

**PENGARUH PERILAKU NARSIS DAN *SELF-ESTEEM*
TERHADAP PENGENDALIAN DIRI AKUNTAN DALAM
BERINTERAKSI DI MEDIA SOSIAL DENGAN ETIKA PROFESI
AKUNTAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Nurbaeti

Universitas Pamulang

Email: betti.nurbaeti@outlook.com

Abstract

This research is conducted to investigate the effect of narcissism and self-esteem toward the accountants' self control in the interaction in social media with accountant professional ethics as an intervening variabel. The method of the research used is causality-explanatory to analyze as well as to prove that there is a correlation among two or more variables. The object of this research are 100 people as respondents, they are educators, auditors and accountants in some companies in Tangerang and Jakarta. The technique used in taking samples is purposive sampling. This research used Narcissistic Personality Inventory (NPI-16), Rosenberg Self-Esteem Ten Scales, Accountants professional ethics and accountants self control scale. The method of data analysis used is Path Analysis. The data that the researcher got has met the prerequisite to do the test of data quality and classic assumption. The series of data analysis using SPSS version 23 got that narcissism and self-esteem affect the accountants professional ethics simultaneously and significantly, while self-esteem significantly affects the professional ethics of accountants. Narcissism, self-esteem and accountant professional ethics affect simultaneously toward accountants' self control, narcissism does not affect significantly toward accountants' self control and accountants professional ethics affects significantly toward their self control. The determination coefficient shows 10,3% of accountants' self control variable affected by their narcissism, self-esteem and their ethics, while the rest 89,7% affected by other factors.

Keywords : *Narcissism, Self-Esteem, Accountants Professional Ethics, Accountants' self control, Social Media*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Perilaku Narsis dan Self-Esteem Terhadap Pengendalian Diri Akuntan dengan Etika Profesi Akuntan Sebagai Variabel Intervening. Metode penelitian yang digunakan adalah eksplanatori-kausalitas yakni untuk menganalisa sekaligus membuktikan adanya hubungan sebab akibat dua variabel atau lebih. Obyek penelitian ini adalah 100

orang responden yang merupakan akuntan pendidik atau dosen, akuntan publik atau auditor dan akuntan di perusahaan di wilayah Tangerang dan Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Alat ukur yang digunakan adalah Narcistic Personality Inventory (NPI-16), Rosenberg Self-Esteem Ten Scales, skala etika profesi akuntan dan skala pengendalian diri akuntan. Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan Path Analysis. Data yang didapatkan sudah memenuhi persyaratan uji kualitas data dan uji asumsi klasik. Hasil olah data dengan SPSS versi 23 diperoleh perilaku narsis dan self-esteem berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap etika profesi akuntan, perilaku narsis tidak signifikan berpengaruh terhadap etika profesi akuntan, self-esteem berpengaruh secara signifikan terhadap etika profesi akuntan. Perilaku narsis, self-esteem dan etika profesi akuntan berpengaruh secara simultan terhadap pengendalian diri akuntan, perilaku narsis tidak berpengaruh terhadap pengendalian diri akuntan, self-esteem tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengendalian diri akuntan dan etika profesi akuntan berpengaruh secara signifikan terhadap pengendalian diri akuntan. Koefisien determinasi menunjukkan sebesar 10,3% variabel pengendalian diri akuntan dipengaruhi oleh perilaku narsis, self-esteem dan etika profesi akuntan, sedangkan sisanya 89,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Perilaku Narsis, Self-Esteem, Etika Profesi Akuntan, Pengendalian Diri Akuntan, Media Sosial*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi internet di dunia saat ini telah berkembang sangat pesat. Jumlah penduduk dunia yang sudah mencapai 7.476 juta jiwa, sebesar 3.773 juta jiwa di antaranya merupakan pengguna internet aktif. Atau dengan kata lain, 50% penduduk dunia saat ini sudah menggunakan internet. Hal tersebut berdampak juga bagi Indonesia. Dengan total penduduk saat ini yang mencapai 262 juta jiwa, sebesar 132,7 juta jiwa di antaranya adalah pengguna internet aktif. Dapat dikatakan bahwa, lebih dari 50% jumlah penduduk di Indonesia sudah menggunakan internet. Trend kenaikan jumlah pengguna internet aktif di Indonesia dari Januari 2016 sampai dengan Januari 2017 mengalami kenaikan yang sangat pesat yakni sebesar 51%

Produk internet yang sangat digemari saat ini adalah media sosial. Dengan jumlah jumlah pengguna internet aktif yang mencapai 132,7 juta jiwa, sebesar 106 juta jiwa di dalamnya merupakan pengguna media sosial aktif atau bisa dikatakan hampir 80% dari jumlah pengguna internet aktif adalah pengguna media sosial aktif. 92 juta jiwa di dalamnya mengakses media sosial melalui perangkat *mobile*.

Budaya baru yang hadir akibat semakin populernya media sosial adalah perilaku narsis. Merupakan sesuatu yang wajar jika saat ini, kita banyak melihat

orang yang gemar melakukan *selfie* kemudian mengunggahnya ke media sosial yang mereka miliki. Bergman (2011) menyatakan terdapat hubungan antara tingginya kecenderungan *narcissism* dan banyaknya foto terfokus pada diri sendiri yang di-*upload*. *Narcissism* tidak hanya berupa perilaku eksplisit individu dalam menggunakan media sosial, tetapi juga dapat berupa pikiran-pikiran yang muncul dalam benak seseorang. Hal tersebut menjadi landasan orang-orang yang *narcissistic* mudah sekali mempublikasikan kegiatan yang telah atau bahkan sedang dilakukan (Nugraheni, 2014). Temuan ini menunjukkan bahwa adanya pengendalian diri yang rendah dari orang-orang yang narsis terhadap pengungkapan informasi mereka secara *online*. Seseorang yang memiliki *self-esteem* yang baik akan lebih menjaga informasi pribadi yang akan mereka ungkapkan ketika menggunakan media sosial, karena mereka ingin terlihat terhormat dengan menjaga harga diri mereka di antara para pengguna media sosial lainnya (Christofides, Desmarais, & Muise, 2009). Schrek, et al. (1999 dalam Sibarani, 2010) mengatakan bahwa terdapat korelasi antara rendahnya tingkat pengendalian diri dengan viktimasi di media sosial. Hal tersebut dikarenakan terjadi di dunia maya. (Higgins et. al., 2008 dalam Sibarani, 2010).

Kasus akuntan yang sempat menjadi *viral* di media sosial adalah kasus Sabrina Corgatelli yang merupakan seorang akuntan senior di Idaho State University, Amerika Serikat, berfoto dengan jerapah hasil buruannya yang sudah tidak berdaya, kemudian diunggah olehnya ke akun *Facebook* miliknya. Hal tersebut kemudian menjadi *viral* dan menuai banyak reaksi serta kecaman dari para penghuni dunia maya lainnya. Seperti yang dilansir *dailymail*, meskipun menuai kecaman, dia bersumpah akan terus berbagi gambar buruannya. Ratusan orang telah memprotes tindakannya pada halaman media sosialnya dan memanggilnya sebagai orang yang tidak waras, namun Sabrina malah menghadapi kecaman tersebut dengan menampilkan gambar disertai kata-kata yang tidak sopan.

