

BAB III

METODA PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah KAP untuk wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, Solo dan Surabaya yang terdaftar di Direktori Institut Akuntan Publik yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntan Publik (IAI) pada tahun 2009. Subjek penelitian ini adalah seluruh auditor baik yang berpengalaman maupun tidak, dan bekerja pada KAP yang terdaftar di Direktori Institut Akuntan Publik wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, Solo, dan Surabaya.

B. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer dari auditor yang bekerja pada Kantor Akuntan Publik yang terdaftar pada Direktori Institut Akuntan Publik untuk wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, Solo, dan Surabaya. Kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan dan kasus yang berhubungan dengan variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan cara disampaikan langsung ke KAP yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta, Solo, dan Surabaya. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan untuk mendapatkan

informasi tentang *Auditor Tenure*, *Client Size*, *Client Image*, *Auditor Specialization*, *Auditor Experience*, *Profesional Identification*, *Firm Tenure*, *Client Identification* dan *Auditors Client Acquiescence*.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel dependen yaitu Tingkat persetujuan auditor (*Auditors Acquiescence*), lima variabel independen yaitu *Client Identification*, *Firm Tenure*, *Profesional Identification*, *Auditor Experience*, dan *Client Size* serta lima variabel atesenden yaitu *Client Size*, *Auditor Experience*, *Auditor Tenure*, *Client Image*, dan *Auditor Specialization*.

1. Tingkat Persetujuan Auditor (*Client Aquiescence*)

Auditor Client Aquiescence diartikan sebagai tingkat kemudahan auditor dalam menyetujui keinginan klien. Untuk mengukur variabel *Auditors Client Aquiescence* peneliti mengadaptasi satu kasus singkat dari riset tentang perilaku auditor dalam sebuah situasi audit yang penuh dengan konflik (Knapp, 1985; Tsui dan Gul, 1996 dalam Ewing, 2008). Responden mengindikasikan adanya kecenderungan bahwa mereka tidak menerima perlakuan sesuai dengan keinginan dari klien dengan memberikan nilai probabilitas yang terletak antara nilai satu (1) (cenderung sangat rendah) hingga nilai lima (5) (cenderung sangat tinggi). Artinya adalah bahwa semakin rendah skor yang

diperoleh mencerminkan semakin besar kecenderungan auditor akan menyetujui keinginan klien.

2. Identifikasi Klien

Identifikasi Klien diartikan sebagai tingkat dimana auditor semakin terbiasa atau familiar terhadap kliennya. Alat ukur untuk identifikasi klien berdasarkan pada skala identifikasi organisatoris (Mael dan Ashforth 1992; Wan-Higgins dkk, 1998 dalam Ewing dkk, 2008). Secara spesifik, responden berpikir bahwa mereka akan menjawab sejumlah pertanyaan yang berhubungan dengan masalah identifikasi terhadap klien. Pertanyaan ini dijawab dengan skala likert satu (1) (Sangat Tidak Setuju), dua (2) (Tidak Setuju), tiga (3) (Netral), empat (4) (Sangat Setuju), lima (5) (Sangat Setuju Sekali). Artinya adalah bahwa semakin besar skor yang diperoleh mencerminkan semakin besar identifikasi klien oleh auditor.

3. *Audit Firm Tenure.*

Audit firm tenure diartikan sebagai periode keterikatan antara KAP dengan klien. Untuk mengukur variabel periode keterikatan KAP dengan klien, responden mengindikasikan lamanya KAP mereka bekerja untuk klien dalam hitungan jumlah tahun.

