

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu cara untuk menilai kinerja dari perusahaan yaitu menggunakan laporan keuangan. Laporan keuangan adalah bentuk pertanggungjawaban dari aktivitas yang berhubungan dengan keuangan perusahaan. Selain itu, laporan keuangan digunakan sebagai informasi bagi investor, karyawan, pemberi pinjaman, pemasok, kreditur, pelanggan, pemerintah, dan masyarakat.

Laporan keuangan menjadi hal yang penting karena memberikan informasi kepada banyak pengguna. Maka dari itu, informasi tersebut harus dapat dipercaya bagi setiap penggunanya. Untuk menjamin informasi tersebut, perusahaan dapat menggunakan jasa akuntan publik untuk memberikan kepercayaan lebih bagi penggunanya. Bentuk kepercayaan lebih dari akuntan publik yaitu opini yang tertulis pada laporan auditor independen. Opini tersebut adalah penilaian kewajaran atas laporan keuangan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum.

Diterbitkannya opini tersebut merupakan bentuk tanggung jawab dari akuntan publik atau auditor karena disini auditor mencegah penerbitan laporan keuangan yang menyesatkan. Untuk mendapatkan informasi yang mendalam, auditor harus mengenali dan terbiasa dengan kliennya. Sedangkan untuk dapat melakukan proses audit yang efektif dan efisien, auditor harus terbiasa atau

familiar dengan klien dan manajemennya. Maka dari itu, konflik terjadi antara: (1) kebutuhan auditor untuk menjadi lebih familiar dengan klien untuk melakukan audit, dan (2) ancaman terhadap objektivitas auditor akibat penilaian atas klien.

Objektivitas merupakan prinsip etika profesi auditor. Objektivitas berdasarkan IAPI mengharuskan auditor untuk tidak subjektif, memiliki benturan kepentingan, serta membiarkan pengaruh yang tidak layak dari pihak-pihak lain sehingga dapat memengaruhi pertimbangan profesionalnya. Auditor tidak boleh membiarkan pertimbangan auditnya dipengaruhi oleh lingkungan sekitar tempat auditor tersebut bekerja atau bahkan tidak boleh membiarkan pertimbangan auditnya dipengaruhi oleh orang lain.

Menariknya, pentingnya klien bagi auditor (*client importance*) dan kesan atas klien (*client image*) memiliki pengaruh terhadap objektivitas auditor dalam proses pengidentifikasian. Sedangkan dari hasil penelitian Bamber dan Iyer (2007) menjelaskan bahwa identifikasi klien dapat merusak objektivitas auditor, artinya auditor yang mengidentifikasi secara lebih besar terhadap kliennya cenderung akan lebih menyetujui keinginan klien. Hal ini juga sesuai dengan yang disampaikan oleh Herda dan Lavelle (2015) bahwa identifikasi klien merusak objektivitas auditor. Sebaliknya, semakin berpengalaman seorang auditor yang memperlihatkan identifikasi profesional pada tingkatan yang lebih tinggi akan cenderung kurang menyetujui keinginan klien.

Dalam proses pengidentifikasian klien ini, secara tanpa disadari auditor pasti menilai klien dari *image* dan seberapa pentingnya. Menurut Bamber dan Iyer (2007), *Client image* merupakan pandangan auditor terhadap klien mengenai *self appeal* dan *self esteem*. Sedangkan *client importance* merupakan pandangan auditor terhadap klien, mengenai seberapa besar dan penting perusahaan klien. Penilaian ini dapat menjadikan seorang auditor lebih menyetujui keinginan klien.

Hal ini membuktikan bahwa identifikasi auditor terhadap kliennya menjadi sangat penting dan perlu untuk diteliti. Alasannya adalah objektivitas auditor sangat diperlukan untuk mengidentifikasi klien sedangkan objektivitas tidak dapat diukur dan berbeda antar auditor. Sama halnya dengan bias yaitu hal yang biasanya tidak terlihat dan tidak dapat ditinjau apabila terjadi kesalahan dalam proses audit (Bazerman, Loewenstein, dan Moore, 2002). Hal ini yang membuat terjadinya ancaman terhadap kualitas audit.

Penelitian ini menggunakan Teori Identitas Sosial tentang keberadaan auditor dalam mengidentifikasi klien serta untuk membuktikan bahwa Teori Identitas Sosial dapat memberikan kerangka kerja yang menyajikan wawasan mendalam mengenai beragam permasalahan pengauditan dan akuntansi untuk perspektif Indonesia. Kemudian, pengukuran ini digunakan sebagai alat ukur langsung terhadap hubungan auditor dengan pihak klien untuk meneliti dan menelaah ancaman yang terjadi terhadap objektivitas

auditor. Sudut pandang yang lebih relevan diberikan melalui Teori Identitas Sosial untuk memahami identifikasi klien oleh auditor.

Penelitian yang dilakukan oleh Bamber dan Iyer (2007) menunjukkan bahwa *client importance* berpengaruh terhadap *client identification*. Dengan kata lain, pentingnya klien dapat mempengaruhi seorang auditor untuk menjadi lebih tertarik sehingga secara tidak sengaja akan menjadi lebih melakukan identifikasi terhadap klien tersebut sedangkan penelitian yang dilakukan Ewing, Rohman, dan Handayani (2008) menunjukkan bahwa *client importance* tidak berpengaruh terhadap *client identification*.

Penelitian yang dilakukan oleh Bamber dan Iyer (2007) serta penelitian yang dilakukan oleh Ewing, Rohman, dan Handayani (2008) menunjukkan bahwa *client image* berpengaruh terhadap *client identification*. Kedua penelitian tersebut membuktikan bahwa dengan adanya identifikasi klien, hal ini dapat berkompromi dengan objektivitas auditor, sesuai dengan yang diprediksi oleh Teori Identitas Sosial.

Pada penelitian ini, penulis akan memberikan kasus yang menggambarkan sebuah kondisi mengenai seorang auditor yang dihadapkan dengan calon klien yang memiliki kesan dan kepentingan tertentu terhadap keputusan auditor untuk menyetujui keinginan klien. Penulis akan menggunakan mahasiswa sebagai subjek penelitian yaitu mahasiswa Magister Akuntansi.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Apakah *client image* dan *client importance* memiliki pengaruh terhadap *auditor's client acquiescence* melalui *client identification*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat diketahui tujuan penelitian yaitu untuk menguji dan menganalisis pengaruh *client image* dan *client importance* terhadap *auditor's client acquiescence* melalui *client identification*.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Akademik

Sebagai acuan atau pembanding bagi peneliti berikutnya yang akan meneliti topik sejenis mengenai pengaruh *client image* dan *client importance* terhadap *auditor's client acquiescence* melalui *client identification*.

2. Manfaat Praktik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi auditor eksternal, terutama bagi ketua tim audit, partner dan/atau pimpinan KAP dalam melaksanakan penugasan audit

dan mengevaluasi kebijakan yang ada bagi auditor yang bertugas melaksanakan tugasnya.

1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini dibagi menjadi 5 bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi penelitian terdahulu, landasan teori, pengembangan hipotesis, dan kerangka berpikir.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini berisi desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, dan pengukuran variabel, jenis data dan sumber data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, partisipan, dan teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran subjek penelitian, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan.

BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Bab ini berisi simpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran-saran yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya

