

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Teori keagenan mendeskripsikan relasi antara pihak-pihak yang saling berlawanan kepentingan, yaitu pemegang saham (prinsipal) dan manajemen (agen). Relasi keagenan berprinsip ada suatu perjanjian antara pemegang saham (prinsipal) yang mempekerjakan agen guna melakukan tugas atas perintah dari prinsipal, serta mendelegasikan wewenangnya agar agen dapat mengambil keputusan dalam menjalankan perusahaan. Berdasarkan teori agensi tersebut, manajemen bertanggung jawab atas perusahaan yang dikelolanya, sehingga pada akhir periode wajib membuat laporan keuangan. Laporan keuangan tersebut menunjukkan keadaan keuangan perusahaan yang sebenarnya. Pemegang saham menggunakan laporan keuangan untuk mengambil keputusan apakah akan membeli, menahan, ataukah menjual saham perusahaan. Sedangkan, manajemen memakai laporan keuangan untuk mengambil langkah strategik dan membuat kebijakan baru sehubungan dengan perusahaan yang dikelolanya. Antara pihak pemegang saham (prinsipal) dan manajemen perusahaan (agen) tentunya memiliki keinginan untuk mengoptimalkan kepentingan mereka masing-masing. Oleh karena itu, sangat dibutuhkan adanya seorang independen yang dapat menengahi kepentingan pihak pemegang saham dan manajer, yaitu auditor (Saputra dan Kustina, 2018). Auditor independen akan menilai laporan keuangan yang telah dihasilkan oleh manajemen perusahaan. Hasil penilaian tersebut berfungsi untuk membuktikan apakah laporan keuangan mampu menunjukkan keadaan keuangan perusahaan sesuai realitasnya atau tidak, agar pemegang saham dan pihak lain yang turut dalam menggunakan laporan mampu memilih keputusan secara benar (Astari dan Latrini, 2017).

Auditor independen berfungsi mengeluarkan opini atas kewajaran lima komponen laporan keuangan perusahaan, yaitu neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan. Opini

auditor independen yang akan mencerminkan apakah keadaan keuangan perusahaan dalam kondisi baik atau buruk (Yanti dan Dwirandra, 2019). Laporan keuangan perlu diaudit oleh auditor dengan tujuan mendapatkan kepercayaan jika keseluruhan laporan keuangan telah terhindar dari salah saji material, baik yang diakibatkan karena kesengajaan ataupun ketidaksengajaan (SA 240, 05). Oleh karena itu, penting bagi pemegang saham dan pihak berkepentingan lainnya untuk memilih mengalokasikan modal, memberi pinjaman, dan memanfaatkan sumber daya lainnya secara benar melalui opini yang disediakan oleh auditor. Menurut SPAP (2016) opini didefinisikan sebagai tanggapan yang dikeluarkan oleh auditor sehubungan dengan penilaian kewajaran atas laporan keuangan. Jenis-jenis opini audit dibagi menjadi lima macam berdasarkan SPAP (Standar Profesional Akuntan Publik), yaitu *unqualified opinion*, *unqualified opinion with modified paragraph*, *qualified opinion*, *adverse opinion*, dan *disclaimer opinion*. Selain kelima jenis opini audit tersebut, terdapat juga opini *going concern*. Menurut ISA 570, opini ini bukan jenis baru, melainkan pengembangan dari jenis-jenis opini audit yang telah ada. Opini *going concern* termasuk dalam jenis *unqualified opinion with modified paragraph*, *qualified opinion*, *adverse opinion*, dan *disclaimer opinion*.

