi 2004) diharapkan menambah kesadaran perusahaan untuk melaporkan kegiatan sosialnya terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Geliat untuk selalu mengungkapkan tanggung jawab sosial dalam bentuk *CSR reporting* sudah nampak

dan perusahaan mulai tidak ragu lagi. Bagi perusahaan dengan menjalankan praktik akuntansi dan pelaporan atas aktivitas sosialnya diharapkan dapat memberikan nilai tambah yang diperoleh dari para *stakeholdernya*. Namun begitu tidak semua perusahaan mengungkapkan aktivitas sosialnya.

Pengungkapan CSR berguna bagi perusahaan selain untuk nilai tambah perusahaan juga mengurangi biaya sosial yang timbul nanti dari aktivitas perusahaan. Selain itu perusahaan juga dapat memperoleh legitimasi dengan memperlihatkan tanggung jawab sosial melalui pengungkapan CSR dalam media termasuk dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang menerapkan CSR mengharapkan akan direspon positif oleh para pelaku pasar. Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Struktur kepemilikan lain adalah kepemilikan institusional, dimana umumnya dapat bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan. Kepemilikan institusi dapat menjadi pendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Bambang Irawan, 2006, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta", Skripsi S1, Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta.
- David S. Gelb; Joyce A. Strawser, "Corporate Social Responsibility and Financial Disclosures: An Alternative Explanation for Increased Disclosure", *Journal of Business Ethics*, Vol. 33, No. 1 (Sep., 2001) pp 1-13.
- Dewi Hartanti, 2005 : " Pengaruh Faktor-faktor Fundamental Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta", Skripsi S1, Universitas Negeri Semarang.
- Dessy Amalia, 2005, "Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Sukarela (*Voluntary Disclosure*) Pada Laporan Tahunan Perusahaan", *Jurnal Akuntansi Pemerintah*, Vol 1, No. 2, November 2005
- Djoe2x's Blog-<http://djoe2x.wordpress.com>
- Edi Subiyantoro, Saerce Elsy Hatane, "Dampak Perubahan Kultur Masyarakat Terhadap Praktik Pengungkapan Laporan Keuangan Perusahaan Publik di Indonesia", *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol. 9, No. 1, Maret 2007: 18-29
- <http://joernalakuntansi.wordpress.com>
- <http://www.dumadias.blogspot.com>
- <http://www.Theowordpower's.webblog.com>
- Kieso Donald E; Jerry J. Weygandt; Terry D. Warfield, 2002, "Intermediate

Accounting”, Edisi Kesepuluh, Jilid 3, Erlangga, Jakarta.

Kumala Dewi, 2009 “ Pengaruh Luas Pengungkapan Laporan Keuangan Tahunan Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Indonesia Terhadap Keputusan oleh Investor”, Fakultas

Ekonomi, Universitas Gunadarma, Jakarta.

Sri Sulastini, 2007, “Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Social Disclosure* Perusahaan Manufaktur yang telah *go public*”, Skripsi S1 Universitas Negeri Semarang.

PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL DAN KUALITAS AUDIT TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)

Immanuel Wiryawan (Staf Pengajar Fak Ekonomi Univ Kristen Imanuel)

Martinus Budiantara (Staf Pengajar Fak Ekonomi Univ Mercu Buana Yogyakarta)

Abstract

Companies are sometimes less aware of the importance of environment upon the success of the business. Problems related to the environment, such as environmental pollution, should not occur if the company's activity is accompanied by a concern for society and the environment. Such conditions require that firms are not only oriented towards profit, but also accompanied by attention to the surrounding environment. This study examines the effect of audit quality and institutional ownership of corporate social disclosure responsibility.

Key word: corporate social responsibility, institutional ownership, audit quality

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh aktivitas bisnis yang ada di suatu negara. Perusahaan-perusahaan akan saling bersaing untuk menjadi pemimpin di bidang industri masing-masing. Pada mulanya, keberhasilan perusahaan tidak banyak diikuti dengan kepedulian terhadap lingkungan sekitar. Perusahaan kurang menyadari akan arti pentingnya lingkungan terhadap kesuksesan usaha. Permasalahan yang terkait dengan lingkungan, seperti pencemaran lingkungan, seharusnya tidak terjadi apabila aktivitas perusahaan disertai dengan suatu kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan. Kondisi seperti ini mengharuskan perusahaan tidak hanya berorientasi terhadap laba saja, namun juga disertai

dengan perhatian terhadap lingkungan disekitarnya.

