

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengertian dan Ruang Lingkup *Opinion Shopping*

2.1.1.1 Pengertian *Opinion Shopping*

Menurut SEC yang dimaksud *opinion shopping* adalah sebagai berikut:

“Suatu aktivitas mencari auditor yang mau mendukung perlakuan akuntansi yang diajukan oleh manajemen untuk mencapai tujuan pelaporan perusahaan”.

Menurut Teoh, 1992 (dalam Praptorini dan Januarti, 2007), perusahaan biasanya menggunakan pergantian auditor (*auditor switching*) untuk menghindari penerimaan opini audit *going concern* dengan dua cara, yaitu:

1. Perusahaan dapat mengancam melakukan pergantian auditor, Kekhawatiran untuk diganti mungkin dapat mengikis independensi auditor, sehingga tidak dapat mengungkapkan masalah *going concern*. Argumen ini disebut ancaman pergantian auditor.
2. Ketika auditor tersebut independen, perusahaan akan memberhentikan akuntan publik (auditor) yang cenderung memberikan opini *going*

concern, atau sebaliknya akan menunjuk auditor yang cenderung memberikan opini *non going concern*. Argumen ini disebut *opinion shopping*.

Opinion shopping menurut (Mirna, 2010) adalah sebagai berikut:

“Istilah yang digunakan apabila perusahaan melakukan pergantian auditor atau Kantor akuntan publik (KAP). Hal ini muncul karena rotasi audit. Rotasi audit merupakan batasan masa jabatan auditor dalam mengaudit sesuatu entitas atau klien”.

Berdasarkan definisi-definisi *opinion shopping* di atas dapat disimpulkan bahwa *opinion shopping* adalah sebuah aktivitas mencari auditor yang mau mendukung perlakuan akuntansi yang diajukan oleh manajemen untuk mencapai tujuan pelaporan perusahaan. Perusahaan biasanya menggunakan pergantian auditor untuk menghindari penerimaan opini audit *going concern*. *Auditte* yang di Audit oleh KAP baru mungkin lebih puas dengan beberapa pertimbangan, Pertama perusahaan cenderung untuk mengganti auditor adalah bahwa mereka tidak puas dengan pelayanan yang diberikan dari auditor sebelumnya atau mereka mempunyai beberapa jenis perselisihan dengan auditor sebelumnya. Oleh karena itu, perusahaan mengganti auditor dalam tiga tahun yang lalu dengan harapan akan dapat mengalami sesuatu peningkatan dalam kepuasan klien. Kedua, perikatan audit yang baru, ketika ada ketidakyakinan *management* klien terhadap kualitas pelayanan yang disediakan dari KAP.

2.1.1.2 Kriteria *Opinion Shopping*

Opinion shopping menunjukkan pergantian auditor independen untuk tahun berikutnya apabila tahun berjalan perusahaan mendapat opini audit *going concern*. Menurut Teoh, 1992 dalam penelitian Praptitorini dan Januarti, 2007 untuk menghindari opini *going concern* perusahaan melakukan pergantian auditor (*auditor switching*).

Terdapat dua argumen tentang *opinion shopping* yaitu: pertama jika auditor bekerja pada perusahaan tertentu, perusahaan dapat mengancam melakukan pergantian auditor. Kekawatiran untuk diganti mungkin dapat menghindari independensi auditor, sehingga tidak mengungkapkan masalah *going concern*. Kedua, ketika auditor tersebut independen, perusahaan akan menghentikan akuntan publik (auditor) yang cenderung memberikan opini *going concern*.

2.1.1.3 Tujuan *Opinion Shopping*

Tujuan *opinion shopping* dalam pelaporan dimaksudkan untuk meningkatkan (memanipulasi) hasil operasi atau kondisi keuangan perusahaan. (AUEP10, SNA X, 2007). dalam hal ini perusahaan berusaha mencari auditor yang mau mendukung usulan dalam pemberian opini audit laporan keuangan.

2.1.2 Reputasi Auditor

2.1.2.1 Definisi Reputasi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, reputasi diartikan sebagai nama baik, nama baik tersebut bukan kita yang menyematkan namun orang lain yang telah memberikan penilaian tentang kita. Dengan kata lain, 'reputasi kita baik' bukan kita yang menilai melainkan orang lain yang menilai setelah melihat perbuatan kita.

Berdasarkan pengertian di atas reputasi adalah nama baik yang didapatkan dari hasil perbuatan kita kepada orang lain, reputasi tidak dibuat sendiri, namun reputasi merupakan didapatkan atas penilaian dari orang lain.

2.1.2.2 Definisi Reputasi Auditor

Reputasi auditor menunjukkan prestasi dan kepercayaan publik yang disandang auditor atas nama besar yang dimiliki auditor. Reputasi Kantor akuntan publik didasarkan pada kepercayaan pemakai jasa auditor bahwa auditor memiliki kekuatan monitoring yang secara umum tidak dapat diamati. Auditor yang memiliki reputasi dari nama besar dapat menyediakan kualitas audit yang lebih baik, termasuk dalam masalah pengungkapan *going concern* demi menjaga reputasi mereka dari kesalahan-kesalahan dan kekeliruan-kekeliruan dalam memberikan opini auditnya. Hal tersebut dapat terjadi karena auditor berskala besar memiliki teknologi yang lebih canggih, karyawan yang lebih berbakat dan telah memperoleh pengakuan secara internasional.

Kantor Akuntan Publik (KAP) bertanggung jawab pada audit atas laporan keuangan historis yang dipublikasikan oleh semua perusahaan terbuka, kebanyakan perusahaan lain yang cukup besar, dan banyak perusahaan serta organisasi non komersial yang lebih kecil.

Disebabkan oleh luasnya penggunaan laporan keuangan yang telah diaudit, maka suatu hal yang umum untuk men-sinonim-kan istilah auditor lainnya (auditor kantor pemerintah, auditor pajak, serta auditor intern). Kantor akuntan publikpun seringkali dinamakan sebagai auditor eksternal atau auditor independen untuk membedakan mereka dengan auditor internal.

Craswell *et. al.* (1995) dalam fanny dan Saputra (2005) menyatakan bahwa klien biasanya mempersepsikan bahwa auditor yang berasal dari Kantor Akuntan Publik besar dan memiliki afiliasi dengan Kantor Akuntan Publik internasional yang memiliki kualitas yang lebih tinggi karena auditor tersebut memiliki karakteristik yang dapat dikaitkan dengan kualitas, seperti pelatihan, pengakuan internasional, serta adanya *peer review*. Johnstone (1991) menunjukkan bahwa kualitas auditor meningkat sejalan dengan besarnya Kantor Akuntan Publik.

2.1.2.3 Jenis-Jenis Reputasi Auditor

Ukuran KAP membedakan KAP menjadi KAP besar (*the big four auditor*) dan KAP ukuran kecil (*non the big four auditor*). Perbedaan tersebut dilakukan berdasarkan jumlah klien yang dilayani oleh suatu KAP, jumlah rekan atau anggota yang bergabung, serta total pendapatan yang diperoleh dalam satu periode.

Ukuran skala Kantor Akuntan Publik diukur dari jumlah klien dan prosentase dari audit *fees* dalam usaha mempertahankan kliennya untuk tidak berpindah pada Kantor Akuntan Publik yang lain. Auditor yang mempunyai kekayaan atau asset yang lebih besar mempunyai dorongan untuk menghasilkan laporan audit yang lebih akurat dibandingkan dengan auditor dengan kekayaan yang lebih sedikit. Auditor yang memiliki kekayaan lebih besar digolongkan dalam KAP skala besar.

Fanny dan Saputra (2005) menggolongkan reputasi Kantor Akuntan Publik ke dalam skala *big six firms* dan *non big six firms* untuk melihat tingkat independensi serta kecenderungan sebuah Kantor Akuntan Publik terhadap besarnya biaya audit yang diterimannya. Mutchler (1986) menggunakan proksi skala Kantor Akuntan Publik untuk variable reputasi Kantor Akuntan Publik untuk melihat kecenderungan opini audit yang diberikan kepada perusahaan yang bermasalah.

Mutchler *et. al.* (1997) menemukan bukti *univariant* bahwa auditor *big six* lebih cenderung menerbitkan opini audit *going concern* pada perusahaan yang mengalami *financial distress* dibanding dengan auditor *non big six* auditor skala besar dapat menyediakan kualitas audit yang lebih baik dibanding auditor skala kecil, termasuk dalam mengungkapkan masalah *going concern*. Semakin besar skala auditor, akan semakin besar kemungkinan auditor untuk menerbitkan opini *going concern*.

2.1.3 Disclosure

2.1.3.1 Definisi Disclosure

Secara konseptual, pengungkapan (*Disclosure*) merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh *statement* keuangan.

Suwardjono (2005) mengartikan pengungkapan sebagai berikut :

“Disclosure means supplying information in the financial statement, including the statement themselves, the notes to the statement, and the supplementary disclosures associated with the statement. It does not extend to public or private statement made by management or information provided outside the financial statement.”

Suwardjono (2005) menyebutkan bahwa dalam membatasi pengertian pengungkapan hanya pada hal-hal yang menyangkut pelaporan keuangan.

Pengungkapan sering juga dimaknai sebagai penyediaan informasi lebih dari apa yang dapat disampaikan dalam bentuk *statement* keuangan formal.

2.1.3.2 Tujuan Disclosure

Disclosure dibutuhkan oleh para pengguna untuk lebih memahami informasi yang terkandung dalam laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan sumber informasi yang memungkinkan pihak pengguna untuk mengetahui kondisi suatu perusahaan. Informasi yang didapat dari suatu laporan keuangan perusahaan

tergantung pada tingkat pengungkapan (*disclosure*) dari laporan keuangan yang bersangkutan.

Secara umum, tujuan *disclosure* adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan untuk melayani berbagai pihak yang mempunyai kepentingan berbeda-beda (Suwardjono, 2005), diantaranya :

1. Tujuan Melindungi

Tujuan melindungi dilandasi oleh gagasan bahwa tidak semua pemakai cukup cangguh sehingga pemakai yang perlu dilindungi dengan mengungkapkan informasi yang mereka tidak mungkin memperolehnya atau tidak mungkin mengolah informasi untuk menangkap substansi ekonomik yang melandasi suatu pos statement keuangan. Tujuan melindungi biasanya menjadi pertimbangan badan pengawas yang mendapat otoritas untuk melakukan pengawasan terhadap pasar modal (BAPEPAM).

2. Tujuan Informatif

Tujuan informatif dilandasi oleh gagasan bahwa pemakai yang dituju sudah jelas dengan tingkat kecanggihan tertentu. dengan demikian, pengungkapan diarahkan untuk menyediakan informasi yang dapat membantu keefektifan pengambilan keputusan pemakai tersebut. Tujuan ini biasanya melandasi penyusunan standar akuntansi untuk menentukan tingkat pengungkapan.

3. Tujuan Kebutuhan Khusus

Tujuan ini merupakan gabungan dari tujuan perlindungan publik dan tujuan informatif. Apa yang harus diungkapkan kepada publik dibatasi dengan apa yang dipandang bermanfaat bagi pemakai yang dituju sementara untuk tujuan pengawasan, informasi tertentu harus disampaikan kepada badan pengawas berdasarkan peraturan melalui formulir-formulir yang menuntut pengungkapan secara rinci.

Menurut Hendriksen (2002:433) tujuan pengungkapan adalah untuk menyediakan informasi yang signifikan dan relevan kepada para pemakai laporan keuangan untuk membantu mereka mengambil keputusan dengan cara terbaik yang mungkin dengan pembatasan bahwa manfaatnya harus melebihi biayanya. Hal ini agar penyajian mempunyai arti yang dapat dimengerti.

Bagi pihak perusahaan, laporan keuangan merupakan salah satu media utama penyampaian informasi yang mengkomunikasikan kondisi keuangan kepada pemegang saham, kreditur, *stakeholders* atau calon *stakeholders* lainnya dan menjadi alat utama bagi para manajer untuk menunjukkan efektifitas pencapaian tugas dan pelaksanaan fungsi pertanggungjawaban dalam organisasi.

2.1.3.3 Tingkat *Disclosure*

Tingkat *disclosure* menurut Hendriksen (2002:432) dibagi menjadi tiga, yaitu

1. Pengungkapan memadai atau cukup (*Adequate*). Pengungkapan memadai adalah tingkat minimum yang harus dipenuhi agar statement keuangan secara keseluruhan tidak menyesatkan untuk kepentingan pengambilan keputusan yang terarah. Pengungkapan ini merupakan pengungkapan yang diwajibkan oleh standard akuntansi yang berlaku.
2. Pengungkapan wajar (*fair*) pengungkapan yang wajar selalu menyiratkan etika yaitu memberikan perlakuan yang sama kepada semua pembaca. Pengungkapan wajar merupakan pengungkapan cukup atau memadai ditambah dengan informasi yang dapat berpengaruh pada kewajaran laporan keuangan.
3. Pengungkapan penuh (*full*) pengungkapan penuh mengacu pada seluruh informasi yang diberikan oleh perusahaan, baik informasi keuangan maupun non keuangan. Pengungkapan penuh tidak hanya meliputi laporan keuangan tapi juga mencakup informasi-informasi lainnya yang diberikan oleh manajemen. Pengungkapan penuh menyiratkan penyajian seluruh informasi yang relevan.

Pengungkapan yang layak memenuhi informasi yang signifikan bagi para investor dan pihak lainnya hendaknya cukup, wajar dan lengkap. tidak ada perbedaan yang nyata diantara konsep-konsep ini jika semuanya dipergunakan dalam konteks yang layak.

Suatu tujuan positif adalah memberikan informasi yang signifikan dan relevan kepada para pemakai laporan keuangan dan membantu mereka dalam pengambilan keputusan dalam cara terbaik yang mungkin bisa dilakukan dengan syarat bahwa manfaatnya harus melebihi biayanya. Hal ini menyiratkan bahwa informasi yang tidak material atau relevan bisa diabaikan agar penyajiannya ada manfaatnya dan dapat dipahami.

2.1.3.4 Tipe Disclosure

Disclosure merupakan sumber informasi untuk pengambilan keputusan investasi. Menurut Hendriksen (2002) Informasi yang diungkapkan dapat dikelompokkan menjadi dua tipe, yaitu:

1. Pengungkapan wajib (*Mandatory Disclosure*), merupakan pengungkapan yang diharuskan oleh peraturan yang berlaku, dalam hal ini adalah peraturan yang ditetapkan oleh lembaga yang berwenang.
2. Pengungkapan sukarela (*voluntary Disclosure*), adalah pengungkapan yang melebihi dari yang diwajibkan oleh PSAK no. 1. Selain itu pemerintah melalui BAPEPAM SE-02/PM/2002 juga mengatur mengenai pengungkapan informasi dalam laporan keuangan tahunan perusahaan-perusahaan di Indonesia. Pengungkapan informasi yang diatur oleh pemerintah maupun lembaga professional lainnya (Ikatan Akuntan Indonesia) merupakan pengungkapan yang wajib dipatuhi oleh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.1.4 Ukuran Perusahaan

2.1.4.1 Definisi Ukuran

Ukuran adalah penentuan besaran, dimensi, atau kapasitas, biasanya terhadap suatu standar atau satuan ukur. Pengukuran tidak hanya terbatas pada kuantitas fisik, tetapi juga dapat diperluas untuk mengukur hampir semua benda yang bisa dibayangkan, seperti tingkat ketidakpastian, atau indeks kepercayaan konsumen.

2.1.4.2 Definisi Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain : total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain.

Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Terdapat berbagai proksi yang biasanya digunakan untuk mewakili ukuran perusahaan, yaitu jumlah karyawan, total asset, jumlah penjualan, dan kapitalisasi pasar. Semakin besar asset maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat (Sudarmadji dan Sularto, 2007).

2.1.4.3 Jenis-Jenis Ukuran Perusahaan

Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada total asset perusahaan (Suwito dan Herawaty, 2005).

Mutchler (1985) menyatakan bahwa auditor lebih sering mengeluarkan modifikasi opini audit *going concern* pada perusahaan yang lebih kecil. Hal ini dimungkinkan karena auditor mempercayai bahwa perusahaan yang lebih besar dapat menyelesaikan kesulitan-kesulitan keuangan yang dihadapinya daripada perusahaan yang lebih kecil. Perusahaan besar lebih banyak menawarkan fee audit yang tinggi daripada yang ditawarkan oleh perusahaan kecil, dalam kaitannya tersebut auditor dapat meragukan pengeluaran opini audit *going concern* pada perusahaan besar.

Fanny dan Saputra (2005) menyatakan ketika sebuah kantor akuntan publik sudah memiliki reputasi yang baik, maka ia akan berusaha mempertahankan

reputasinya itu dan menghindarkan diri dari hal-hal yang bisa merusak reputasi nya tersebut, sehingga mereka selalu akan bersikap objektif terhadap pekerjaannya, apabila memang perusahaan tersebut mengalami kerugian akan kelangsungan hidupnya maka opini yang akan diterimannya adalah opini audit *going concern*, tanpa memandang apakah ukuran perusahaan tersebut besar atau tidak.

2.1.4.4 Indikator Ukuran Perusahaan

Menurut Husnan, Suad. 2001 ukuran perusahaan dapat diukur dengan beberapa proksi:

1. Aktiva (*asset*)

Aktiva adalah sumber ekonomi yang diharapkan memberikan manfaat usaha di kemudian hari. Yang dapat dimasukkan ke dalam kolom asset salah satunya adalah gedung atau bangunan. Jadi kalau suatu perusahaan memiliki gedung senilai satu miliar rupiah, maka asset yang dihitung adalah satu miliar rupiah itu. Selain gedung, yang bisa dihitung sebagai asset bisa termasuk: merk dagang, paten teknologi, uang kas, mobil, dll.

2. Penjualan

Penjualan adalah kegiatan yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuasan kebutuhan serta keinginan pembeli/konsumen, guna untuk mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba atau keuntungan perusahaan.

3. Jumlah Pekerja

Jumlah pekerja adalah seluruh karyawan yang terdaftar dalam perusahaan dalam meningkatkan dan mencapai tujuan dari perusahaan tersebut. Semakin banyak jumlah pekerja yang bekerja pada sebuah perusahaan, semakin besar pula pengeluaran dan pendapatan yang diterima oleh perusahaan tersebut.

4. Nilai Tambah. (*value added*).

Nilai tambah adalah nilai yang ditambahkan oleh produsen terhadap bahan baku atau pembelian (selain tenaga kerja) sebelum menjual produk atau jasa yang baru atau yang diperbaharui. Semakin inovatif dan kreatif sebuah perusahaan dalam mencari *value added* maka perusahaan tersebut dapat lebih dikenal lebih lama oleh masyarakat.

2.1.5 Penerimaan Opini Audit *Going Concern*

2.1.5.1 Definisi Opini Audit

Menurut kamus standar akuntansi Opini Audit adalah suatu laporan yang diberikan seseorang akuntan publik terdaftar ialah sebagai hasil penilaiannya dari kewajaran laporan keuangan yang disajikan oleh suatu perusahaan. Sedangkan menurut kamus istilah akuntansi (Tobing, 2004) opini audit adalah suatu laporan yang diberikan oleh auditor terdaftar yang menyatakan ialah bahwa pemeriksaan sudah dilakukan sesuai dengan norma atau juga aturan pemeriksaan aturan yang diikuti dengan pendapat tentang kewajaran laporan keuangan yang diperiksa.

2.1.5.2 Definisi Opini Audit *Going Concern*

Opini audit *going concern* merupakan opini yang dikeluarkan auditor untuk memastikan apakah perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Pihak manajemen bertanggung jawab untuk menentukan kelayakan dari persiapan laporan keuangan menggunakan dasar *going concern* dan auditor bertanggung jawab untuk meyakinkan dirinya bahwa penggunaan dasar *going concern* oleh perusahaan adalah layak dan diungkapkan secara memadai dalam laporan keuangan.

Menurut Arens, *et. al* (2008:66), opini audit *going concern* merupakan opini yang dikeluarkan oleh auditor dalam pertimbangan auditor pada situasi kemungkinan bahwa klien tidak dapat meneruskan operasinya atau memenuhi kewajibannya selama periode yang wajar. Apabila auditor menyimpulkan bahwa terdapat keraguan yang besar tentang kemampuan perusahaan untuk terus *going concern*, maka pendapat wajar tanpa pengecualian dengan paragraph penjelas harus diterbitkan, tanpa memperhatikan pengungkapan dalam laporan keuangan. Faktor-faktor yang dapat menimbulkan ketidakpastian mengenai kemampuan perusahaan untuk terus bertahan adalah sebagai berikut:

1. Kerugian operasional atau kekurangan modal kerja yang berulang dan signifikan.
2. Ketidakmampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya ketika jatuh tempo.