International Standards Auditing (ISA) paragraph 12 bagian 570 menjelaskan jika auditor memiliki tugas melakukan penilaian apakah ada kecurigaan signifikan pada kapasitas entitas untuk terus melanjutkan kegiatan bisnisnya (*going concern*) selama jangka waktu kurang dari satu tahun sejak tanggal laporan audit. *Going concern* mengasumsikan bahwa suatu entitas dikatakan dapat terus menjalankan usaha operasionalnya untuk periode yang lama dan tidak bermaksud dilikuidasi dalam periode singkat. Menurut Astari dan Latrini (2017) opini *going concern* diberikan oleh auditor dengan tujuan mengevaluasi terdapatnya kecurigaan mengenai kapasitas suatu entitas dalam melanjutkan kegiatan bisnisnya. Entitas cenderung memperoleh opini *going concern* jika saat proses audit maupun proses atestasi lainnya, auditor menemukan kondisi atau peristiwa yang dapat mengganggu keberlanjutan kegiatan bisnis perusahaan. Opini *going concern* berfungsi memberikan informasi yang

bermanfaat bagi publik maupun pemegang saham dalam menilai kondisi keuangan perusahaan. Opini *going concern* dapat mempengaruhi keputusan pihak berkepentingan sebab opini tersebut mengungkapkan informasi baru suatu entitas. Perolehan opini *going concern* oleh perusahaan disinyalir sebagai pertanda buruk bagi para pemegang saham (Menon dan Williams, 2010).

Perolehan opini *going concern* pastinya mengakibatkan perusahaan kesusahan mendapatkan kepercayaan dari pemegang saham. Hilangnya kepercayaan pemegang saham kepada perusahaan merupakan langkah awal dalam menghadapi kebangkrutan. Selain itu, tentunya semakin membahayakan keberlanjutan kegiatan bisnis perusahaan dimasa depan. Dengan demikian menurut Yanti dan Dwirandra (2019), manajemen perusahaan mempunyai dua alternatif. Pertama, manajemen mengancam auditor dengan memberi peringatan akan melakukan pergantian auditor. Kedua, manajemen berganti ke auditor lain sebagai antisipasi agar perusahaannya tidak lagi memperoleh opini *going concern* pada periode selanjutnya. Tindakan manajemen untuk mempengaruhi keputusan auditor atau berganti ke auditor lain sehingga mampu memberikan *unqualified opinion* ini disebut dengan istilah *opinion shopping*.

Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 2015 pasal 11 (1) hanya membatasi audit *tenure* maksimal selama lima tahun buku berturut-turut. Menurut Krissindiastuti dan Rasmini (2016) audit *tenure* didefinisikan sebagai jumlah periode waktu perjanjian kontrak antara auditor dengan perusahaan. Oleh sebab terdapatnya keharusan untuk melakukan rotasi tersebut, maka mendorong perusahaan berganti ke auditor baru. Namun *opinion shopping* umumnya dipraktikkan bukan karena adanya regulasi perubahan auditor yang berlaku, melainkan disebabkan oleh berbagai faktor lain yang memotivasi manajemen untuk berganti auditor. Manajemen melakukan *opinion shopping* karena adanya *moral hazard*. *Moral hazard* terjadi ketika manajemen perusahaan melakukan suatu tindakan yang tidak seluruhnya diketahui oleh pemegang saham (Cahyadi dan Noviari, 2018). Harapan perusahaan adalah menerima *unqualified opinion* setelah memberikan ancaman atau berpindah ke auditor lain (*auditor switching*). Bukti empiris menunjukkan lebih sering manajemen mempengaruhi keputusan

auditor atau berpindah ke auditor lain, maka kemungkinan perusahaan mendapatkan opini *going concern* juga lebih rendah. Hasil penelitian tersebut didukung oleh Saputra dan Kustina (2018), Kusumayanti dan Widhiyani (2017). Penelitian tersebut membuktikan bahwa *opinion shopping* memiliki pengaruh negatif terhadap opini *going concern*. Sebaliknya, Krissindiastuti dan Rasmini (2016) membuktikan bahwa *opinion shopping* memiliki pengaruh positif terhadap opini *going concern*. Sedangkan penelitian oleh Yanti dan Dwirandra (2019) menyatakan *opinion shopping* tidak memiliki pengaruh terhadap opini *going concern*. Oleh karena hasil penelitian sebelumnya masih belum konsisten, maka penelitian ini bermaksud untuk menguji kembali pengaruh *opinion shopping* terhadap opini *going concern*.