Dua motivasi yang mendasari perusahaan dalam mengungkapkan aktivitas CSR (*Corporate Social Responsibility*) dalam laporan keuangan. Dua motivasi tersebut didasarkan pada teori *stakeholders* dan teori legitimasi. Dalam teori *stakeholders* disebutkan bahwa perusahaan akan memilih *stakeholders* yang dianggap penting dan mengambil tindakan yang dapat menghasilkan hubungan harmonis antara perusahaan dan *stakeholders*nya. Oleh karena itu, perusahaan mempertimbangkan aktivitas serta pengungkapan CSR dengan harapan agar mempunyai hubungan yang baik dengan para *stakeholders* perusahaan.

Teori legitimasi menyebutkan bahwa perusahaan sebaiknya menunjukkan berbagai aktivitas sosial perusahaan agar

tujuan perusahaan diterima masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan mempertimbangkan aktivitas serta pengungkapan CSR dengan harapan memperoleh legitimasi dari publik. Perusahaan menggunakan pengungkapan CSR untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat. Hal ini dikarenakan, pengungkapan aktivitas CSR akan menunjukkan tingkat kepatuhan suatu perusahaan seperti kepatuhan terhadap norma-norma yang berlaku, serta harapan-harapan publik kepada perusahaan tersebut.

Berdasarkan studi empirik, menunjukkan bahwa aktivitas pengungkapan CSR beragam pada semua perusahaan industri. Studi empirik lain juga menunjukkan bahwa perilaku pengungkapan CSR sangat penting dan secara sistematis dipengaruhi oleh variasi perusahaan dan karakteristik industri yang mempengaruhi biaya-manfaat pengungkapan.

Beberapa literatur penelitian yang dilakukan oleh Cooke (2005), Hossain *et al.* (1995), Neu *et al.* (1998), dan Patten (1991), dalam Reverte (2008) menunjukkan bahwa terdapat beberapa variabel yang kemungkinan menjelaskan variasi luasnya pengungkapan CSR dalam laporan tahunan. Munif (2010) menguji pengaruh ukuran perusahaan (*size*), keuntungan (*profitability*), struktur kepemilikan (*ownership structure*),

leverage, sensitivitas industri (*industry sensitivity*), serta pengungkapan media (*media exposure*) terhadap CSR.

Pada umumnya perusahaan yang besar mengungkapkan lebih banyak informasi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan besar pada umumnya mempunyai jenis produk yang banyak, sistem informasi yang canggih, serta struktur kepemilikan yang lengkap, sehingga memungkinkan dan membutuhkan tingkat pengungkapan secara luas (Suripto, 1999, Zaleha, 2005)

Penelitian yang dilakukan oleh Adams *et al.* (1998), Cullen and Christopher (2002), Hamid (2004), Haniffa dan Cooke (2005), Hossain *et al.* (1995), Neu *et al.* (1998), dan Patten (1991), dalam Reverte (2008) menunjukkan hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan sosial. Sementara Hackston dan Milne (1996), Zaleha (2005) dan Anggraeni (2006) tidak menemukan hubungan dari kedua variabel tersebut.

Sensitivitas industri dapat didefinisikan sebagai seberapa besar tingkat industri tersebut bersinggungan langsung dengan konsumen dan kepentingan luas lainnya. Oleh karena itu, pada umumnya perusahaan yang mempunyai sensitivitas industri yang tinggi terhadap lingkungannya akan

memperoleh perhatian yang tinggi mengenai lingkungan tersebut dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang mempunyai sensitivitas industri yang lebih rendah terhadap lingkungannya. Hal ini dikarenakan perusahaan tersebut mempunyai dampak potensi yang lebih tinggi dalam mempengaruhi kondisi serta keberadaan lingkungan tersebut (Branco dan Rodrigues, 2008).