3. Kehilangan pelanggan utama, terjadi bencana yang tidak dijamin oleh asuransi seperti gempa bumi atau banjir, atau masalah ketenagakerjaan yang tidak biasa.
4. Pengadilan, perundang-undangan, atau hal-hal serupa lainnya yang sudah terjadi dan dapat membahayakan kemampuan entitas untuk beroperasi.

2.1.5.3 Kondisi-Kondisi Yang Menyebabkan Penerimaan Opini Audit *Going Concern*

Berikut ini beberapa kondisi yang dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam pemberian opini audit *going concern* (SPAP PSA No. 30 SA Seki 341, 2011):

1. Trend Negatif

Sebagai contoh, kerugian operasi yang berulang kali terjadi, kekurangan modal kerja, arus kas negatif dari kegiatan usaha, rasio keuangan penting yang buruk.

2. Petunjuk lain tentang kemungkinan kesulitan keuangan

Sebagai contoh, kegagalan dalam memenuhi kewajiban utangnya atau perjanjian serupa, penunggakan pembayaran deviden, penolakan oleh pemasok terhadap pengajuan permintaan pembelian kredit biasa, restrukturisasi utang, kebutuhan untuk mencari sumber atau metode pendanaan baru, atau penjualan sebagian besar asset.

3. Masalah intern

Sebagai contoh, pemogokan kerja atau kesulitan hubungan perburuhan yang lain, ketergantungan besar atas sukses proyek tertentu, komitmen jangka panjang yang tidak bersifat ekonomis, kebutuhan untuk secara signifikan memperbaiki operasi.

4. Masalah luar yang telah terjadi

Sebagai contoh, pengaduan gugatan pengadilan, keluarnya undang-undang atau masalah-masalah lain yang kemungkinan membahayakan kemampuan entitas untuk beroperasi, kehilangan *franchise*, lisensi atau paten penting, kehilangan pelanggan atau pemasok utama, kerugian akibat bencana besar seperti gempa bumi, banjir, kekeringan, yang tidak diasuransikan atau diasuransikan, namun dengan pertanggungjawaban yang tidak memadai.

2.2. Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh *Opinion Shopping* Terhadap Penerimaan Opini Audit *Going Concern*

Peningkatan pergantian auditor yang mengeluarkan opini *going concern* pada perusahaan *financial distress*. Kondisi tersebut memungkinkan manajemen untuk berpindah ke auditor lain apabila perusahaannya terancam menerima opini audit *going concern*. Fenomena ini disebut *opinion shopping*. Penelitian Lennox (dalam

Praptorini dan Januarti, 2007:3) berpendapat bahwa perusahaan yang mengganti auditor (*auditor switching*) menurunkan kemungkinan mendapatkan opini audit yang tidak diinginkan daripada perusahaan yang tidak melakukan pergantian auditor. Sehingga *Opinion Shopping* berpengaruh terhadap penerimaan opini audit *going concern*.

2.2.2 Pengaruh Reputasi Auditor Terhadap Penerimaan Opini Audit *Going Concern*

Dengan tugasnya untuk bisa menyediakan informasi yang berkualitas maka auditor bertanggungjawab atas opini yang dikeluarkannya atas suatu laporan keuangan. Lennox (1999) mengatakan:

“large auditors are significantly more likely to give going-concern qualifications to failing companies and clean opinions to non-failing companies and clean opinions to non-failing companies. However, even after controlling for differences between large and small auditors’clients, large auditors give significantly more accurate reports compared to small auditors.”

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa KAP besar dengan reputasi yang baik secara signifikan lebih memungkinkan memberikan opini *going concern* terhadap perusahaan yang gagal. Serta KAP besar secara signifikan bisa memberikan opini yang lebih akurat jika dibandingkan dengan KAP kecil.

Januarti dan Fitrianasari (2008) mengatakan bahwa hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa reputasi auditor atau dalam hal ini reputasi KAP tidak

berpengaruh terhadap pemberian *going concern opinion*. Hal ini disebabkan KAP yang sudah memiliki reputasi yang bagus akan bertindak objektif dalam memberikan opininya guna menjaga reputasinya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Junaidi dan Hartono (2010) menunjukkan bahwa reputasi auditor berpengaruh pada *opini going concern*. Semakin besar reputasi auditor Akuntan Publik maka semakin besar kualitas audit yang diberikannya. Moradi, Salehi, dan Shirdel (2011) dalam penelitiannya mengatakan:

“Result in this research show that larger audit firms always don’t provide higher quality audit than the smaller audit firms.”

Hal tersebut menunjukkan bahwa KAP yang besar (dengan reputasi yang bagus) tidak selalu memberikan kualitas audit yang lebih baik dari KAP kecil (dengan reputasi yang kurang bagus). Sehingga Reputasi Auditor mempengaruhi dikeluarkannya opini audit Going Concern oleh auditor.

2.2.3 Pengaruh *Disclosure* Terhadap Penerimaan Opini Audit *Going Concern*

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Haron *et. al.* (2009) disebutkan bahwa :

“That disclosure has a significant effect on the issuance of a going concern opinion.”

Dari pernyataan tersebut bisa dilihat bahwa *disclosure* memiliki pengaruh signifikan terhadap diberikannya opini audit *going concern* oleh auditor. Sehingga perlu diperhatikan apakah laporan keuangan yang diaudit telah disusun sesuai dengan

PSAK yang berlaku. Sedangkan dalam penelitian Junaidi dan Hartono (2010) juga menunjukkan bahwa *disclosure* berpengaruh secara signifikan terhadap *going concern opinion* yang dikeluarkan oleh auditor.

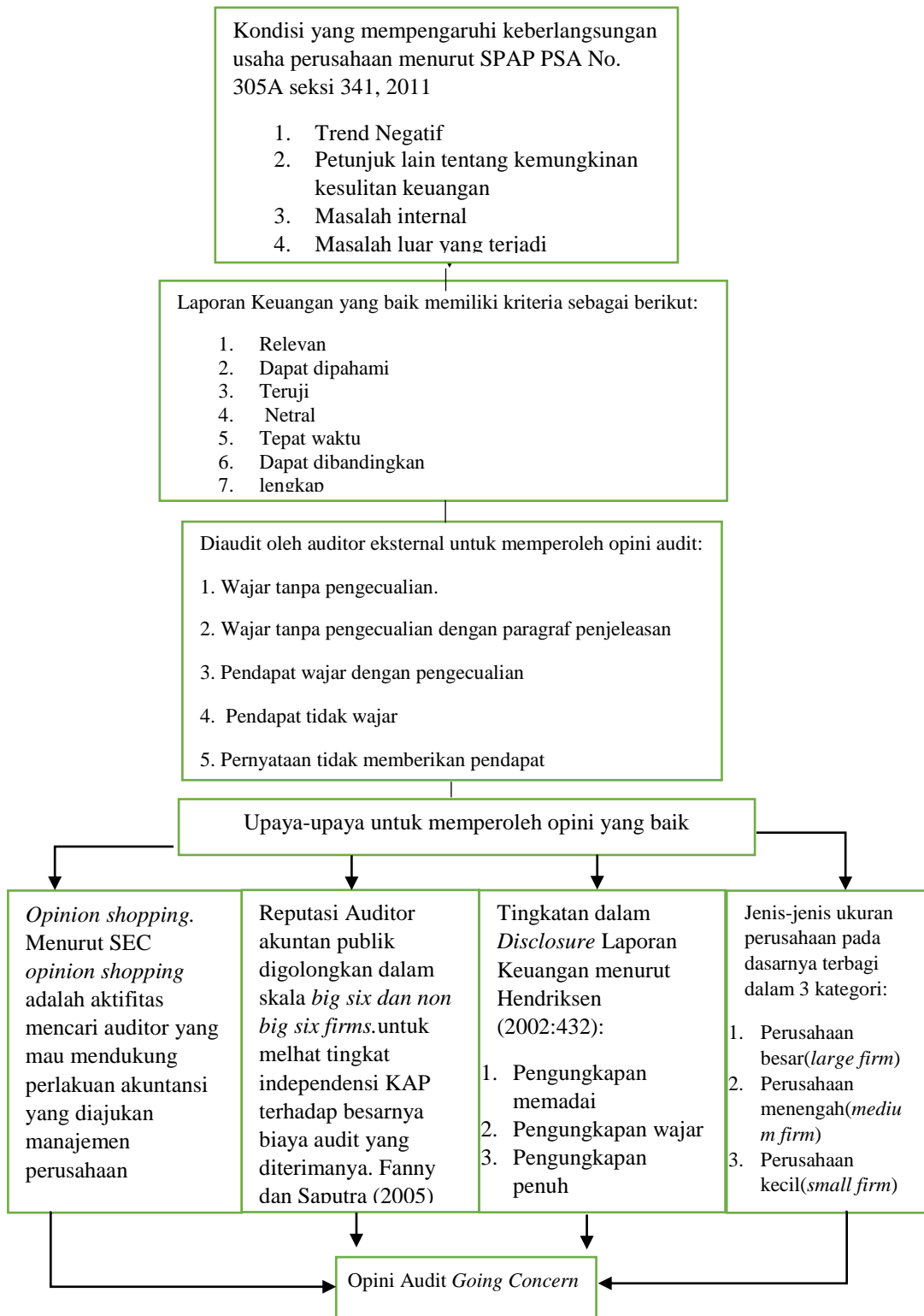
2.2.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Penerimaan Opini Audit *Going Concern*

Ukuran perusahaan yang diprosikan dengan total asset yang dimiliki menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menjaga kelangsungan usaha. Semakin tinggi total asset yang dimiliki, maka perusahaan dianggap memiliki ukuran yang besar sehingga mampu mempertahankan kelangsungan usahanya.

Perusahaan besar memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola perusahaan dan menghasilkan laporan keuangan yang lebih berkualitas (Junaidi dan Hartono, 2010). Semakin kecil skala perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan yang lebih kecil dalam pengelolaan usahanya. Hal ini menyebabkan perusahaan lebih berpeluang mendapatkan opini audit *going concern*.

Penjelasan mengenai *opinion shopping*, reputasi auditor, *disclosure*, dan ukuran perusahaan terhadap penerimaan opini audit *going concern* dapat dilihat secara singkat melalui kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran yang dibuat berupa gambar skema untuk lebih menjelaskan mengenai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.2.5 Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Topik Penelitian	Hasil Penelitian
1	Praptitorini dan Januarti (2007)	Analisis Pengaruh Kualitas Audit, <i>Debt Default</i> , dan <i>Opinion Shopping</i> terhadap penerimaan Opini <i>Going Concern</i>	Variabel independent : Kualitas Audit, <i>Debt Default</i> , dan <i>Opinion Shopping</i> Variabel dependent : Penerimaan Opini Audit <i>Going Concern</i>	Menganalisa pengaruh kemampuan kualitas audit, <i>debt default</i> , dan <i>opinion shopping</i> terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i> .	Variabel kualitas audit yang diproksi dengan <i>auditor industry specialization</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i> . Variable <i>debt default</i> dan <i>opinion shopping</i> berpengaruh signifikan terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i>
2	Santosa (2007)	Pengaruh kondisi keuangan, pertumbuhan perusahaan, kualitas audit, opini audit tahun sebelumnya dan ukuran perusahaan terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i>	Variabel independent : kondisi keuangan, pertumbuhan perusahaan, kualitas audit, opini audit tahun sebelumnya, ukuran perusahaan Dependent : Penerimaan opini audit <i>going</i>	Menganalisa pengaruh kondisi keuangan, pertumbuhan perusahaan, kualitas audit, opini audit tahun sebelumnya, dan ukuran perusahaan terhadap penerimaan opini <i>going concern</i>	Kondisi keuangan, opini audit tahun sebelumnya, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan opini <i>going concern</i> sedangkan pertumbuhan perusahaan dan kualitas audit tidak berpengaruh.

			<i>concern</i>		
3	Margaretta Fanny dan Sylvia Saputra (2005)	Pengaruh kondisi keuangan perusahaan, pertumbuhan perusahaan, reputasi auditor terhadap pemberian opini audit <i>going concern</i>	- Variabel independen : kondisi keuangan perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan reputasi auditor Variabel dependent: pemberian opini audit <i>going concern</i>	Menganalisa Pengaruh kondisi keuangan perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan reputasi auditor terhadap pemberian opini audit <i>going concern</i>	Kondisi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i> sedangkan pertumbuhan perusahaan dan reputasi auditor tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i>
4	Indra Januarti dan Ella Fitrianasari (2008)	Pengaruh rasio likuiditas, aktifitas, <i>leverage</i> , pertumbuhan penjualan, nilai pasar, ukuran perusahaan, reputasi auditor, opini <i>going concern</i> tahun sebelumnya, auditor <i>client tenure</i> terhadap penerimaan opini <i>going concern</i>	-Variabel independen: rasio likuiditas, <i>leverage</i> , aktifitas, pertumbuhan penjualan, nilai pasar, ukuran perusahaan, reputasi auditor, opini <i>going concern</i> tahun sebelumnya, auditor <i>client tenure</i> - Variabel dependen: pemberian opini audit <i>going concern</i>	Menganalisa pengaruh rasio likuiditas, aktifitas, <i>leverage</i> , pertumbuhan penjualan, nilai pasar, ukuran perusahaan, reputasi auditor, opini <i>going concern</i> tahun sebelumnya, auditor <i>client tenure</i> terhadap penerimaan opini <i>going concern</i>	Hanya satu rasio keuangan(rasio likuiditas) dan dua rasio non keuangan(opini <i>going concern</i> tahun sebelumnya dan <i>audit lag</i>) yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pengeluaran opini audit <i>going concern</i> , sedangkan variabel lainnya tidak signifikan,

	<p>ukuran perusahaan terhadap penerimaan opini <i>Going Concern</i></p> <p>c. Pengaruh kondisi keuangan perusahaan, pertumbuhan perusahaan, reputasi auditor terhadap pemberian opini audit <i>going concern</i></p> <p>d. Pengaruh rasio likuiditas, aktifitas, <i>leverage</i>, pertumbuhan penjualan, nilai pasar, ukuran</p>	-	-	√	-	-
	<p>d. Pengaruh rasio likuiditas, aktifitas, <i>leverage</i>, pertumbuhan penjualan, nilai pasar, ukuran</p>	-	-	-	-	√

	<p>perusahaan, reputasi auditor, opini <i>going concern</i> tahun sebelumnya, auditor <i>client tenure</i> terhadap penerimaan opini <i>going concern</i></p> <p>e. Pengaruh opinion shopping, reputasi auditor, disclosure, dan ukuran perusahaan terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i></p>	-	-	-	-	√
3	<p>- Variabel Independen :</p> <p>a. kualitas audit</p>	√	-	-	√	-

b. <i>debt default</i>	√	-	-	-	-
c. <i>opinion shopping</i>	√	-	-	-	√
d. kondisi keuangan	-	√	√	-	-
e. Pertumbuhan perusahaan	-	√	√	-	-
f. kualitas audit	-	√	-	-	-
g. opini tahun sebelumnya	-	√	-	-	-
h. ukuran perusahaan	-	√	-	-	√
i. reputasi auditor	-	-	√	-	√
j. <i>disclosure</i>	-	-	-	-	√
k. rasio likuiditas	-	-	-	-	-
l. rasio aktivitas	-	-	-	-	-
m. rasio <i>leverage</i>	-	-	-	-	-
n. pertumbuhan penjualan.	√	-	-	√	√
o. nilai pasar.	-	-	-	-	-
p. opini tahun sebelumnya	-	-	-	-	-
q. <i>audit tenure</i>	-	-	-	-	-