Mengamati kasus Sabrina tersebut, tampak jelas terlihat bahwa apa yang dilakukan oleh Sabrina di media sosial *Facebook* miliknya merupakan contoh dari perilaku narsis, karena ia mencoba berusaha menjadi pusat perhatian dengan berfoto bersama hewan hasil buruannya. Dengan harapan akan mendapat banyak *like* dari pengguna lainnya. Selain itu, apa yang dilakukan oleh Sabrina juga menunjukkan tingkat *self-esteem* yang rendah, karena seseorang dengan *self-esteem* yang tinggi akan lebih memperbaiki dan menjaga kualitas komunikasi dengan orang lain agar lebih dekat, salah satunya dengan cara mengendalikan informasi apapun yang akan dia *upload* ke media sosial yang dimilikinya. Akan tetapi apa yang dilakukannya telah melukai rasa kemanusiaan manusia, karena apa yang dilakukannya merupakan hal yang tidak pantas dan tidak etis. Hal yang menarik dari kasus Sabrina di atas adalah meskipun apa yang dipostingnya tidak terkait sama sekali dengan aktivitas pekerjaannya sebagai seorang akuntan, akan tetapi hal tersebut menjadi *viral* di dunia maya dan kemudian orang mencari latar belakang dari Sabrina. Selanjutnya, melihat fenomena *viral* tersebut, media kemudian membuat berita yang justru menggunakan nama profesi Sabrina sebagai seorang akuntan sebagai judulnya dengan tujuan agar lebih menarik untuk dibaca. Dari sinilah, apa yang dilakukan oleh Sabrina telah membuat nama baik dari

profesinya yakni akuntan tercemar, yang seharusnya dijaga olehnya karena merupakan tanggung jawabnya sebagai seorang akuntan untuk mematuhi kode etik profesinya. Padahal, apa yang dilakukannya adalah merupakan aktivitas pribadinya, sama sekali tidak terkait dengan profesinya. Hal ini merupakan *warning* bagi seorang profesional terutama profesi akuntan. Sebab, apa yang dilakukan di media sosial yang merupakan dunia maya, ternyata dampaknya bisa sampai ke dunia nyata, yakni dapat mencemarkan nama baik dari profesinya, sekalipun apa yang dilakukan atau diposting di media sosial tersebut sama sekali tidak terkait dengan aktivitas pekerjaannya. Maka tidak heran juga, jika muncul kasus pemberhentian karyawan akibat aktivitas memposting sesuatu di media sosial karena dianggap tidak etis dan mencoreng nama baik profesinya. Oleh karena itu, sangat penting bagi seorang akuntan ketika mereka menggunakan dan berinteraksi di media sosial, harus memiliki kehati-hatian dan pengendalian diri yang tinggi ketika memposting sesuatu ke dalam media sosial yang dimilikinya, agar nantinya tidak merugikan dirinya sendiri serta mencemarkan nama baik dari profesinya. Terlebih lagi, pemerintah telah mengesahkan UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik.

Seorang akuntan harus bisa menjaga nama baik profesinya dan tidak mendiskreditkan profesi meskipun ketika mereka sedang menggunakan dan berinteraksi di media sosial yang mereka miliki. Untuk itu dibutuhkan sikap pengendalian yang tinggi bagi para akuntan, agar tidak terjadi kasus yang merugikan dirinya dan profesinya. Berkaca pada kasus akuntan Sabrina di atas, para akuntan harus tetap menjunjung nama baik profesinya dan bersikap profesional serta bertanggung jawab sesuai dengan etika profesi akuntan yang meliputi standar perilaku bagi seseorang akuntan yang dirancang untuk tujuan praktis dan idealistik, di mana terdapat kode etik profesional yang dirancang untuk mendorong perilaku yang ideal agar bisa dijadikan pedoman bagi akuntan untuk meningkatkan pengendalian dirinya dalam berinteraksi di media sosial yang mereka miliki, agar tidak terjadi kasus seperti Sabrina di atas. Saat ini, sudah banyak para akuntan yang memiliki akun media sosial dari berbagai *platform*. Termasuk IAI yang merupakan induk organisasi profesi dari akuntan, juga memiliki beberapa akun media sosial. Seorang akuntan harus bisa menjaga nama baik profesinya dan tidak mendiskreditkan profesi meskipun ketika mereka sedang menggunakan dan berinteraksi di media sosial yang mereka miliki. Untuk itu dibutuhkan sikap pengendalian yang tinggi bagi para akuntan, agar tidak terjadi kasus yang merugikan dirinya dan profesinya.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah perilaku narsis dan *self-esteem* secara simultan berpengaruh terhadap etika profesi akuntan dalam berinteraksi di media sosial?
2. Apakah perilaku narsis berpengaruh terhadap etika profesi akuntan dalam berinteraksi di media sosial?
3. Apakah *self-esteem* berpengaruh terhadap etika profesi akuntan dalam berinteraksi di media sosial?

4. Apakah perilaku narsis dan *self-esteem* secara simultan berpengaruh terhadap pengendalian diri akuntan dalam berinteraksi di media sosial?
5. Apakah perilaku narsis berpengaruh terhadap pengendalian diri akuntan dalam berinteraksi di media sosial?
6. Apakah *self-esteem* berpengaruh terhadap pengendalian diri akuntan dalam berinteraksi di media sosial?
7. Apakah etika profesi akuntan berpengaruh terhadap pengendalian diri akuntan dalam berinteraksi di media sosial?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji perilaku narsis dan *self-esteem* secara simultan berpengaruh terhadap etika profesi akuntan dalam berinteraksi di media sosial.
2. Untuk mengkaji perilaku narsis berpengaruh terhadap etika profesi akuntan dalam berinteraksi di media sosial.
3. Untuk mengkaji *self-esteem* berpengaruh terhadap etika profesi akuntan dalam berinteraksi di media sosial.
4. Untuk mengkaji perilaku narsis dan *self-esteem* secara simultan berpengaruh terhadap pengendalian diri akuntan dalam berinteraksi di media sosial.
5. Untuk mengkaji perilaku narsis berpengaruh terhadap pengendalian diri akuntan dalam berinteraksi di media sosial.
6. Untuk mengkaji *self-esteem* berpengaruh terhadap pengendalian diri akuntan dalam berinteraksi di media sosial.
7. Untuk mengkaji etika profesi akuntan berpengaruh terhadap pengendalian diri akuntan dalam berinteraksi di media sosial.

2. KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Teori *Compliance Theory* (Teori Kepatuhan)

Teori kepatuhan telah banyak diteliti pada ilmu-ilmu sosial di antaranya adalah ilmu ekonomi, psikologi dan sosiologi. Kebanyak analisis ekonomi mengasumsikan bahwa pemberian sanksi adalah satu-satunya mekanisme di mana kepatuhan hukum dapat dicapai apabila terjadi penolakan dan ketidakmampuan, sedangkan kebanyakan teori psikologi dan sosiologi menekankan pemahaman legitimasi hukum sebagai alat utama dalam mencapai kepatuhan melalui penguatan sosial dan institusional akan norma moral (Adams&Nadler, 2000 dalam Dinata, 2011).

Kepatuhan terhadap kode etik, seperti juga dengan semua standar dalam masyarakat terbuka, sangat tergantung pada pemahaman dan tindakan sukarela dari anggotanya. Di samping itu, kepatuhan anggota juga ditentukan oleh adanya pemaksaan oleh sesama anggota dan oleh opini publik dan pada akhirnya adanya mekanisme pemrosesan pelanggaran kode etik oleh organisasi, apabila diperlukan terhadap anggota yang tidak menaatinya.

Pengendalian Diri

Chaplin (2006 dalam Rachdianti, 2011) mengatakan bahwa pengendalian diri adalah kemampuan untuk mengendalikan tingkah laku, kemampuan untuk menahan dorongan-dorongan untuk berlaku impulsif. Kartini Kartono (2000 dalam Rachdianti, 2011), pengendalian diri merupakan kemampuan untuk mengatur tingkah laku diri sendiri.

Etika Profesi Akuntan

Brooks (2014) menyatakan bahwa etika adalah cabang ilmu filsafat yang menyelidiki penilaian normatif tentang apakah perilaku ini benar atau apa yang seharusnya dilakukan. Etika profesi akuntan diatur di Indonesia diatur dalam Kode Etik Akuntan Indonesia. Kode etik ini mengikat para anggota IAI dan dapat dipergunakan oleh akuntan lainnya yang bukan atau belum menjadi anggota IAI. Kode etik ini adalah norma perilaku yang mengatur hubungan antara akuntan dengan kliennya, antara akuntan dengan sejawat, dan antara profesi dengan masyarakat (Sriwahjoeni, 2000 dalam Widaryanti, 2007). Etika profesi akuntan meliputi standar perilaku bagi seseorang akuntan yang dirancang untuk tujuan praktis dan idealistik, dimana terdapat kode etik profesional yang dirancang untuk mendorong perilaku yang ideal. Di dalam kode etik terdapat muatan-muatan etika, yang pada dasarnya bertujuan untuk melindungi kepentingan anggota dan kepentingan masyarakat yang menggunakan jasa profesi. Kode etik ini bermaksud untuk melindungi masyarakat dari kemungkinan dirugikan oleh kelalaian baik yang disengaja ataupun tidak sengaja dari kaum profesional. Selain itu, kode etik ini juga bertujuan melindungi keluhuran profesi tersebut dari perilaku-perilaku buruk orang tertentu yang mengaku dirinya profesional (Keraf, 1998).