Pada beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang proses manufaktur perusahaan mempunyai pengaruh negatif pada lingkungan, maka pengungkapan dan pelaporan akan lebih *informative* dibandingkan dari industri lainnya (Reverte, 2008). Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara sensitivitas industri dengan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Pada umumnya, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi perhatian dari para *debtholders*. Brammer dan Pavelin (2008) dalam Reverte (2008) juga menyatakan bahwa tingkat utang yang rendah akan membuat para kreditor perusahaan mengurangi tekanan yang

mendesak kebijakan manajer dalam aktivitas CSR yang secara tidak langsung mempengaruhi kesuksesan keuangan perusahaan

Perusahaan yang mempunyai struktur kepemilikan yang terdispersi, pada umumnya akan memperbaiki kebijakan pelaporan keuangan perusahaan dengan menggunakan pengungkapan CSR untuk mengurangi asimetri informasi. Sedangkan perusahaan dengan struktur kepemilikan yang terpusat pada umumnya lebih kurang termotivasi untuk mengungkapkan informasi tambahan pada kegiatan CSR perusahaan. Hal ini dikarenakan para *shareholder* pada perusahaan tersebut dapat memperoleh informasi secara langsung dari perusahaan (Reverte, 2008). Penelitian yang dilakukan Brammer and Pavelin (2008); Prencipe (2004); dalam Reverte (2008) menunjukkan hubungan yang positif antara struktur kepemilikan dan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Pengungkapan media merupakan salah satu sumber utama pada informasi lingkungan. Media mempunyai peran penting pada pergerakan mobilisasi sosial, misalnya kelompok yang tertarik pada lingkungan (Patten, 2002b dalam Reverte, 2008). Pengungkapan CSR pada media, diharapkan perusahaan akan mempunyai

citra yang positif di mata publik, sehingga perusahaan mendapatkan legitimasi atas praktik CSR. Hal inilah yang menjadi bagian pada proses membangun institusi, membentuk norma yang diterima dan legitimasi praktik CSR.

Perumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas audit terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
2. Bagaimana pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengungkapan *corporate responsibility* (CSR)

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas audit terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Tinjauan dan Pengembangan Hipotesis

***Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Seperti dikemukakan oleh Robins (2005) adalah sebagai berikut:

CSR is a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and stakeholder relations on a voluntary basis; it is about managing companies in a socially responsible manner.

Pengertian CSR menurut Wikipedia Indonesia menyatakan bahwa :

“ Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan “

Dari kedua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa CSR dijalankan terintegrasi dengan bisnis perusahaan, memperhatikan kepentingan *stakeholders* (pemangku kepentingan) dengan harapan memberikan manfaat/kesejahteraan bagi masyarakat.

Menurut Daniri (2007) CSR lahir dari desakan masyarakat atas perilaku perusahaan yang biasanya selalu fokus untuk memaksimalkan laba, mensejahterakan para pemegang saham, dan mengabaikan tanggung jawab sosial seperti perusakan lingkungan, eksploitasi sumber daya alam, dan lain sebagainya. Konsep dan praktik CSR bukan lagi dipandang sebagai suatu *cost center* tetapi juga sebagai suatu strategi perusahaan yang dapat memacu dan menstabilkan pertumbuhan usaha secara jangka panjang. Oleh karena itu penting untuk mengungkapkan CSR sebagai wujud pelaporan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

Good Corporate Governance (GCG)

Menurut Daniri (2004), dengan mengutip riset Berle dan Means pada tahun 1934, isu GCG muncul karena terjadinya pemisahan antara kepemilikan dan pengelolaan perusahaan. Pemisahan ini memberikan kewenangan kepada pengelola (manajer/direksi) untuk mengurus jalannya perusahaan, seperti mengelola dana dan mengambil keputusan perusahaan atas nama pemilik. Pemisahan ini didasarkan pada *principal-agency theory* yang dalam hal ini manajemen cenderung akan meningkatkan keuntungan pribadinya daripada tujuan perusahaan. Selain memiliki kinerja keuangan yang baik, perusahaan juga diharapkan memiliki tata kelola yang baik.