Opinion shopping merupakan salah satu bentuk moral *hazard* manajemen untuk menghindari opini *going concern*. Moral *hazard* manajemen tersebut mungkin cocok diterapkan dalam situasi tertentu. Namun, seringkali tidak semua cara-cara yang diterapkan manajemen dapat berjalan secara efektif untuk situasi yang berbeda. Oleh karena itu, manajemen ditantang harus mampu memvariasi teknik yang dirancangnya. Salah satu pendekatan paling umum yang dapat digunakan oleh manajemen yaitu dengan pendekatan kontinjensi. Pendekatan kontinjensi bermula dari keinginan para peneliti, manajer dan konsultan yang mencoba mengaplikasikan berbagai prinsip-prinsip manajemen yang telah dikembangkan pada kondisi kehidupan realitas. Seringkali mereka menghadapi cara-cara tersebut berjalan secara tepat untuk suatu keadaan namun tidak sesuai jika diterapkan ke keadaan yang lain. Menurut pendekatan ini, tugas manajemen adalah mengidentifikasi teknik mana, pada situasi tertentu, dibawah keadaan tertentu, dan pada waktu tertentu akan membantu pencapaian tujuan manajemen. Perbedaan kondisi dan situasi membutuhkan aplikasi teknik manajemen yang berbeda pula, karena tidak ada teknik, prinsip, dan konsep universal yang dapat diterapkan dalam segala kondisi (Wahjono, 2008:34).

Berkaitan dengan pendekatan kontinjensi tersebut, maka secara otomatis moral *hazard* manajemen untuk mempraktikkan *opinion shopping* agar jangan sampai mendapatkan opini *going concern* juga menghasilkan pengaruh yang

berbeda dalam situasi bervariasi. Oleh sebab itu, peneliti menambahkan kondisi *financial distress* sebagai faktor yang dapat mempengaruhi *opinion shopping*. Saat perusahaan dalam kondisi *financial distress*, maka manajemen lebih cenderung melakukan *opinion shopping* karena manajemen akan semakin berusaha untuk menghindari opini *going concern*. Perusahaan pada kondisi *financial distress* mempunyai peluang memperoleh opini *going concern* semakin besar. Sebab, *financial distress* dapat mengurangi atau menghilangkan kepercayaan pemegang saham terhadap perusahaan. Akibatnya pemegang saham akan menarik modal kembali atau tidak jadi menanamkan modal mereka pada perusahaan tersebut, serta bila dalam jangka panjang perusahaan akan mengalami kebangkrutan, maka tentunya manajemen yang akan disalahkan. Dengan demikian, *financial distress* dapat memperkuat pengaruh hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern*. *Financial distress* adalah suatu keadaan dimana perusahaan sedang dalam kondisi kesulitan keuangan sebelum terjadinya likuidasi atau kebangkrutan (Listantri dan Mudjiyanti, 2016). Kurnia dan Mella (2018), Qolillah, Halim dan Wulandari (2016) menemukan bahwa *financial distress* memiliki pengaruh positif terhadap opini *going concern*. Ini berarti bahwa kondisi *financial distress* akan meningkatkan peluang perusahaan menerima opini *going concern*. Namun, hasil penelitian Saputra dan Kustina (2018), Yuliyani dan Erawati (2017) membuktikan bahwa *financial distress* memiliki pengaruh negatif terhadap opini *going concern*. Ini berarti *financial distress* akan mengurangi peluang perusahaan memperoleh opini *going concern*. Sedangkan penelitian Yanti dan Dwirandra (2019), Listantri dan Mudjiyanti (2016), Wibisono dan Purwanto (2015) membuktikan *financial distress* tidak memiliki pengaruh terhadap opini *going concern*. Itu berarti bahwa *financial distress* yang dialami perusahaan tidak akan mempengaruhi perusahaan dalam menerima opini *going concern*. Oleh karena hasil penelitian sebelumnya masih belum konsisten, maka penelitian ini bermaksud untuk menguji kembali pengaruh *financial distress*. Namun sebagai unsur kebaruan, *financial distress* dibagi menjadi dua yaitu kondisi *non-financial distress* dan *financial distress*. Dua kondisi tersebut yang dapat mempengaruhi hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern*. Selain itu,

penelitian ini juga menguji apakah *financial distress* dapat memperkuat pengaruh hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern*.