- Variabel Dependent	-	√	-	-	-
a. Penerimaan opini audit <i>going concern</i>	-	-	√	-	-
b. Penerimaan opini audit <i>going concern</i>	√	-	-	√	√
c. Pemberian opini audit <i>going concern</i>	√	-	-	-	-
d. Penerimaan opini audit <i>going concern</i>	√	-	-	-	-
e. Penerimaan opini audit <i>going concern</i>	-	-	-	-	-

Dari penelitian Praptitorini dan Januarti (2007) yang menguji mengenai Analisis Pengaruh Kualitas Audit, *Debt Default*, dan *Opinion Shopping* terhadap penerimaan Opini *Going Concern* yang menjadi variabel bebasnya yaitu kualitas audit, *debt default* dan *opinion shopping*, sedangkan yang menjadi variabel terikatnya adalah penerimaan opini audit *going concern*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel kualitas audit yang diproksi dengan *auditor industry specialization* tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan opini audit *going concern*. Terdapat perbedaan variabel bebas yang diteliti oleh penulis dengan penelitian Praptitorini dan Januarti (2007), penulis menggunakan variabel bebas *opinion shopping*, reputasi auditor, *disclosure*, ukuran perusahaan, sedangkan variabel terikatnya adalah penerimaan opini audit *going concern*.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Santosa (2007) yang meneliti mengenai pengaruh kondisi keuangan, pertumbuhan perusahaan, kualitas audit, opini audit tahun sebelumnya dan ukuran perusahaan terhadap penerimaan opini audit *going concern* yang menjadi variabel bebasnya pengaruh kondisi keuangan, pertumbuhan perusahaan, kualitas audit, opini audit tahun sebelumnya, sedangkan yang menjadi variabel terikatnya adalah penerimaan opini audit *going concern*. Hasil penelitiannya menunjukkan kondisi keuangan, opini audit tahun sebelumnya, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan opinii *going concern* sedangkan pertumbuhan perusahaan dan kualitas audit tidak berpengaruh.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Margaretta Fanny dan Sylvia Saputra (2005) yang menguji mengenai pengaruh kondisi keuangan perusahaan, pertumbuhan perusahaan, reputasi auditor terhadap pemberian opini audit *going concern*. Hasil penelitiannya kondisi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan opini audit *going concern* sedangkan pertumbuhan perusahaan dan reputasi auditor tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan opini audit *going concern*. Adapun persamaan variabel bebas yang digunakan oleh penulis yaitu reputasi auditor.

Adapun penelitian yang dilakukan Indra Januarti dan Ella Fitrianasari (2008) yang menguji pengaruh rasio likuiditas, aktifitas, *leverage*, pertumbuhan penjualan, nilai pasar, ukuran perusahaan, reputasi auditor, opini *going concern* tahun sebelumnya, auditor *client tenure* terhadap penerimaan opini *going concern*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa hanya satu rasio keuangan (rasio likuiditas) dan dua rasio non keuangan (opini *going concern* tahun sebelumnya dan *audit lag*) yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pengeluaran opini audit *going concern*, sedangkan variabel lainnya tidak signifikan. Adapun persamaan variabel bebas yang digunakan oleh penulis yaitu ukuran perusahaan dan reputasi auditor.

Berdasarkan data di atas ada persamaan variabel yang digunakan oleh penulis dengan penelitian Praptitorini dan Januarti (2007) dan Indra Januarti dan Ella Fitrianasari (2008) yaitu variabel bebas *opinion shopping*, ukuran perusahaan dan reputasi auditor. Sedangkan persamaan variabel lainnya dengan penelitian Santosa

(2007) dan Margaretta Fanny dan Sylfia Saputra (2005) yaitu variabel bebas ukuran perusahaan. Sedangkan persamaan variabel dependen yang digunakan penulis dengan penelitian Praptitorini dan Januarti (2007) dan Indra Januarti dan Ella Fitrianasari (2008) yaitu penerimaan opini audit *Going Concern*. Adapun perbedaan dari penelitian ini yaitu Praptitorini dan Januarti (2007) menggunakan variabel bebas lainnya yaitu kualitas audit dan *debt default*, sedangkan penelitian Santosa (2007) variabel terikat yang digunakan yaitu penerimaan opini audit *going concern*. Adapun persamaan penelitian penulis dengan penelitian Indra Januarti dan Ella Fitrianasari (2008) yaitu variabel terikat yang digunakan terhadap penerimaan opini audit *going concern*. Penelitian Indra Januarti dan Ella Fitrianasari (2008) memiliki persamaan variabel bebas yaitu ukuran perusahaan, reputasi auditor dan variabel terikat penerimaan opini audit *going concern*.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kajian pustaka dan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama: Semakin tinggi praktik *opinion shopping* dilakukan oleh perusahaan maka penerimaan opini audit *going concern* pada perusahaan manufaktur rendah.
2. Hipotesis kedua: Semakin tinggi reputasi auditor maka penerimaan opini audit *going concern* pada perusahaan manufaktur tinggi.
3. Hipotesis ketiga: Semakin tinggi pengungkapan / *Disclosure* dalam laporan keuangan perusahaan maka penerimaan opini audit *going concern* pada perusahaan manufaktur rendah.
4. Hipotesis keempat: Semakin tinggi ukuran perusahaan maka penerimaan opini audit *going concern* pada perusahaan manufaktur rendah.