Corporate Governance atau sering disebut dengan tata kelola perusahaan mulai banyak dibicarakan sejak terjadinya berbagai skandal di dunia bisnis yang melibatkan manipulasi akuntansi. Skandal akuntansi yang terjadi pada perusahaan-perusahaan besar seperti Enron, Xerox, Tyco, Global Crossing, dan Worldcom. Terungkapnya skandal akuntansi mengakibatkan berkurangnya kepercayaan masyarakat khususnya masyarakat keuangan dalam pasar uang dan pasar modal, salah satu indikatornya adalah turunnya harga saham

secara drastis dari perusahaan yang terkena kasus.

Persoalan tata kelola perusahaan menjadi semakin jelas terlihat. Negara Amerika Serikat yang dikenal sebagai negara acuan penerapan tata kelola perusahaan yang baik menjadi diragukan karena kasus-kasus manipulasi akuntansi. Ada tuduhan yang menyebutkan bahwa pemicu munculnya kasus manipulasi justru karena mekanisme tata kelola perusahaan di Amerika Serikat (Mayangsari, 2003).

Penerapan *Corporate Governance* diharapkan bisa berfungsi sebagai alat untuk memberikan keyakinan kepada para investor akan menerima return atas dana yang diinvestasikan, dan yakin bahwa manajer tidak akan menggelapkan atau tidak menginvestasikan dana ke proyek-proyek yang tidak menguntungkan dan berkaitan dengan bagaimana investor mengontrol para manajer.

Corporate Governance meliputi serangkaian hubungan antara manajemen perusahaan, dewan direksinya (dewan direksi dan dewan komisaris), para pemegang saham dan *stakeholders* lainnya. *Corporate Governance* juga merupakan suatu yang memfasilitasi penentuan sasaran-sasaran dari suatu perusahaan, dan sebagai sarana pencapaian sasaran dan sarana

menentukan teknik *monitoring* kinerja (OECD, 1999). *Corporate Governance* harus memberikan insentif yang tepat bagi dewan direksi dan manajemen dalam rangka mencapai sasaran, harus dapat memfasilitasi *monitoring* yang efektif dan mendorong penggunaan sumber daya yang efektif.

Penerapan *good corporate governance* diyakini mampu menciptakan kondisi yang kondusif dan landasan yang kokoh untuk menjalankan operasional perusahaan yang baik, efisien dan menguntungkan. Penerapan *good corporate governance* dapat didorong dari dua sisi, yaitu etika dan peraturan. Dorongan dari etika (*ethical driven*) datang dari kesadaran individu-individu, pelaku bisnis untuk menjalankan praktik bisnis yang mengutamakan kelangsungan hidup perusahaan, kepentingan *stakeholders*, dan menghindari cara-cara menciptakan keuntungan sesaat. Di sisi lain, dorongan dari peraturan (*regulatory driven*) memaksa perusahaan untuk patuh terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kedua pendekatan ini memiliki kekuatan dan kelemahannya masing-masing dan seharusnya saling melengkapi untuk menciptakan lingkungan bisnis yang sehat (KNKG, 2006).

Tujuan dari *Corporate Governance* adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi

semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*). Secara lebih rinci, terminologi *Corporate Governance* dapat dipergunakan untuk menjelaskan peranan dan perilaku dari Dewan Direksi, Dewan Komisaris, pengurus (pengelola) perusahaan, dan para pemegang saham (FCGI, 2001).

Sebagaimana yang diuraikan oleh OECD (2004), yang dikutip oleh FCGI dalam terbitannya ada empat unsur penting dalam CG yaitu:

- a. Keadilan (*Fairness*), yaitu kepastian perlindungan atas hak seluruh pemegang dari penipuan (*fraud*) dan penyimpangan lainnya serta adanya pemahaman yang jelas mengenai hubungan berdasarkan kontrak diantara penyedia sumber daya perusahaan dan pelanggan.
- b. Transparansi (*Transparency*), yaitu keterbukaan mengenai informasi kinerja perusahaan, baik ketepatan waktu maupun akurasinya. Hal ini berkaitan dengan kualitas informasi akuntansi yang dihasilkan.,
- c. Akuntabilitas (*Accountability*), yaitu penciptaan sistem pengawasan yang efektif berdasarkan pembagian wewenang, peranan, hak dan tanggung jawab dari pemegang saham, manajer, dan auditor.

d. Pertanggungjawaban (*Responsibility*), yaitu pertanggungjawaban perusahaan kepada *stakeholders* dan lingkungan dimana perusahaan itu berada. CG timbul karena kepentingan perusahaan untuk memastikan kepada pihak penyandang dana (*principal/investor*) bahwa dana yang ditanamkan digunakan secara tepat dan efisien. Selain itu dengan CG, perusahaan memberikan kepastian bahwa manajemen (*agent*) bertindak yang terbaik demi kepentingan perusahaan.

Penerapan *good corporate governance* diyakini mampu menciptakan kondisi yang kondusif dan landasan yang kokoh untuk menjalankan operasional perusahaan yang baik, efisien dan menguntungkan. Coombes dan Watson (2000) dalam Fachrurrozi (2007) menyatakan bahwa pemegang saham saat ini sangat aktif dalam meninjau kinerja perusahaan karena pemegang saham menganggap bahwa CG yang lebih baik akan memberikan imbal hasil yang lebih tinggi bagi pemegang saham. Tujuh puluh lima persen dari investor mengatakan bahwa praktek CG paling tidak sama pentingnya dengan kinerja keuangan ketika investor mengevaluasi perusahaan untuk tujuan investasi. Bahkan 80% dari investor mengatakan akan membayar lebih mahal

untuk saham perusahaan yang memiliki CG yang lebih baik (*wellgoverned company* atau WGC) dibandingkan perusahaan lain dengan kinerja keuangan relatif sama.

Penelitian Terdahulu

Klapper dan Love (2002) dalam Darmawati, dkk.(2005) menemukan adanya hubungan positif antara *corporate governance* dengan kinerja perusahaan yang diukur dengan ROA dan Tobins Q. Penemuan penting lain adalah bahwa penerapan *corporate governance* di tingkat perusahaan lebih memiliki arti dalam Negara berkembang dibandingkan dalam negara maju.

Wahyuni (2005) meneliti pengaruh antara *Current ratio*, ROE, *Total Asset Turn Over* dan DER terhadap harga saham. Hasilnya menunjukkan bahwa *current ratio*, ROE, *total asset turn over* (TAT), dan DER berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham.

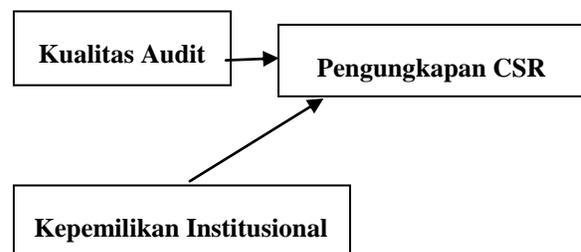
Siallagan dan Machfoedz (2006) meneliti hubungan mekanisme *corporate governance*, kualitas laba dan nilai perusahaan. Dalam penelitian ini mekanisme *corporate governance* diproksi oleh kepemilikan manajerial, keberadaan komite audit, dan proporsi dewan komisaris independen. Hasil menunjukkan bahwa

mekanisme *corporate governance* mempengaruhi nilai perusahaan (Tobin's Q).

Yuniasih dan Wirakusuma (2007) meneliti pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan mempertimbangkan CSR dan *corporate governance* sebagai variabel moderasi. Kinerja keuangan diproksikan dengan ROA, sedangkan *corporate governance* diproksikan dengan kepemilikan manajerial. Hasilnya mengindikasikan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan antara ROA dengan nilai perusahaan, akan tetapi kepemilikan manajerial tidak dapat memoderasi hubungan antara ROA dengan nilai perusahaan.