4. Identifikasi Profesional (*Professional Identification*).

Identifikasi profesional yang dimiliki oleh auditor dipercaya dapat mengimbangi ancaman terhadap rusaknya obyektivitas ketika auditor melakukan identifikasi atas klien. Untuk mengukur variabel *Professional Identification* digunakan instrumen berdasarkan pada skala identifikasi organisatoris yang diadopsi dari penelitian (Mael dan Ashforth 1992; Wan-Higgins dkk, 1998 dalam Ewing dkk). Russo (1998) menggunakan teknik yang sama untuk mengukur identifikasi profesional yang dimiliki oleh seorang jurnalis. Pertanyaan ini dijawab dengan skala likert satu (1) (Sangat Tidak Setuju), dua (2) (Tidak Setuju), tiga (3) (Netral), empat (4) (Sangat Setuju), lima (5) (Sangat Setuju Sekali). Artinya adalah bahwa semakin besar skor yang diperoleh mencerminkan semakin besar identifikasi profesional auditor terhadap profesinya.

5. *Client Size*.

Variabel ukuran perusahaan diukur melalui log natural dari total aktiva klien. Karakteristik klien yang mempengaruhi persetujuan auditor untuk menerima perlakuan yang diinginkan oleh klien dapat dikelompokkan ke arah yang dapat mempengaruhi obyektivitas dari penilaian auditor. Hal ini untuk mengendalikan dorongan *financial* yang diberikan oleh klien agar auditor menyetujui posisi yang diinginkan oleh klien karena adanya ketergantungan ekonomis auditor terhadap klien

(Reynolds dan Francis, 2000 dalam Ewing dkk, 2008). Sesuai dengan Bamber dan Iyer (2005) dalam Ewing dkk (2008) proksi untuk *client size* yang digunakan adalah total aset.

6. *Auditor Experience.*

Pengalaman auditor (*auditor experience*) yaitu pengalaman auditor dibidang pengauditan. Weber dan Croker (1980) dalam Ewing dkk (2008) menunjukkan bahwa semakin banyak pengalaman seseorang, maka hasil pekerjaan akan semakin akurat. Responden mengindikasikan pengalaman mereka melalui instrumen pertanyaan mengenai pengalamannya. Pertanyaan ini dijawab dengan skala likert satu (1) (Sangat Tidak Setuju), dua (2) (Tidak Setuju), tiga (3) (Netral), empat (4) (Sangat Setuju), lima (5) (Sangat Setuju Sekali). Artinya adalah bahwa semakin besar skor yang diperoleh mencerminkan semakin besar *experience* atau pengalaman auditor.

7. *Auditor Tenure.*

Lamanya auditor berhubungan dengan klien berdasarkan lamanya perikatan yang terdapat pada kontrak. *Auditor tenure* diartikan sebagai periode keterikatan antara auditor dengan klien, yaitu lamanya auditor mengaudit pada perusahaan klien. Responden

8. *Client Image*.

Kesan atas klien disini maksudnya adalah kesan yang dirasakan auditor selama mengaudit klien. Kesan atas klien (*client image*) merupakan persepsi mengenai klien yang akan mempengaruhi identifikasi klien. Instrumen variabel *Client Image* terdiri dari tiga (3) *item* pertanyaan yang diadopsi dari skala *organization image* (Mael dan Ashforth, 1992; Iyer dkk, 1997 dalam Ewing dkk, 2008) untuk mengukur *image* dari klien dengan menggunakan skala likert yaitu satu (1) (Sangat Tidak Setuju), dua (2) (Tidak Setuju), tiga (3) (Netral), empat (4) (Sangat Setuju), lima (5) (Sangat Setuju Sekali). Artinya adalah bahwa semakin besar skor yang diperoleh mencerminkan semakin besar kesan atas klien.

9. Spesialisasi Auditor.

Auditor dikatakan spesialis apabila memiliki pengetahuan dan keahlian khusus dalam mengaudit jenis industri tertentu. Pengukuran terhadap spesialisasi menggunakan variabel *dummy* seperti yang digunakan oleh penelitian Craswell et.al (1995) dalam Mayang (2003) yaitu menggunakan variabel *dummy* yaitu (0) berarti tidak spesialisasi dan (1) berarti spesialisasi. Mayang (2003) menentukan auditor spesialisasi atau tidak dalam dua tahap. Pertama, sampel yang digunakan menggunakan industri yang minimal memiliki 30 perusahaan. Jika mengaudit lebih dari 15% dari total perusahaan yang ada dalam industri

tersebut berarti spesialisasi. Namun pengetahuan mengenai industri tertentu seharusnya bukan hanya datang dari berapa banyak industri sejenis yang diaudit klien, tetapi juga dari berapa kali auditor mengaudit perusahaan sejenis. Selain itu dengan kriteria diatas menemukan bahwa yang tergolong auditor spesialis hanya dari KAP big five. Hasil ini tidak sesuai dengan responden penelitian ini yaitu berasal dari Yogyakarta, Solo dan Surabaya, karena pada wilayah tersebut tidak terdapat KAP big five.

