

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Lingkungan bisnis yang terjadi pada sektor jasa dalam era globalisasi ini menunjukkan adanya suatu perkembangan yang sangat pesat, seiring dengan berkembangnya teknologi informasi yang terjadi. Industri sektor ini sangat dirasakan kemajuannya didalam perekonomian suatu Negara termasuk Negara Indonesia. Menurut Koepp, seperti yang dikutip oleh Cronin dan Taylor (1992) dalam Muhammad I (2000) mengatakan bahwa industri di sektor jasa akan secara berkelanjutan meningkat. (Koepp dalam Muhammad I., 2000) memberikan suatu ramalan bahwa peningkatan pada sektor jasa, dapat mencapai hingga batas yang dapat menjadi dominan pada perekonomian suatu negara.

Pengaruh-pengaruh kekuatan perekonomian pada bisnis dan pengaruh-pengaruh bisnis pada perekonomian adalah dinamis, dan tentu saja terkadang mudah berubah. Hal ini juga tidak luput dari faktor-faktor produksi yang ada dalam suatu Negara yang dapat digunakan dalam bisnis untuk menghasilkan suatu barang dan jasa. Dengan perekonomian pasar akan tercipta suatu mekanisme bagi pertukaran barang dan jasa tertentu antara pengguna dan penjual. Berbagai kebijakan pemerintah melalui langkah deregulasi dan debirokratisasi misalnya, telah memacu partisipasi sektor swasta dalam pembangunan dan menyebabkan iklim usaha di Indonesia semakin kompetitif. Akibatnya berbagai perusahaan baik

produknya untuk dapat memenangkan persaingan begitu juga pelanggan semakin bebas untuk memilih produk atau jasa yang disukainya. Dengan ramalan bahwa akan terjadi peningkatan pada sektor jasa yang akan sangat dominan yang berperan besar dalam perekonomian, kemungkinan peningkatan tersebut akan terfokus pada masalah-masalah seperti kualitas jasa (Parasuraman et.al, 1994 ; Hingging, and Ferguson, 1991 ; Sutton, 1993 ; Taylor and Baker, 1994 ; Teas, 1994 ; dan Grant et.al. , 1996) dalam Muhammad I (2000) strategi dan pemasaran produk-produk jasa (Parasuraman et.al, 1985 ; Hiltner et.al. , 1995 ; Panitz, 1995 ; dan Brozovsky and Mautz, 1996), serta masalah kepuasan konsumen pengguna jasa (Crane, 1991 ; Anderson et.al. , 1994 ; dan Behn et.al. , 1997) dalam Muhammad I (2000). Dengan adanya perubahan dan tantangan perekonomian dunia terutama dengan dicanangkannya sistem perdagangan bebas, persaingan usaha akan dirasakan semakin ketat. Dengan mekanisme pasar perusahaan-perusahaan dan pabrik-pabrik dapat berkembang tetapi dengan semakin berkembangnya pabrik-pabrik atau perusahaan, kemampuan para pengusaha dalam pengawasan akan semakin lemah.

Dengan semakin globalisasinya ekonomi menuntut banyak perusahaan semakin kompetitif dalam memenangkan persaingan. Tidak menutup kemungkinan dengan berjalannya persaingan globalisasi banyak manajemen perusahaan yang membutuhkan pelayanan jasa untuk mengaudit laporan keuangannya, informasi keuangan dibutuhkan perusahaan dalam merumuskan berbagai keputusan dalam memecahkan segala permasalahan yang dihadapi

manajer, maka informasi tersebut harus disusun dalam bentuk-bentuk yang sesuai dengan SAK. KAP, merupakan salah satu dari banyak organisasi bisnis yang bergerak disektor jasa.

Dalam era globalisasi juga tidak menutup kemungkinan terjadi persaingan bisnis yang sangat tajam Setiap KAP akan mengalami hal yang sama dengan organisasi bisnis lainnya yaitu tidak mampu menghindar dari kenyataan bahwa persaingan diantara mereka semakin tajam. Kemampuan menyediakan jasa audit yang berkualitas tinggi menjadi fokus penting yang harus diperhatikan KAP. Kehadiran tenaga asing yang memicu tajamnya persaingan di dalam pasar audit lokal, tidak membuat tenaga-tenaga akuntan lokal tergeser manakala kualitas jasa yang mereka sediakan tidak kalah dengan tenaga asing (Salamun, 1999) dalam Muhammad I (2000).