Nurkhin (2009) meneliti *corporate governance* dan *profitabilitas*, pengaruhnya terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas terbukti berpengaruh positif terhadap CSR. Rahayu Sri (2010) dalam penelitian menemukan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara ROE terhadap Tobins Q, pengungkapan CSR tidak mempengaruhi hubungan antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan.

Adhi Cahya Bramantya (2010) dalam penelitiannya menemukan bahwa kinerja keuangan yang terdiri dari rasio *Size*, ROA, dan *Leverage* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan CSR. Secara parsial kinerja keuangan yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR adalah variabel *Size* dan *Leverage*.



Hipotesis

- H1 : Kualitas Audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
- H2 : Struktur kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
- H3 : Kualitas Audit dan struktur kepemilikan institusional secara bersama sama mempengaruhi pengungkapan CSR

METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang termasuk dalam kelompok industri manufaktur yang telah terdaftar di BEI. Dipilihnya satu kelompok industry yaitu industri manufaktur sebagai populasi

dimaksudkan untuk menghindari bias yang disebabkan oleh efek industri (*industrial effect*), dan selain itu sector manufaktur memiliki jumlah terbesar perusahaan dibandingkan sektor lainnya.

Sampel

Sampel penelitian ditentukan berdasarkan *purposive sampling* yang berarti pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria perusahaan manufaktur yang dijadikan sampel antara lain adalah seperti berikut: (a) Semua perusahaan yang termasuk dalam kelompok industri manufaktur yang terdaftar di BEI dan mempublikasikan laporan keuangan tahun 2009; (b) Perusahaan sampel tidak mengalami *delisting* selama periode pengamatan; (c) Tersedia laporan keuangan perusahaan secara lengkap pada tahun 2009, baik secara fisik maupun melalui *website* www.idx.co.id atau pada *website* masing-masing perusahaan; (d) Memiliki data keuangan yang berkaitan dengan variabel penelitian secara lengkap.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data penelitian diambil dari laporan tahunan perusahaan yang telah diaudit dan

dipublikasikan. Data diperoleh antara lain dari Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi, yaitu mempelajari catatan-catatan perusahaan yang diperlukan yang terdapat didalam annual report perusahaan yang menjadi sampel penelitian seperti informasi pengungkapan CSR, kualitas audit, struktur kepemilikan institusional, dan data lain yang diperlukan. Pengukuran kinerja CSR adalah melalui laporan kegiatannya, yakni dengan metode *content analysis* yang merupakan suatu cara pemberian skor pada pengukuran pengungkapan sosial laporan tahunan yang dilakukan dengan pengamatan mengenai ada tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan, apabila item informasi tidak ada dalam laporan keuangan maka diberi skor 0, dan jika item informasi yang ditentukan ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 1.

Variabel Independen

Kualitas Audit

DeAngello (1981) mendefinisikan *audit quality* sebagai “pasar menilai kemungkinan bahwa auditor akan memberikan a) penemuan mengenai suatu pelanggaran dalam sistem akuntansi klien;

dan b) adanya pelanggaran dalam pencatatannya.“ Pada *public sector*, GAO (1986) mendefinisikan *audit quality* yaitu pemenuhan terhadap standar profesional dan terhadap syarat-syarat sesuai perjanjian, yang harus dipertimbangkan. Pengertian lain yang digunakan berkaitan dengan studi mengenai *audit quality* adalah analisis terhadap kualitas yang ditinjau dari aturan yang dibuat oleh aparat pemerintah. Kemudian dari tiga pendekatan tersebut Schroeder (1986) dan Carcello (1992) mengidentifikasi adanya hubungan antara atribut kualitas audit dan kualitas audit yang dirasakan (dalam Lowensohn, 2007).

Variabel Dependen Pengungkapan CSR

Pengungkapan CSR ad pengungkapan informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan di dalam laporan tahunan. Pengukuran CSR mengacu pada 78 item pengungkapan yang digunakan oleh Siregar (2008). Pengukuran variabel ini dengan indeks pengungkapan sosial, selanjutnya ditulis CSR dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang diharapkan.