Perilaku Narsis

Narcissism dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mempertahankan citra diri yang positif dengan berbagai usaha (Pincus et al., 2009 dalam Nugraheni, 2014). Terdapat dua jenis *narcissism*, yaitu normal dan *pathological narcissism*. *Normal narcissism* biasanya dibahas dalam ranah penelitian psikologi sosial dan kepribadian dalam populasi normal sehingga terkadang juga disebut sebagai *trait narcissism*. *Pathological narcissism* merupakan ranah psikologi klinis yang biasanya menggunakan *assessment* dan diagnosis gangguan mental. Bergman, Ferrington, Davenport, & Bergman (2011) menyatakan bahwa individu yang *narcissistic* ingin agar orang lain mengetahui aktivitas yang telah dilakukan dan yakin bahwa mereka tertarik dengan aktivitas itu. Temuan ini menjadi landasan orang-orang yang *narcissistic* mudah sekali mempublikasikan kegiatan yang telah atau bahkan sedang dilakukan. Salah satu alat ukur yang digunakan untuk melihat *trait narcissism* adalah *Narcissistic Personality Inventory* (NPI).

Self-Esteem

Self-esteem didefinisikan sebagai perasaan seseorang pada nilai diri (*self-worth*) atau sebesar apa seseorang menilai, menerima, mengapresiasi, menghargai maupun menyukai dirinya sendiri (Hills, Francis & Jennings, 2011 dalam Dhani,

2015). Selanjutnya, menurut Coopersmith (1990 dalam Hanana, 2015) menyatakan bahwa *self-esteem* adalah suatu evaluasi yang dibentuk berdasarkan kebiasaan individu memandang dirinya terutama mengenai sikap menerima atau menolak indikasi besarnya kepercayaan individu terhadap kemampuannya, keberartiannya, kesuksesannya dan keberhargaannya. Sementara itu, Engko (2008) menyatakan bahwa *self-esteem* adalah suatu keyakinan nilai diri sendiri berdasarkan evaluasi diri secara keseluruhan. Perasaan-perasaan *self-esteem*, pada kenyataannya terbentuk oleh keadaan dan bagaiman perlakuan dari orang lain. Jadi, dapat disimpulkan bahwa *self-esteem* merupakan perasaan tentang bagaimana seorang individu menghargai dirinya sendiri.

Media Sosial

Safko (2010) mengatakan bahwa media sosial adalah sebuah set alat -alat baru, teknologi baru, yang memungkinkan kita untuk lebih terhubung secara efisien dan membangun hubungan dengan konsumen kita dan prospek-prospek. Hal tersebut dilakukan dengan telepon, *direct mail*, iklan cetak, radio, televisi, dan billboards untuk mengangkat kita sampai sekarang. Tetapi media sosial secara eksponensial lebih efektif. Media sosial, sebuah terobosan modern dalam sejarah komunikasi manusia dengan cepat meraih perhatian masyarakat. Pada masa ini, masyarakat dihadapkan kepada beragam pilihan alat komunikasi termasuk media sosial. Pilihan media sosial pun beragam, penggunaannya dapat tergantung pada kebutuhan, kegemaran ataupun kenyamanan dalam menciptakan hubungan. Dalam cakupan besar, pada intinya, konsentrasi dari media sosial adalah terbangunnya hubungan dan tersebarnya informasi. Dalam kemajuannya, media sosial berkembang menjadi banyak variasi yang mempunyai karakteristiknya masing-masing. Beberapa contoh media sosial adalah *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram*, *Twitter*, *Path*, *BBM* dan lainnya.

2.2 Kerangka Pemikiran

Perilaku Narsis dan Pengendalian Diri Akuntan

Bergman, Fearrington, Davenport, & Bergman (2011) menyatakan bahwa individu yang *narcissistic* ingin agar orang lain mengetahui aktivitas yang telah dilakukan dan yakin bahwa mereka tertarik dengan aktivitas itu. Perilaku *narcissism* berhubungan dengan frekuensi *update* status (Ong, Ang, Ho, Lim, Goh, Lee & Chua, 2010 dalam Nugraheni, 2014), seberapa sering individu mengecek *Facebook* untuk melihat apa yang dikatakan orang lain tentang dirinya (Carpenter, 2012) dan frekuensi *check-in* (Wong & Stefanone, 2013 dalam Nugraheni, 2014).

Narcissism tidak hanya berupa perilaku eksplisit individu dalam menggunakan media sosial, tetapi juga dapat berupa pikiran-pikiran yang muncul dalam benak seseorang. Hal tersebut menjadi landasan orang-orang yang *narcissistic* mudah sekali mempublikasikan kegiatan yang telah atau bahkan sedang dilakukan (Nugraheni, 2014). Temuan ini menunjukkan bahwa adanya pengendalian diri yang rendah dari orang-orang yang narsis terhadap pengungkapan informasi mereka secara *online*. Scherk, et al. (1999 dalam Sibarani, 2010) menunjukkan bahwa ada hubungan antara pengendalian yang rendah atas informasi dengan

viktimisasi secara *online*. Selain itu, Ferraro (1995 dalam Sibarani, 2010) menemukan bahwa seseorang yang memiliki tingkat pengendalian diri yang rendah akan cenderung kesulitan dalam menilai konsekuensi apa yang akan diterima dengan mengungkapkan suatu informasi dalam media sosial berbasis *online*.

Self-Esteem dan Pengendalian Diri Akuntan

Peluchette dan Karl (2009 dalam Sibarani 2010) menyatakan bahwa faktor lain yang mempengaruhi pengendalian diri pengguna *Facebook* yaitu *self-esteem*. Individu dengan *self-esteem* yang tinggi cenderung untuk menjaga privasi mereka dengan mengendalikan diri atas informasi yang diungkap dalam akun *facebook* mereka, hal ini dikarenakan mereka ingin tampak bernilai di mata pengguna *facebook* lainnya (Christofides, Desmarais, & Muise, 2009). *Self-esteem* berdampak pada manfaat seseorang dalam menggunakan media sosial mereka. Seseorang yang memiliki tingkat *self-esteem* yang tinggi akan cenderung meningkatkan hubungannya dengan seseorang dengan lebih dekat, sehingga mereka akan menjaga opini positif mengenai diri mereka dengan cara mengendalikan informasi yang dipublikasi dalam media sosial mereka. Selain itu, seseorang yang mempunyai *self-esteem* yang tinggi tidak merasa perlu untuk merasa bahwa dirinya lebih superior dari orang lain. Dengan demikian, *self-esteem* melibatkan perasaan penerimaan diri dan menghormati diri sendiri, berkebalikan dengan seseorang dengan penghormatan diri yang ekspresif maupun keagungan diri (*self-aggrandizement*) yang merupakan karakteristik individu narsistik (Orth & Robin, 2014 dalam Dhani, 2015).

Etika Profesi Akuntan dan Pengendalian Diri Akuntan

Etika profesi akuntan meliputi standar perilaku bagi seseorang akuntan yang dirancang untuk tujuan praktis dan idealistik, dimana terdapat kode etik profesional yang dirancang untuk mendorong perilaku yang ideal. Penting bagi para akuntan untuk lebih membatasi pengungkapan informasi apa yang pantas dipublikasikan terkait etika mempublikasi suatu informasi. Seorang akuntan dapat dengan tidak sadar mengungkapkan informasi mengenai klien pada media sosial (Sibarani, 2010). Untuk itu diperlukan kode etik profesi akuntan yang dapat memberikan pengetahuan kepada para akuntan tentang apa yang diharapkan dari profesinya, sekaligus sebagai pedoman kepada para akuntan dalam berhubungan dengan klien, masyarakat dan rekan seprofesinya termasuk ketika berinteraksi di media sosial, agar bertanggung jawab untuk tetap menjaga nama baik dan kredibilitas profesinya.