Umumnya, kualitas audit selalu ditinjau dari pihak auditor (Sutton, 1993). berkualitas atau tidak pelaksanaan audit selalu mengacu pada standar-standar yang ditetapkan, meliputi standar umum, standar pekerjaan lapangan, dan standar pelaporan (IAI – SPAP, 2001 ; 150.1). Pihak pengguna jasa audit selalu dilupakan. Sutton (1993) dalam Muhammad I (2000) menyatakan bahwa kualitas audit menjadi isu yang penting. Banyak para pengguna laporan akuntan mengkritik tentang kualitas pekerjaan akuntan. Peneliti lainnya, Grant et al (1996) dalam Muhammad I (2000) membuktikan bahwa banyak kelompok selain auditor yang menunjukkan ketertarikan mereka pada permasalahan kualitas audit.

Salah satu strategi KAP dalam mengupayakan keunggulannya didalam

disajikan, dan juga lebih terfokus pada kepuasan yang akan diterima oleh para pengguna jasa ( klien ). Mengingat bahwa dalam lingkungan persaingan, konsumen memainkan peran yang penting (Crane, 1991) dalam Muhammad I (2000). Kepuasan konsumen juga akan membawa manfaat ekonomis yang signifikan bagi organisasi bisnis (Anderson et al. , 1994) dalam Muhammad I (2000). Oleh karenanya, bisnis yang berorientasi kepada jasa (*service-oriented businesses*) mencapai dan menjaga kepuasan konsumen menuntut komitmen dari setiap pihak di organisasi (Pearce II dan Robinson Jr. , 1997 ; 4) dalam Muhammad I (2000).

Sehubungan dengan kepuasan konsumen, Crane (1991) dalam Muhammad I (2000) dalam penelitiannya menemukan bahwa, kepuasan yang diterima oleh konsumen dari pelayanan kelompok profesi, profesi akuntan menduduki peringkat kelima dari 6 kelompok profesi yang ditelitinya. Crane (1991) dalam Muhammad I (2000) memberi *ranking* pelayanan dari kelompok profesi berdasarkan tingkat kepuasan yang diterima konsumen secara berurutan adalah sebagai berikut : (1) apoteker, (2) dokter mata, (3) dokter gigi, (4) dokter umum, (5) akuntan, (6) pengacara, sehingga wajar jika KAP mulai mengorientasikan diri pada kepuasan konsumen (klien). Namun, walaupun untuk menciptakan kondisi *Client happy* menjadi fokus penting bagi KAP, tetapi secara jelas tidaklah dimaksudkan agar KAP dalam praktek-prakteknya bertindak sebagai *opinion shopping* (Mahmud, 1998 ; 189) dalam Muhammad I (2000) dan melakukan praktek-praktek yang etis demi kepuasan klien, mengingat bahwa kredibilitas adalah segalanya bagi akuntan

Atas dasar hal tersebut diatas, maka peneliti ingin menguji kembali “Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas audit yang dipersepsikan oleh klien”, yang penelitian ini pernah diteliti oleh Muhammad Ishak dalam penelitiannya hanya perusahaan-perusahaan yang sudah *go publik*. Dalam penelitian kali ini peneliti mengambil judul yang sama dengan Muhammad I (2000) yaitu : “**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENENTU KUALITAS AUDIT MENURUT PERSEPSI KLIEN**”. Dan dalam penelitian ini, peneliti memasukan perusahaan yang hanya terdapat di propinsi Banten yaitu perusahaan yang sudah terdaftar di BEJ dan yang belum terdaftar di BEJ.

#### **B. Batasan Masalah**

Lingkup permasalahan yang akan diteliti terbatas pada aspek faktor-faktor penentu kualitas audit seperti : pengalaman melakukan audit, pemahaman industri klien, responsif atas kebutuhan klien, taat pada standar umum audit, keterlibatan pimpinan KAP, keterlibatan komite audit. Yang semua faktor tersebut merupakan faktor pendukung kepuasan klien. Selain itu yang dijadikan responden dalam penelitian ini hanya manajer keuangan pada perusahaan yang terdapat di propinsi Banten.

#### **C. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pendapat dan hasil penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali atas masalah faktor-faktor yang menurut persepsi

Selain itu ingin melihat hubungan antara masing-masing faktor penentu kualitas audit dengan kepuasan klien.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris terhadap faktor-faktor yang dipersepsikan klien dapat menentukan kualitas audit dalam menyajikan laporan keuangan perusahaan Dan hubungan antara setiap faktor penentu kualitas audit dengan kepuasan klien

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### **1. Bagi Kantor Akuntan Publik**

Dapat memberikan masukan atau kontribusi kepada Kantor Akuntan Publik dalam memecahkan masalah di dalam pengambilan keputusan dan kebijakan strategi KAP. Selain itu juga sebagai masukan bagi auditor independen untuk lebih meningkatkan kualitas auditnya.

##### **2. Bagi IAI**

Sebagai masukan bagi Ikatan Akuntan Indonesia kompartemen Akuntan Publik dalam mengevaluasi standar dan kode etik pemeriksaan auditor independen

##### **3. Bagi peneliti**

Menambah wawasan dalam penerapan ilmu yang sudah diberikan dalam