Sehingga peneliti memodifikasi ukuran tersebut. Spesialisasi disini adalah seberapa kali auditor mengaudit klien dengan kriteria industri yang sama. Sampel karakteristik industri klien di bagi menjadi jasa, perdagangan, bank/asuransi, manufaktur, dan BUMN. Karakteristik auditor yang spesialis diukur dengan dua tahap. Pertama, auditor telah mengaudit lebih dari lima (5) kali pada industri yang sama. Lima kali didapatkan dari pembulatan $15\% \times 30$ perusahaan, pada penentuan spesialis yang digunakan Mayang (2003). Kedua, jika jumlah auditor mengaudit di industri yang sama lebih dari 50% dari keseluruhan jumlah auditor mengaudit di industri yang berbeda berarti auditor tersebut

E. Metode Analisis Data

1. Statistik Deskriptif.

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dengan statistik deskriptif ini dapat dilihat gambaran secara umum dari data yang didapatkan agar data yang dikumpulkan menjadi mudah dipahami. Pada statistik ini akan ditampilkan tabel yang menggambarkan tanggapan responden atas variabel – variabel yang dirumuskan pada pertanyaan dalam kuesioner.

2. Uji Kualitas Data.

Kualitas data diuji dengan melakukan pengujian Validitas dan Reliabilitas. Uji validitas adalah konsep pengukuran yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Uji Validitas ini dilakukan dengan menggunakan evaluasi *measurment (outer)* model yaitu dengan menggunakan *convergent validity* (besarnya *loading factor* untuk masing – masing konstruk). *Convergent validity* dari *measurement* model dengan indikator refleksif dapat dilihat dari korelasi antara masing-masing skor indikator refleksif dapat dilihat dari korelasi antara masing-masing skor

indikator dengan skor konstraknya (Imam, 2005). Indikator individu dianggap valid jika *loading factor* nilainya $> 0,50$.

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *composite reliability* yang dihasilkan dengan perhitungan PLS untuk masing-masing konstruk. Nilai suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai *composite reliability* $> 0,70$ (Werts et. al dalam Ewing 2008).

3. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*).

Pengujian inner model atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel, nilai signifikan dan *R-square* untuk variabel dependen, *Stone-Geiser Q-Square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Semakin tinggi nilai *R-square* maka dapat dikatakan semakin baik persamaan strukturnya (Imam, 2005).

4. Pengujian Hipotesis.

Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Model (SEM)* dengan menggunakan *software Partial Least Square (PLS)*. PLS adalah model persamaan struktural SEM yang berbasis komponen atau varian (*variance*). Menurut Imam (2005) PLS merupakan Pendekatan Alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis covariance menjadi berbasis varian. PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* (Wold, 1985 dalam Imam, 2005) karena tidak

didasarkan pada banyak asumsi. Misalnya data tidak harus terdistribusi normal, sampel tidak harus besar, dan skala pengukuran dapat berupa nominal, ordinal, interval maupun rasio. Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, karena dasar teori pada penelitian ini tidak begitu kuat, maka sebaiknya menggunakan PLS. PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten.

Pengujian hipotesis yang diajukan, dapat dilihat dari besarnya t-statistik. Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Kriteria untuk menolak dan menerima hipotesis yang diajukan dapat dilihat dari perbandingan antara nilai t-hitung dan t-tabel. Jika nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel yaitu } \pm 1,671}$ (2 tailed) maka H_0 diterima