Etika Profesi Akuntan Memediasi Hubungan Perilaku Narsis dan Pengendalian Diri Akuntan

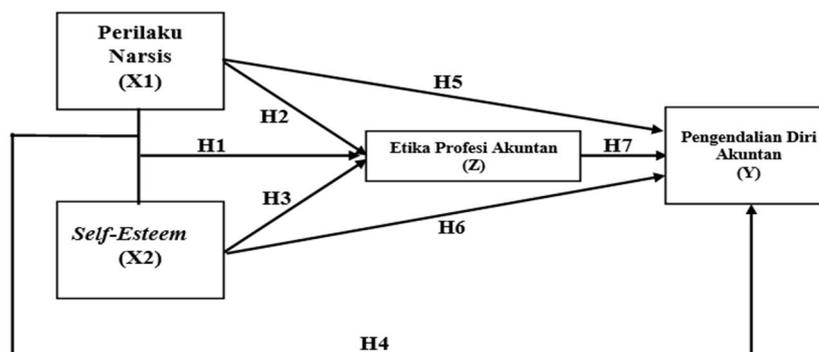
Bergman, Fearington, Davenport, & Bergman (2011) menyatakan bahwa individu yang *narcissistic* ingin agar orang lain mengetahui aktivitas yang telah dilakukan dan yakin bahwa mereka tertarik dengan aktivitas itu. Temuan ini menjadi landasan orang-orang yang *narcissistic* mudah sekali mempublikasikan kegiatan yang telah atau bahkan sedang dilakukan. Penting bagi para akuntan

untuk lebih membatasi pengungkapan informasi apa yang pantas dipublikasikan terkait etika mempublikasi suatu informasi. Seorang akuntan dapat dengan tidak sadar mengungkapkan informasi mengenai klien pada media sosial (Sibarani, 2010). Winter et al., (2014, dalam (Nugraheni & Mashoedi, 2014) menyatakan bahwa kecenderungan *narcissistic* pada individu berhubungan dengan perilaku mengungkapkan informasi yang mendalam mengenai diri mereka sendiri. Untuk itu diperlukan kode etik profesi akuntan yang dapat memberikan pengetahuan kepada para akuntan tentang apa yang diharapkan dari profesinya, dan sekaligus sebagai pedoman kepada para akuntan dalam berhubungan dengan klien, masyarakat dan rekan seprofesinya termasuk ketika berinteraksi di media sosial, agar bertanggung jawab untuk tetap menjaga nama baik dan kredibilitas profesinya.

Etika Profesi Akuntan Memediasi Hubungan *Self-esteem* dan Pengendalian Diri Akuntan

Peluchette dan Karl (2009 dalam Sibarani 2010) menyatakan bahwa faktor lain yang mempengaruhi pengendalian diri pengguna Facebook yaitu *self-esteem*. *Self-esteem* berdampak pada manfaat seseorang dalam menggunakan media sosial. Individu dengan *self-esteem* yang tinggi cenderung untuk menjaga privasi mereka dengan mengendalikan diri atas informasi yang diungkap dalam akun facebook mereka, hal ini dikarenakan mereka ingin tampak bernilai di mata pengguna facebook lainnya (Christofides, Desmarais, & Muise, 2009). Seorang akuntan dapat dengan tidak sadar mengungkapkan informasi mengenai klien pada media sosial (Sibarani, 2010). Untuk itu diperlukan kode etik profesi akuntan yang dapat memberikan pengetahuan kepada para akuntan tentang apa yang diharapkan dari profesinya, dan sekaligus sebagai pedoman kepada para akuntan dalam berhubungan dengan klien, masyarakat dan rekan seprofesinya termasuk ketika berinteraksi di media sosial, agar bertanggung jawab untuk tetap menjaga nama baik dan kredibilitas profesinya.

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan di atas, kemudian digambarkan dalam kerangka teoritis yang merupakan alur pemikiran dari peneliti yang disusun sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

2.3 Pengembangan Hipotesis

- H1: Perilaku Narsis dan *Self-Esteem* secara simultan berpengaruh terhadap etika profesi akuntan dalam berinteraksi di media sosial.
- H2: Perilaku Narsis berpengaruh terhadap etika profesi akuntan dalam berinteraksi di media sosial.
- H3: *Self-esteem* berpengaruh terhadap etika profesi akuntan dalam berinteraksi di media sosial.
- H4: Perilaku Narsis dan *Self-Esteem* secara simultan berpengaruh terhadap pengendalian diri akuntan dalam berinteraksi di media sosial.
- H5: Perilaku narsis berpengaruh terhadap pengendalian diri akuntan dalam berinteraksi di media sosial.
- H6: *Self-esteem* berpengaruh terhadap pengendalian diri akuntan dalam berinteraksi di media sosial.
- H7: Etika Profesi Akuntan berpengaruh terhadap pengendalian diri akuntan dalam berinteraksi di media sosial.

3. METODE RISET

3.1 Metode Analisis

Penelitian ini menggambarkan pola hubungan yang mengungkapkan pengaruh seperangkat variabel terhadap variabel lainnya, baik secara langsung maupun melalui variabel lain sebagai variabel intervening. Pola hubungan yang semacam ini dianalisis dengan *path analysis* atau analisis jalur.

Metode analisis untuk mengetahui variabel independen yang berpengaruh secara signifikan terhadap pengendalian diri akuntan dalam berinteraksi di media sosial yaitu perilaku narsis dan *self-esteem* digunakan persamaan umum regresi linier berganda atas dua variabel bebas dengan menggunakan analisis jalur, yaitu (Gujarati, 1993):

$$\text{Model 1} \quad : Z = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon_1$$

$$\text{Model 2} \quad : Y = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \varepsilon_1$$

Keterangan:

Y = Pengendalian Diri Akuntan

α = Konstanta

β_n = Koefisien regresi untuk variabel bebas

X1 = Perilaku Narsis

X2 = *Self-esteem*

ε = Error

Z = Etika Profesi Akuntan

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah akuntan di perusahaan, akuntan publik (auditor) dan akuntan pendidik (dosen) di Indonesia yang memiliki akun media sosial yang berada di wilayah Tangerang dan Jakarta.

Sampel adalah sebagian dari populasi. Penelitian ini dibatasi pada akuntan eksternal, internal dan pendidik. Sampel yang digunakan adalah para akuntan yang memiliki akun media sosial dan aktif selama enam bulan terakhir. Pengumpulan sampel diawali membuat daftar teman penulis yang memiliki *background* pendidikan di bidang akuntansi, baik akuntan di perusahaan, auditor dan juga dosen. Teknik *purposive sampling* digunakan dalam penelitian ini untuk pengambilan sampel penelitian.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang didapatkan melalui pengisian kuesioner. Untuk mendapatkan data yang diperlukan, peneliti menyebarkan kuesioner baik secara langsung maupun *sharing online* melalui media sosial. Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini berdasarkan Roscoe (1975, dalam Sekaran (2006) yang menyatakan bahwa dalam penelitian *multivariate*, ukuran sampel sebaiknya beberapa kali (lebih disukai 15 kali atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel dalam studi. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Angka tersebut didapatkan dari jumlah variabel dikalikan 25, jumlah variabel dalam penelitian ini adalah sebanyak 4 variabel. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel non probabilitas dengan kategori pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*). Pengambilan sampel ini terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan karena memenuhi beberapa kriteria yang telah ditentukan (Sekaran, 2006). Kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

1. Berlatar belakang pendidikan akuntansi.
2. Bekerja sebagai akuntan di perusahaan, dosen atau auditor.
3. Memiliki salah satu atau lebih akun media sosial: Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, Path atau BBM.
4. Aktif sebagai pengguna media sosial minimal 6 bulan terakhir.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Tabel 1.1
Definisi Operasional Variabel

NO	VAR	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA
1	Perilaku Narsis (X2) The NPI-16 (Ames, Rose, & Anderson, 2006)	1. <i>Authority</i> 2. <i>Self-sufficiency</i> 3. <i>Superiority</i> 4. <i>Exhibitionism</i> 5. <i>Exploitativeness</i> 6. <i>Entitlement</i>	1. Anggapan sebagai orang yang berkuasa atau pemimpin. 2. Kekaguman pada diri sendiri. 3. Rasa superior atau keangkuhan. 4. Kebutuhan seseorang untuk menjadi pusat perhatian. 5. Memanfaatkan orang lain untuk menunjukkan diri. 6. Harapan untuk mendapatkan hak yang semestinya.	Ordinal
2	Self-Esteem (X2) Rosenberg Self-Esteem Scale, 1965	<i>Rosenberg Self-Esteem Ten Scale</i>	1. Kelayakan diri. 2. Kualitas diri. 3. Kecenderungan merasa gagal. (-) 4. Perasaan optimis. 5. Rasa rendah diri. (-)	Interval dengan 4 skala Likert