Pengungkapan sosial merupakan data yang diungkap oleh perusahaan berkaitan dengan aktifitas sosialnya yang meliputi 13 item lingkungan, 7 item energi, 8 item kesehatan dankeselamatan kerja, 29 item

lain-lain tenaga kerja, 10 item produk, 9 item keterlibatan masyarakat, dan 2 item umum.

Metode Analisis

Penelitian ini diuji dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Sebelum analisis dilaksanakan, terlebih dahulu perlu dilakukan uji asumsi klasik untuk menghasilkan nilai parameter model penduga yang sah. Nilai tersebut akan terpenuhi jika hasil uji asumsi klasiknya memenuhi asumsi normalitas, serta tidak terjadi heteroskedastisitas, autokorelasi, dan multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Correlations

		Indeks CSR	INST	UKAD
Pearson Correlation	Indeks CSR	1.000	.093	.364
	INST	.093	1.000	-.054
	UKAD	.364	-.054	1.000
Sig. (1-tailed)	(1- Indeks CSR	.	.172	.000
	INST	.172	.	.290
	UKAD	.000	.290	.
N	Indeks CSR	107	107	107
	INST	107	107	107
	UKAD	107	107	107

Uji Signifikansi/Pengaruh Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.025	2	.013	8.824	.000 ^a
Residual	.148	104	.001		
Total	.173	106			

a. Predictors: (Constant), UKAD, INST

b. Dependent Variable: Indeks CSR

Dari hasil uji Anova diperoleh bahwa kepemilikan institusional dan kualitas audit secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikasnsi < 0,05

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.014	.021		-.697	.488
	INST	.019	.015	.113	1.239	.218
	UKAD	.022	.005	.370	4.075	.000

a. Dependent Variable: Indeks CSR

Dari hasil perhitungan uji t, dapat dilihat bahwa kepemilikan institusional secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini dapat dilihat dari nilai Sig > 0,05. Sedangkan kualitas audit secara parsial berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, Fr Reni Retno. 2006. "Pengungkapan Informasi Sosial dan

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)". *Makalah Disampaikan dalam Simposium Nasional Akuntansi Ke-9*. Padang, 23 – 26 Agustus.

Branco, M. C. dan Rodrigues, L. L. 2008. "Factors Influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies". *Journal of Business Ethics* (2008) 83:685–701 DOI 10.1007/s10551-007-9658-z.

- Daniri, Mas Achmad 2009. "Mengukur Kinerja Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Informasi CSR Sangat Terbatas, *Bisnis Indonesia*, 8 Juni 2009.
- Daniri, Mas Achmad, 2008, "Jadikan GCG Bermakna", *Bisnis Indonesia*, 21 Desember 2008.
- Hasyir, Dede Abdul, 2009, "Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan - Perusahaan Publik di Bursa Efek Jakarta". Working Paper in Accounting and Finance, Universitas Padjajaran Bandung.
- Herawaty, Vinola, 2008, "Peran Praktek *Corporate Governance* Sebagai *Moderating Variable* Dari Pengaruh *Earnings Management* Terhadap Nilai Perusahaan", Simposium Nasional Akuntansi 11 Pontianak 23-24 Juli 2008.
- Herdinata, Christian, 2008, "*Good Corporate Governance vs Bad Corporate Governance: Pemenuhan Kepentingan Antara Para pemegang Saham Mayoritas dan Pemegang Saham Minoritas*", The 2nd National Conference UKWMS, Surabaya.
- IICG, 22 Februari 2010, "*Corporate Governance*", <http://www.iicg.org>.
- Medley, Patrick. 1997. "*Environmental Accounting – What Does It Mean to Professional Accountants? Journal of Accounting Auditing & Accountability*". Vol.10 No.4. p. 594-600.
- Midiastuty, Pratana dan Machfoedz, Mas'udz, 2003, "Analisis Hubungan Mekanisme *Corporate Governance* dan Indikasi Manajemen Laba", Simposium Nasional Akuntansi VI.
- Nurlela, Rika dan Islahuddin, 2006, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating", Universitas Syah Kuala.
- Rosmasita, Hardhina, 2007, "Faktor-faktor Yang Mempengari Pengungkapan Sosial (*Social Disclosure*) Dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur di BEJ", Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Sabeni, Arifin, 2005, "Peran Akuntan Dalam Menegakkan Prinsip *Good Corporate Governance* (Tinjauan Perspektif *Agency Theory*)", Pidato Pengukuhan Guru Besar, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Sekaran, Uma, 2006, "Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 4", Salemba Empat, Jakarta.
- Siallagan, Hamonangan dan Machfoedz, Mas'udz, 2006, "Mekanisme *Corporate Governance*, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan", Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang.
- Siregar, Baldric, 2008, "Seminar Peran Akuntan dalam Pengukuran CSR", Ina Garuda Yogyakarta, 11 Desember 2008.
- www.srsn.com
- www.yahoofinance.com
- Yuniasih, Ni Wayan dan Wirakusuma, Made Gede, 2007, "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi", Universitas Udayana, Bali.