Faktor lain yang juga mempengaruhi keputusan auditor dalam menerbitkan opini *going concern* adalah ukuran perusahaan (*Company Size*). *Company size* merupakan suatu ukuran yang dapat menggolongkan perusahaan sebagai besar atau kecil berdasarkan macam-macam metode, yaitu total aset, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain (Qolillah, Halim dan Wulandari, 2016). Penerimaan opini *going concern* lebih sering terjadi pada perusahaan kecil dengan alasan auditor meyakini bahwa perusahaan besar akan lebih mampu mengatasi permasalahan keuangannya daripada kesusahan keuangan yang terjadi pada perusahaan kecil. Perusahaan besar cenderung lebih sehat dan stabil daripada perusahaan kecil. Kualitas kerja manajemen pada perusahaan besar tentunya akan lebih baik dibanding pada perusahaan kecil. Oleh karena itu, agar terhindar dari penerimaan opini *going concern*, moral *hazard* manajemen mempraktikkan *opinion shopping* pada perusahaan kecil semakin tinggi dibanding pada perusahaan besar. Dengan demikian, perusahaan kecil dapat memperkuat hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern*. Hasil penelitian terdahulu oleh Santoso dan Triani (2018) membuktikan bahwa *company size* memiliki pengaruh negatif terhadap opini *going concern*. Pengaruh negatif memiliki arti bahwa semakin kecil ukuran perusahaan, maka lebih besar probabilitas perusahaan akan memperoleh opini *going concern*. Sedangkan, penelitian Qolillah, Halim dan Wulandari (2016) menyatakan bahwa *company size* memiliki pengaruh positif terhadap opini *going concern*. Pengaruh positif mengartikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka lebih besar pula peluang perusahaan akan memperoleh opini *going concern*. Namun, penelitian dari Kurnia dan Mella (2018), Krissindiastuti dan Rasmini (2016), Listantri dan Mudjiyanti (2016), Wibisono dan Purwanto (2015) membuktikan *company size* tidak memiliki pengaruh terhadap opini *going concern*. Itu mengartikan bahwa seberapa besar atau kecilnya ukuran perusahaan, tidak dapat mempengaruhi perusahaan dalam memperoleh opini *going concern*. Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang masih belum konsisten, sehingga penelitian ini

bermaksud untuk menguji kembali pengaruh *company size*. Namun sebagai unsur kebaruan, *company size* dibagi menjadi dua yaitu perusahaan besar dan kecil. Dua ukuran tersebut yang dapat mempengaruhi hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern*. Selain itu, penelitian ini juga menguji apakah perusahaan kecil dapat memperkuat pengaruh hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern*.

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang masih tidak konklusif, sehingga memotivasi dibentuknya model penelitian ini. Penelitian ini mempunyai perbaikan model dengan membagi kondisi perusahaan menjadi dua, yaitu perusahaan dalam kondisi *non-financial distress* dan *financial distress*. Dua kondisi tersebut yang dapat mempengaruhi hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern* membuat model penelitian ini berbeda dari penelitian terdahulu. Selain itu, penelitian ini juga menguji apakah *financial distress* dapat memperkuat pengaruh hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern*. Perbedaan lainnya yaitu membagi *company size* menjadi perusahaan besar dan kecil. Dua ukuran tersebut juga mempengaruhi hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern*. Selain itu, penelitian ini juga menguji apakah perusahaan kecil dapat memperkuat pengaruh hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern*. *Company size* dalam penelitian ini tidak hanya bertindak sebagai faktor kontinjensi yang dapat mempengaruhi hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern*, melainkan juga ditambahkan sebagai variabel kontrol agar hasil analisis menghasilkan model yang lebih fit dengan data. Variabel objek yang dipilih untuk diteliti adalah entitas dalam bidang manufaktur yang ter-*listing* di BEI periode 2013-2017. Perusahaan manufaktur dipilih karena merupakan sektor yang paling berkaitan dengan teori keagenan, sektor yang paling diminati oleh pemegang saham, dan jumlahnya cukup banyak terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu sebesar dua puluh tujuh persen dari keseluruhan sektor. Periode yang digunakan dalam penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu. Periode penelitian ini dari tahun 2013-2017 untuk tujuan pembaruan dari penelitian-penelitian sebelumnya.