NO	VAR	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA
			6. <i>Positive thinking</i> 7. Rasa puas diri. 8. Harapan untuk bisa lebih menghormati diri sendiri. (-) 9. Perasaan tidak berguna (-) 10. Perasaan sebagai orang yang tidak baik (-)	
3	Pengendalian Diri (Y) Konsep Averiiil (dalam Rachdianti, 2011)	1. <i>Behavioral control</i> 2. <i>Cognitive control</i> 3. <i>Decision control</i> 4. <i>Informational control</i> 5. <i>Retrospective control</i>	1. Mengurangi intensitas penggunaan media sosial. 2. Mengantisipasi keadaan yang tidak menyenangkan dengan fokus pada kesenangan. 3. Kemampuan untuk mengambil keputusan. 4. Kemampuan untuk memprediksi konsekuensi dari suatu tindakan. 5. Penyesalan diri atas suatu tindakan.	Interval dengan 4 skala Likert
4	Etika Profesi Akuntan (Z) Kode Etik IAI Standar Profesional Akuntan Publik (IAI, 2016)	1. Tanggung Jawab Profesi 2. Kepentingan Publik 3. Kompetensi dan Kehati-hatian Profesional 4. Kerahasiaan 5. Perilaku Profesional	1. Sikap tanggung jawab menjaga nama baik profesi. 2. Kewajiban untuk memberikan kerangka pelayanan kepada publik. 3. Kewajiban untuk mempertahankan pengetahuan dan ketrampilan profesional. 4. Kewajiban menjaga kerahasiaan informasi pekerjaan. 5. Menghindari tindakan yang dapat mendiskreditkan profesi.	Interval dengan 4 skala Likert

4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap akuntan publik atau auditor, akuntan pendidik atau dosen dan akuntan di perusahaan yang bekerja di wilayah Tangerang dan Jakarta, dengan beberapa kriteria yang sudah ditentukan. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung, melalui perantara teman peneliti yang bekerja pada suatu instansi atau perusahaan serta secara *online*. Penyebaran kuesioner dilaksanakan pada bulan Maret hingga Juni 2017. Adapun data hasil penyebaran kuesioner yang didapatkan oleh peneliti adalah sebesar 110, berdasarkan kriteria yang digunakan maka peneliti menyaring kembali data yang didapatkan sehingga menjadi jumlah sampel yang dibutuhkan yakni 100 sampel.

4.2 Demografi Responden

Penelitian ini melibatkan 100 orang responden yang seluruhnya memiliki latar belakang akuntansi yang tergambar dalam tabel berikut:

Tabel 4.1
Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Dosen	31	31%
Auditor	22	22%
Akuntan di Perusahaan	47	47%
Total	100	100%

Tabel 4.2
Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Wanita	63	63%
Pria	37	37%
Total	100	100%

Tabel 4.3
Demografi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
< 21 tahun	0	0%
22-30 tahun	60	60%
31-40 tahun	35	35%
41-50 tahun	4	4%
> 51 tahun	1	1%
Total	100	100%

Tabel 4.4
Demografi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
D3	0	0%
S1	65	65%
S2	35	35%
S3	0	0%
Total	100	100%

Tabel 4.5
Operating System yang Digunakan Responden

Media Sosial	Frekuensi	Persentase
Android	84	69%
Blackberry	6	5%
iOS	11	9%
Windows	21	17%
Total	122	100%

Tabel 4.6
Media Sosial yang Paling Sering Digunakan Responden

Media Sosial	Frekuensi	Persentase
Facebook	35	15,15%
Whatsapp	87	37,66%
Instagram	53	22,94%
BBM	38	16,45%
Twitter	7	3,03%
Path	9	3,90%
Line	2	0,87%
Total	231	100%

4.3 Pembahasan Statistik Deskriptif

Tabel 4.7

Variabel Penelitian	N	Min	Max	Mean	Mode	Median
Perilaku Narsis	100	16	32	20,43	18	20
Self-Esteem	100	21	37	29,04	29	29
Etika Profesi Akuntan	100	8	20	15,86	15	16
Pengendalian Diri Akuntan	100	11	20	15,74	15	16

Sumber: Data diolah SPSS 23

Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Model 1

Analisis regresi model 1 (satu) digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan dari variabel bebas terhadap variabel intervening. Pada analisis regresi model 1 (satu) persamaan strukturalnya adalah sebagai berikut:

$$Z = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon_1$$

Uji Statistik F (Model 1)

Tabel 4.8

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Ket
1 Regression	29,905	2	14,953	3,404	,037 ^b	H ₁ Diterima
Residual	426,135	97	4,393			
Total	456,040	99				

a. Dependent Variable: ETIKA PROFESI AKUNTAN
 b. Predictors: (Constant), SELF-ESTEEM, PERILAKU NARSIS
 Sumber: Data diolah SPSS 23

Uji Statistik t (Model 1)

Tabel 4.9

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Stand. Coeff.	t	Sig.	Collinearity Statistics		Ket
	B	Std. Error	Beta			Tol.	VIF	
1 (Constant)	11,624	1,764		6,588	,000			H ₂ Ditolak
PERILAKU NARSIS	,015	,074	,021	,199	,843	,882	1,134	
SELF-ESTEEM	,145	,061	,248	2,374	,020	,882	1,134	H ₃ Diterima

a. Dependent Variable: ETIKA PROFESI AKUNTAN
 Sumber: Data diolah SPSS 23

2. Analisis Regresi Model 1

Analisis regresi model 2 (dua) digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada analisis regresi model 2 (dua) persamaan strukturalnya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \epsilon_1$$

Uji Statistik F (Model 2)

Tabel 4.10

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Ket
1 Regression	56,983	3	18,994	4,770	,004 ^b	H ₄ Diterima
Residual	382,257	96	3,982			
Total	439,240	99				

a. Dependent Variable: PENGENDALIAN DIRI AKUNTAN
 b. Predictors: (Constant), ETIKA PROFESI AKUNTAN, PERILAKU NARSIS, SELF-ESTEEM
 Sumber: Data diolah SPSS 23

Uji Statistik t (Model 1)

Tabel 4.11

Model	Unstand. Coefficients		Stand. Coeff.	t	Sig.	Collinearity Statistics		Ket.
	B	Std. Error	Beta			Tol.	VIF	
	1 (Constant)	8,454	2,021				4,183	
PERILAKU NARSIS	,119	,071	,170	1,674	,097	,881	1,135	H5 Ditolak
SELF-ESTEEM	,034	,060	,060	,573	,568	,833	1,200	H6 Ditolak
ETIKA PROFESI AKUNTAN	,264	,097	,269	2,733	,007	,934	1,070	H7 Diterima

a. Dependent Variable: PENGENDALIAN DIRI AKUNTAN

Sumber: Data diolah SPSS 23

H1: Perilaku Narsis dan *Self-Esteem* Secara Simultan Berpengaruh terhadap Etika Profesi Akuntan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa perilaku narsis dan *self-esteem* secara simultan berpengaruh terhadap etika profesi akuntan dengan signifikansi sebesar 0,037. Hasil ini sesuai dengan H₁ bahwa perilaku narsis dan *self-esteem* secara simultan berpengaruh terhadap etika profesi akuntan sehingga **H₁ diterima**. Sifat narsisisme ada dalam setiap manusia sejak lahir, Morrison (2013) mengatakan bahwa dimilikinya sifat narsisisme dalam jumlah yang cukup akan membuat seseorang memiliki persepsi yang seimbang antara kebutuhannya dalam hubungannya dengan orang lain. Hal ini berarti bahwa, dengan sifat narsis dalam jumlah yang cukup, membuat sikap penghargaan terhadap diri sendiri atau *self-esteem* seseorang menjadi lebih baik. Mereka akan cenderung untuk lebih menerima dan menghormati dirinya. Sehingga, seseorang yang memiliki tingkat *self-esteem* yang tinggi, akan lebih menjaga citra positif tentang dirinya, dengan cara taat terhadap peraturan yang berlaku di manapun mereka berada. Karena responden yang diteliti semuanya adalah akuntan yang merupakan kaum profesional, maka responden cenderung untuk mematuhi etika profesi akuntan yang merupakan pedoman perilaku bagi mereka. Hal tersebut disebabkan, karena mereka ingin terlihat berharga di hadapan orang lain, salah satunya dengan cara mengendalikan informasi yang akan mereka ungkapkan di media sosial yang mereka miliki (Sibarani, 2010).

H2: Perilaku Narsis Tidak Berpengaruh Terhadap Etika Profesi Akuntan

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, variabel Perilaku Narsis memiliki signifikansi sebesar 0,843. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku narsis tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel etika profesi akuntan karena taraf signifikansinya lebih besar daripada 0,05. Dengan demikian berarti bahwa **H₂ ditolak**.

Mayoritas responden dalam penelitian ini bukanlah para remaja melainkan orang dewasa yang sudah bekerja, sehingga bentuk pengakuan diri yang teraktualisasi dalam perilaku narsis tidak setinggi jika dibandingkan dengan para remaja. Hal ini terbukti dengan tingkat perilaku narsis dari seluruh responden

tergolong sangat rendah, sehingga tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan responden dalam mematuhi etika profesi yang berlaku.

H3: *Self-Esteem* Berpengaruh terhadap Etika Profesi Akuntan

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, variabel *Self-Esteem* memiliki signifikansi sebesar 0,020. Hal ini menunjukkan bahwa *Self-Esteem* memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel Etika Profesi Akuntan karena taraf signifikansinya kurang dari 0,05. Dengan demikian berarti bahwa **H₃ diterima**.

Peluchette dan Karl (2009 dalam Sibarani 2010) menyatakan bahwa *self-esteem* merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pengendalian diri dari pengguna media sosial Facebook. Informasi tentang klien secara tidak sengaja dapat dengan mudah diungkapkan oleh seorang akuntan ke media sosial yang dimilikinya (Sibarani, 2010). Untuk itu diperlukan kode etik profesi akuntan yang dapat memberikan pengetahuan kepada para akuntan tentang apa yang diharapkan dari profesinya, dan sekaligus sebagai pedoman kepada para akuntan dalam berhubungan dengan klien, masyarakat dan rekan seprofesinya termasuk ketika berinteraksi di media sosial, agar bertanggung jawab untuk tetap menjaga nama baik dan kredibilitas profesinya. Seseorang yang tingkat *self-esteem*nya tinggi akan lebih mudah untuk mematuhi aturan, karena mereka ingin terlihat berharga di antara pengguna media sosial lainnya. Sehingga mereka akan menjaga privasi mereka dengan cara mengendalikan diri untuk tidak mengungkapkan setiap informasi pribadi ke dalam media sosial (Christofides, Desmarais, & Muise, 2009).

H4: Perilaku Narsis dan *Self-Esteem* Berpengaruh terhadap Pengendalian Diri Akuntan

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 4,346 dan signifikansinya sebesar 0,004, karena kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Perilaku Narsis dan *Self-Esteem* secara simultan berpengaruh terhadap variabel Pengendalian Diri Akuntan. Dengan demikian berarti bahwa **H₄ diterima**.

Hal ini menunjukkan bahwa karakter responden yang tergambar dalam NPI 16 dianggap normal dalam pandangan psikologi modern. Seseorang dianggap tidak bermasalah ketika merasa bangga atas kebaikan dirinya dan merasa lebih baik daripada orang lain. Dan tidak masalah juga ketika memamerkan kebaikan itu pada orang lain melalui kecanggihan media sosial yang bersifat publik (Nugraheni, 2014). Selain itu tingkat *self-esteem* akan memberikan pengaruh positif terhadap pengendalian diri akuntan, karena semakin tinggi tingkat *self-esteem* akan membuat seseorang lebih memperbaiki dan menjaga kualitas komunikasi dengan orang lain agar lebih dekat, salah satunya dengan cara mengendalikan informasi apapun yang akan dia *upload* ke media sosial yang dimilikinya. (Sibarani, 2010).

Hal ini sejalan dengan penelitian Sibarani (2010) yang menyatakan bahwa tingkat pengendalian diri akuntan dalam mempublikasikan informasi ke media sosial akan semakin tinggi seiring dengan meningkatnya tingkat *self-esteem* dari akuntan tersebut.

H5: Perilaku Narsis Tidak Berpengaruh Terhadap Pengendalian Diri Akuntan

Berdasarkan perhitungan di atas, variabel Perilaku Narsis memiliki signifikansi sebesar 0,097. Hal ini menunjukkan bahwa Perilaku Narsis tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel Pengendalian Diri Akuntan karena taraf signifikansinya lebih besar daripada 0,05. Dengan demikian berarti bahwa **H₅ ditolak**.

Hal ini disebabkan karena perilaku narsis merupakan perilaku yang menjadi *trend* bagi generasi muda, sesuai dengan penelitian Twenge dan Foster (2010) yang menyatakan bahwa terjadi peningkatan *narcissism* dari tahun ke tahun pada mahasiswa. Di samping itu, Roberts, Edmonds dan Grijalva (2010, dalam Nugraheni, 2014) mengungkapkan bahwa *narcissism* di kalangan mahasiswa sebagai generasi muda, cenderung lebih tinggi daripada orang tua, kakek dan nenek mereka. Temuan-temuan ini mengungkapkan bahwa narsis semakin menjadi hal biasa di kalangan anak muda saat ini. Individu yang narsis ingin agar orang lain mengetahui aktivitas yang telah dilakukan dan yakin bahwa mereka tertarik dengan aktivitas tersebut (Bergman, Fearington, Davenport, & Bergman, 2011). Hal ini dapat menjadi landasan bahwa orang yang narsis mudah sekali mempublikasikan kegiatan yang telah atau bahkan sedang dilakukan (Nugraheni, 2014). Di samping itu, Bergman, Fearington, Davenport, & Bergman (2011) juga menyatakan bahwa terdapat hubungan antara tingginya kecenderungan narsis dan banyaknya foto yang terfokus pada diri sendiri yang diunggah. Perilaku narsis juga berhubungan dengan frekuensi *update* status, seberapa sering individu mengecek *Facebook* atau media sosial untuk melihat apa yang dikatakan orang lain tentang dirinya serta frekuensi *check in* (Ong, Ang, Ho, Lim, Goh, Lee & Chua, 2010; Carpenter, 2012; Wang&Stefano, 2013 dalam Nugraheni, 2014).

Sedangkan, objek penelitian ini adalah orang dewasa yang bekerja pada suatu instansi. Terlihat dari skor tingkat narsis sebesar 60% responden tergolong ke dalam tingkat sangat rendah, 24% responden tergolong ke dalam tingkat rendah, 12% responden tergolong ke dalam tingkat tinggi dan sebesar 4% yang termasuk tingkat sangat tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mereka lebih bisa mengendalikan perilaku mengekspresikan diri yang dimaksudkan untuk mempertahankan atau meninggikan citra positif diri di hadapan orang lain termasuk ketika berinteraksi di media sosial yang merupakan ciri dari *narsistic*.

H6: Self-Esteem Tidak Berpengaruh Terhadap Pengendalian Diri Akuntan

Berdasarkan perhitungan di atas, variabel *Self-Esteem* memiliki signifikansi sebesar 0,568. Hal ini menunjukkan bahwa *Self-Esteem* tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel Pengendalian Diri Akuntan karena taraf signifikansinya lebih besar dari 0,05. Dengan demikian berarti bahwa **H₆ ditolak**.

Hal ini menunjukkan bahwa tingkat *self-esteem* tidak mempengaruhi pengendalian diri akuntan dalam berinteraksi di media sosial. Hal ini dikarenakan, objek penelitian merupakan profesional yang bekerja pada suatu instansi yang di

dalamnya terdapat kode etik profesi baik yang disahkan langsung oleh IAI, sebagai induk dari profesi akuntan, maupun dari instansi di mana akuntan itu bekerja. Dan aturan tersebut bersifat mengikat, agar para profesional di dalamnya berperilaku ideal dan dapat menjaga nama baik dari profesi atau instansinya, karena jika terjadi pelanggaran akan ada sanksi yang tegas. Sehingga, para profesional ini memiliki pedoman yang kuat dan jelas sebagai pengendali perilaku baik dalam menjalankan tugas profesionalnya maupun dalam kesehariannya, termasuk ketika berinteraksi di media sosial. Karena aturan tersebut akan selalu mengikat selama individu tersebut masih berprofesi sebagai akuntan.

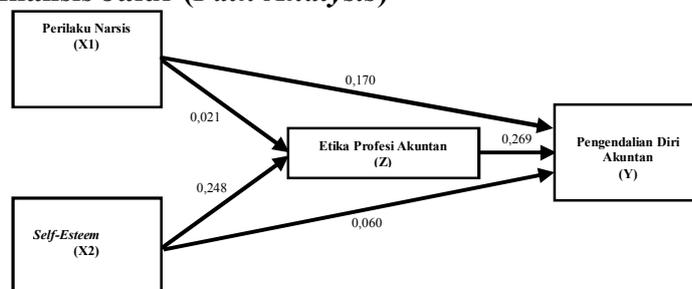
H7: Etika Profesi Akuntan Berpengaruh Terhadap Pengendalian Diri Akuntan

Berdasarkan perhitungan di atas, variabel Etika Profesi Akuntan memiliki signifikansi sebesar 0,007. Hal ini menunjukkan bahwa Etika Profesi Akuntan memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel Pengendalian Diri Akuntan karena taraf signifikansinya kurang dari 0,05. Dengan demikian berarti bahwa **H7 diterima**.