PEDOMAN PENULISAN NASKAH

Naskah yang diterima merupakan hasil penelitian, naskah ditulis dalam bahasa Indonesia, diketik dengan computer program MS. Word, front Arial size 11. Jarak antar baris 2 spasi maksimal 15 halaman termasuk garfik, gambar dan tabel. Naskah diserahkan dalam bentuk print-out dan CD; dibuat dengan jarak tepi cukup untuk koreksi.

Gambar (gambar garis maupun foto) dan tabel diberi nomor urut sesuai dengan letaknya. Masing-masing diberi keterangan singkat dengan nomor urut dan dituliskan diluar bidang gambar yang akan dicetak.

Nama ilmiah dicetak miring atau diberi garis bawah. Rumus persamaan ilmu pasti, simbol dan lambang semiotik ditulis dengan jelas.

Susunan urutan naskah ditulis sebagai berikut :

1. Judul dalam bahasa Indonesia.
2. Nama penulis tanpa gelar diikuti alamat instansi.
3. Abstract dalam bahasa Inggris, tidak lebih 250 kata.
4. Materi dan Metode.
5. Hasil dan Pembahasan.
6. Kesimpulan.
7. Ucapan terima kasih kalau ada.
8. Daftar pustaka ditulis menggunakan sistem nama, tahun dan disusun secara abjad

Beberapa contoh :

Buku :

Mayer, A.M. and A.P. Mayber. 1989. *The Germination of Seeds*. Pergamon Press. 270 p.

Artikel dalam buku :

Abdulbaki, A.A. And J.D. Anderson. 1972. Physiological and Biochemical Deteration of Seeds. P. 283-309. In. T.T.Kozlowski (Ed) *Seed Biology* Vol. 3. Acad. Press. New York.

Artikel dalam majalah atau jurnal :

Harrison, S.K., C.S. Williams, and L.M. Wax. 1985. *Interference and Control of Giant Foxtail (Setaria faberi, Herrm) in Soybean (Glicine max)*. Weed Science 33: 203-208.

Prosiding :

Kobayasshi, J. Genetic engineering of Insect Viruses: Recobinant baculoviruses. P. 37-39. in: Triharso, S. Somowiyarjo, K.H. Nitimulyo, and B. Sarjono (eds.), *Biotechnology for Agricultural Viruses*. Mada University Press. Yogyakarta.

Redaksi berhak menyusun naskah agar sesuai dengan peraturan pemuatan naskah atau mengembalikannya untuk diperbaiki, atau menolak naskah yang bersangkutan.

Naskah yang dimuat dikenakan biaya percetakan sebesar Rp 100.000,- dan penulis menerima 1 eks hasil cetakan.



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN
KEPADA MASYARAKAT (LPPM)
UNIVERSITAS MERCU BUANA
YOGYAKARTA

Jl. Wates Km 10 Yogyakarta
Tlp. (0274) 6498212 Pesawat 133 Fax. (0274) 6498213

www.mercubuana-yogya.ac.id
email : lppm.umby@yahoo.com

ISSN 2087 - 1899



9 772087 189954

ISSN :2087-1899