1.2. Perumusan Masalah

Sesuai latar belakang di atas, maka masalah dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah ketika perusahaan dalam kondisi *non-financial distress*, *opinion shopping* memiliki pengaruh terhadap opini *going concern* pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2013-2017?
- b. Apakah ketika perusahaan dalam kondisi *financial distress*, *opinion shopping* memiliki pengaruh terhadap opini *going concern* pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2013-2017?
- c. Apakah *financial distress* dapat memperkuat pengaruh hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern* pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2013-2017?
- d. Apakah pada perusahaan besar, *opinion shopping* memiliki pengaruh terhadap opini *going concern* pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2013-2017?
- e. Apakah pada perusahaan kecil, *opinion shopping* memiliki pengaruh terhadap opini *going concern* pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2013-2017?
- f. Apakah perusahaan kecil dapat memperkuat pengaruh hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern* pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2013-2017?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini pada umumnya berfungsi sebagai pembuktian secara empiris pengaruh *opinion shopping* terhadap opini *going concern* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2017, baik ketika perusahaan dalam kondisi *non-financial distress* dan *financial distress*, maupun dalam ukuran besar atau kecil. Selain itu, penelitian ini juga menguji apakah *financial distress* dan perusahaan kecil dapat memperkuat pengaruh hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern*.

1.4. Manfaat Penelitian

Harapan dari peneliti adalah memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat akademis

Penelitian ini dimaksudkan memberi hasil untuk menyumbangkan kontribusi melalui perombakan model penelitian yang dilakukan, yaitu menjelaskan pengaruh *opinion shopping* terhadap opini *going concern* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2017, baik ketika perusahaan dalam kondisi *non-financial distress* dan *financial distress*, maupun dalam ukuran besar atau kecil. Selain itu, penelitian ini juga menguji apakah *financial distress* dan perusahaan kecil dapat memperkuat pengaruh hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern*. Penelitian ini dimaksudkan bermanfaat sebagai pedoman untuk mengembangkan penelitian berikutnya.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini berkeinginan memberikan hasil yang bermanfaat bagi auditor, pemerintah, manajemen perusahaan, analis laporan keuangan, pemegang saham sebagai pencegahan sekaligus pemecahan masalah mengenai bagaimana moral *hazard* manajemen melakukan *opinion shopping* untuk dapat terhindar dari perolehan opini *going concern* pada perusahaan yang sedang dalam keadaan *non-financial distress* dan *financial distress*, maupun dalam ukuran besar atau kecil, serta untuk mengetahui apakah *financial distress* dan perusahaan kecil dapat memperkuat pengaruh hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern*. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan berguna memberikan informasi kepada manajemen perusahaan dalam memilih alternatif keputusan sehingga mampu menerapkan langkah strategik dengan mengoperasionalkan perusahaan secara efisien guna memastikan keberlanjutan kegiatan bisnis perusahaan agar tidak sampai menerima opini *going concern* tanpa melakukan manipulasi dengan *opinion shopping*.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Skripsi ini dibuat secara menyeluruh dengan membaginya menjadi lima bab. Perincian ide pokok yang dijabarkan pada tiap-tiap bab adalah sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini dibagi menjadi beberapa subbab yaitu latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang mendasari penelitian, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model penelitian.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari desain penelitian, identifikasi, definisi operasional dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik penyampelan, serta teknik analisis data.

BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini mendeskripsikan gambaran umum objek penelitian, penjelasan data, hasil analisis data, beserta kesimpulan atas hasil analisis.

BAB 5 : SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Bab ini menjelaskan simpulan yang diperoleh dari analisis dan pembahasan, keterbatasan penelitian, serta saran-saran yang bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.