Mayoritas responden menyatakan bahwa mereka memiliki tanggung jawab yang tinggi dalam menjaga nama baik dari profesinya sebagai akuntan ketika mereka menggunakan media sosial, serta selalu menghindari postingan yang dapat mendiskreditkan profesinya ketika mereka berinteraksi di media sosial yang dimiliki. Hal tersebut terlihat dari hasil perhitungan jawaban responden dengan nilai *mean* tertinggi sebesar 3,52 dan 3,30 untuk indikator tanggung jawab profesi dan perilaku profesional.

Hal ini menunjukkan bahwa etika profesi akuntan yang meliputi standar perilaku bagi seseorang akuntan yang dirancang untuk tujuan praktis dan idealistik, dimana terdapat kode etik profesional yang dirancang untuk mendorong perilaku yang ideal, sudah dijadikan sebagai alat pengendalian diri bagi para akuntan yang merupakan responden dalam penelitian ini, ketika mereka berinteraksi di media sosial.

Analisis Jalur (Path Analysis)



Gambar 4.1
Analisis Jalur (Path Analysis)

Pengaruh Variabel Perilaku Narsis Terhadap Variabel Pengendalian Diri Akuntan Melalui atau Tidak Melalui Variabel Etika Profesi Akuntan

Pengaruh secara langsung variabel Perilaku Narsis terhadap variabel Pengendalian Diri Akuntan 0,170. Sedangkan pengaruh secara tidak langsung variabel Perilaku Narsis melalui variabel Etika Profesi Akuntan memiliki nilai sebesar 0,021. Dengan perhitungan sebagai berikut:

Pengaruh Secara Langsung = 0,170

Pengaruh Secara Tidak Langsung = $0,021 \times 0,269 = 0,005649$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat dikatakan bahwa pengaruh secara langsung lebih besar daripada pengaruh tidak langsung ($0,170 > 0,006$). Sehingga variabel Etika Profesi Akuntan **tidak memediasi** variabel Pengendalian Diri Akuntan.

Pengaruh Variabel *Self-Esteem* Terhadap Variabel Pengendalian Diri Akuntan Melalui atau Tidak Melalui Variabel Etika Profesi Akuntan

Pengaruh secara langsung variabel *Self-Esteem* terhadap variabel Pengendalian Diri Akuntan 0,060. Sedangkan pengaruh secara tidak langsung variabel *Self-Esteem* melalui variabel Etika Profesi Akuntan memiliki nilai sebesar 0,248. Dengan perhitungan sebagai berikut:

Pengaruh Secara Langsung = 0,060

Pengaruh Secara Tidak Langsung = $0,248 \times 0,269 = 0,066712$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat dikatakan bahwa pengaruh secara langsung lebih kecil daripada pengaruh tidak langsung ($0,060 < 0,067$). Sehingga variabel Etika Profesi Akuntan **memediasi** variabel Pengendalian Diri Akuntan.

Pengaruh Variabel Perilaku Narsis dan *Self-Esteem* Terhadap Pengendalian Diri Akuntan Melalui Atau Tidak Melalui Variabel Etika Profesi Akuntan

Sedangkan pengaruh secara langsung variabel Perilaku Narsis dan *Self-Esteem* terhadap variabel Pengendalian Diri Akuntan dibandingkan dengan pengaruh secara tidak langsung melalui variabel Etika Profesi Akuntan memiliki perhitungan sebagai berikut:

Pengaruh Secara Langsung = $0,170 + 0,060 = 0,23$

Pengaruh Secara Tidak Langsung = $(0,021 \times 0,269) + (0,248 \times 0,269) = 0,072$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat dikatakan bahwa pengaruh secara langsung lebih besar daripada pengaruh tidak langsung ($0,23 > 0,072$). Sehingga variabel Etika Profesi Akuntan **tidak memediasi** variabel Pengendalian Diri Akuntan.

Kontribusi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berkontribusi untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh perilaku narsis dan *self-esteem* terhadap pengendalian diri akuntan dalam berinteraksi di media sosial yang dimediasi oleh etika profesi akuntan. Dan sekaligus dapat berkontribusi langsung kepada para akuntan agar dapat dijadikan sebagai *guidance* atau pedoman dalam berinteraksi di media sosial.

5. KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan di atas, penulis dapat meringkas hasil penelitian sebagai berikut:

1. Perilaku narsis dan *self-esteem* secara simultan berpengaruh terhadap etika profesi akuntan. Sifat narsisme ada dalam setiap manusia sejak lahir, Morrison (2013) mengatakan bahwa dimilikinya sifat narsisme dalam jumlah yang cukup akan membuat seseorang memiliki persepsi yang seimbang antara kebutuhannya dalam hubungannya dengan orang lain. Hal ini berarti bahwa dengan sifat narsis dalam jumlah yang cukup, membuat sikap penghargaan terhadap diri sendiri atau *self-esteem* seseorang menjadi lebih baik. Mereka akan cenderung untuk lebih menerima dan menghormati dirinya. Sehingga, orang yang memiliki tingkat *self-esteem* yang tinggi, akan cenderung untuk menjaga opini positif tentang diri mereka (Sibarani, 2010), dengan cara taat terhadap peraturan yang berlaku dimanapun mereka berada. Karena responden yang diteliti semuanya adalah akuntan yang merupakan kaum profesional, maka responden cenderung untuk mematuhi etika profesi akuntan yang merupakan pedoman perilaku bagi mereka.
2. Perilaku narsis tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap etika profesi akuntan. Karena bentuk aktualisasi diri setiap individu berbeda-beda, salah satunya ditampilkan melalui perilaku narsis. Dalam kehidupan sosial, tata aturan, nilai dan norma yang berlaku di masyarakat menjadi batasan bagi individu dalam berperilaku. Para remaja yang berada pada masa transisi rentan dalam mengendalikan emosi dan bukan menjadi rahasia umum bahwa perilaku remaja yang labil, teraktualisasi pada perilaku narsis (Widiyanti, M, & Saomah, 2016). Sedangkan mayoritas responden dalam penelitian ini bukanlah para remaja melainkan orang dewasa yang sudah bekerja, sehingga bentuk pengakuan diri yang teraktualisasi dalam perilaku narsis tidak setinggi jika dibandingkan dengan para remaja. Hal ini terbukti dengan tingkat perilaku narsis dari seluruh responden tergolong sangat rendah.
3. *Self-esteem* memiliki pengaruh secara parsial terhadap etika profesi akuntan. Individu yang memiliki *self-esteem* yang tinggi akan cenderung untuk mematuhi aturan yang berlaku. Oleh karena itu, para responden yang merupakan akuntan, lebih mematuhi etika profesi yang berlaku karena tingkat *self-esteem* mereka tergolong sangat tinggi.
4. Perilaku narsis dan *self-esteem* secara simultan berpengaruh terhadap pengendalian diri akuntan. Karakter responden yang tergambar dalam NPI 16 dianggap normal dalam pandangan psikologi modern. Seseorang dianggap tidak bermasalah ketika merasa bangga atas kebaikan dirinya dan merasa lebih baik daripada orang lain. Dan tidak masalah juga ketika memamerkan kebaikan itu pada orang lain melalui kecanggihan media sosial yang bersifat publik (Nugraheni, 2014). Selain itu tingkat *self-esteem* akan memberikan pengaruh positif terhadap pengendalian diri akuntan, karena semakin tinggi tingkat *self-esteem* akan membuat seseorang cenderung untuk meningkatkan hubungannya dengan seseorang dengan lebih dekat, sehingga mereka akan menjaga opini

positif mengenai diri mereka dengan cara mengendalikan informasi yang dipublikasi dalam media sosial mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian Sibarani (2010) yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *self-esteem* dari akuntan maka semakin tinggi pula tingkat pengendalian diri akuntan dalam mengungkapkan informasi di akun media sosial.

5. Perilaku narsis tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel pengendalian diri akuntan. Hal ini disebabkan karena tingkat perilaku narsis dari responden dalam penelitian ini tergolong sangat rendah, sehingga dapat disimpulkan bahwa mereka lebih bisa mengendalikan perilaku mengekspresikan diri yang dimaksudkan untuk mempertahankan atau meninggikan citra positif diri dihadapan orang lain termasuk ketika berinteraksi di media sosial.
6. *Self-esteem* tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap pengendalian diri akuntan. Hal ini dikarenakan, objek penelitian merupakan profesional yang bekerja pada suatu instansi yang di dalamnya terdapat kode etik profesi baik yang disahkan langsung oleh IAI, sebagai induk dari profesi akuntan, maupun dari instansi di mana akuntan itu bekerja. Sehingga, para profesional ini memiliki pedoman yang kuat dan jelas sebagai pengendali perilaku baik dalam menjalankan tugas profesionalnya maupun dalam kesehariannya, termasuk ketika berinteraksi di media sosial.
7. Etika profesi akuntan memiliki pengaruh secara parsial terhadap pengendalian diri akuntan. Mayoritas responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa mereka memiliki tanggung jawab yang tinggi dalam menjaga nama baik dari profesinya sebagai akuntan ketika mereka menggunakan media sosial, serta selalu menghindari postingan yang dapat mendiskreditkan profesinya ketika mereka berinteraksi di media sosial yang dimiliki. Hal ini menunjukkan bahwa etika profesi akuntan sudah dijadikan sebagai alat pengendalian diri bagi para akuntan yang merupakan responden dalam penelitian ini, ketika mereka berinteraksi di media sosial.

5.2 Keterbatasan

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Tingkat pengembalian kuesioner rendah sehingga dapat menyebabkan tingkat sensitivitas generalisasi menjadi kecil. Sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya adalah, agar lebih lebih memperbanyak jumlah responden sehingga hasil penelitian menjadi lebih tergeneralisasi.
2. Hasil dari model penelitian ini adalah sebesar 10,3% variabel pengendalian diri akuntan dipengaruhi oleh perilaku narsis, *self-esteem* dan etika profesi akuntan, sedangkan sisanya 89,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian selanjutnya agar memperbaiki model penelitian tersebut.

5.3 Saran

Adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi regulator, perusahaan dan universitas sebaiknya membuat kebijakan terkait media sosial di lingkungan kerja yang akan membantu

menyeimbangkan antara penggunaan media sosial di tempat kerja dengan produktivitas pekerja. Kebijakan ini mencakup tentang apa yang boleh dilakukan dan tidak dalam penggunaan media sosial.

2. Tidak adanya batasan privasi yang jelas dalam menggunakan media sosial menjadi penyebab banyaknya kasus akibat pengungkapan informasi di media sosial menjadi semakin tinggi. Dampak yang muncul bisa merugikan diri sendiri dan juga karir dari pengguna. Oleh karena itu, bagi pengguna media sosial termasuk akuntan, sangat dibutuhkan sikap yang bijak dan penuh kehati-hatian ketika berinteraksi di media sosial serta dapat lebih memanfaatkan fitur *privacy setting* untuk keamanan media sosial yang dimilikinya.
3. Meskipun tingkat pengendalian diri akuntan masuk ke dalam kategori sangat tinggi, akan tetapi masih ada akuntan yang mempublikasikan informasi yang kurang etis terkait pekerjaannya ke akun media sosial. Oleh karena itu, sangatlah penting bagi para akuntan untuk tetap mengendalikan informasi apa yang pantas dipublikasikan ke dalam media sosial. Selain itu, sebaiknya para akuntan dapat lebih memanfaatkan media sosial untuk memberikan wawasan positif terkait keilmuan dari profesinya, karena hal tersebut dapat menaikkan citra positif untuk individu sekaligus profesinya.
4. Tingkat perilaku narsis akuntan tergolong sangat rendah. Akan tetapi, sebaiknya para akuntan tetap menjaga dirinya agar tidak memunculkan kecenderungan perilaku narsis di media sosial, salah satunya dengan cara mengatur intensitas penggunaan media sosial, tidak terlalu sering *me-share* foto diri atau memposting status atau *location* di media sosial, karena hal ini dapat menimbulkan dorongan untuk mendapatkan *like* dan komentar dari pengguna lainnya. Mendapatkan notifikasi bahwa foto, status atau *location* yang telah di-*share* disukai dan dipuji oleh pengguna lainnya, akan menimbulkan sensasi kegembiraan yang dapat membuat individunya ketagihan. Sehingga dapat membuat seorang akuntan menjadi terobsesi kepada diri sendiri dan akan selalu memikirkan cara untuk terlihat sempurna di media sosial. Dan hal ini dapat mengganggu produktivitas dan kehidupan sosial dari akuntan.
5. Etika profesi akuntan harus tetap dijaga oleh akuntan ketika mereka menggunakan media sosial, hal ini dikarenakan kode etik yang ada dapat dijadikan pengendali diri bagi akuntan, agar tidak terjadi konflik peran dalam diri akuntan ketika berinteraksi di media sosial. Selain itu, jika akuntan tidak mematuhi etika profesi yang berlaku ketika mereka menggunakan media sosial, dampaknya adalah adanya *social punishment* yang lebih kejam dari hukuman fisik yang akan didapatkan oleh akuntan itu sendiri.
6. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya agar menambah variabel lain seperti *privacy setting*, sebab penggunaan fitur ini dalam akun media sosial, dapat meningkatkan kesadaran diri dalam pengungkapan informasi ke media sosial (Sibarani, 2010).

DAFTAR PUSTAKA

- Ames, D. R., Rose, P., & Anderson, C. P. (2006). The NPI-16 as a Short Measure of Narcissism. *Journal of Research in Personality* 40, 440-450.
- Bergman, S. M., Fearington, M. E., Davenport, S. W., & Bergman, J. Z. (2011). Millennials, Narcissism and Social Networking: What Narcissists do on Social Networking Sites and Why. *Personality and Individual Differences* 50, 706-711.
- Brooks, L. J., & Dunn, P. (2014). *Bussines & Professional Ethics for Directors, Executive & Accountants*. Jakarta: Salemba Empat.
- Carpenter, C. J. (2012). Narcissism on Facebook: Self-Promotional and Anti-social Behavior. *Personality and Individual Differences* 52, 482-486.
- Christofides, E., Desmarais, S., & Muise, A. (2009). Information Disclosure and Control on Facebook: Are They Two Sides of the Same Coin or Two Different Processes. *Cyberpsychology and Behavior*, Vol 12.
- Dhani, K. R. (2015). *HUBungan Penggunaan Facebook dengan Narsisme, Self-Esteem dan Kesepian pada Remaja di Indonesia*.
- Dinita, I. (2011). *Pengaruh Opini Audit dan Audit Report Lag Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan Dengan Reputaso KAP sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI)*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Engko, C. (2008). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Individual Dengan Self-Esteem dan Self-Efficacy sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Vol 10, No. 1*, 1-12.
- Hanana, N. F. (2015). *Pengaruh Self-Esteem dan Kecerdasan Emosi Terhadap Perilaku Proposional pada Santri Pondok Pesantren Daarul Rahman Jakarta*. Jakarta: Universitas Syarif Hidayatullah (UIN) Jakarta.
- Keraf, S. (1998). *Etika Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Nugraheni, R. F. (2014). Narcissism di Media Sosial: Dari Penyakit Hati Hingga Perilaku. *Academia.edu*.
- Nugraheni, R. F., & Mashoedi, S. F. (2014). *Hubungan antara Self-Disclosure di Facebook Berdasarkan Topik dengan Kepribadian Narcissistic pada Remaja Akhir*. Universitas Indonesia.
- Rachdianti, Y. (2011). *Hubungan Antara Self-Control Dengan Intensitas Penggunaan Internet Remaja Akhir*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sibarani, C. M. (2010). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengendalian Diri Akuntan dan Pengaruhnya Kepada Kekhawatiran Persepsian Melalui Resiko Persepsian Akuntan dalam Situs Jejaring Sosial. *SNA XIII Purwokerto*.
- We Are Social*. (2017, Januari 27). Retrieved from <http://www.slideshare.net/wearesocialsg/2017-digital-yearbook>. Diakses pada 28 Januari 2017, pukul 10.44 WIB.

- We Are Social.* (2017, Januari 27). Retrieved from <http://wearesocial.com/blog/2017/01/digital-in-2017-global-overview>.
Diakses pada 28 Januari 2017, pukul 10.30 WIB.
- Widaryanti. (2007). Etika Bisnis dan Etika Profesi Akuntan. *Fokus Ekonomi*, 1-10.
- Widiyanti, W., M, S., & Saomah, A. (2016). Profil Perilaku Narsisme Remaja Serta Implikasinya Bagi Bimbingan Dan Konseling. *Indonesian Journal of Educational Counseling*, 15-26.