

**Pengaruh Ukuran Kap, *Opinion Shopping* Dan Opini Tahun Sebelumnya  
Terhadap Penerimaan Opini Audit  
*Going Concern*  
(Studi Pada Perusahaan Audit Di Kota Tangerang)**

Selfiyan  
[selfiyan.selfiyan@ubd.ac.id](mailto:selfiyan.selfiyan@ubd.ac.id)

Universitas Buddhi Dharma

**ABSTRAK**

Perusahaan yang mendapatkan opini *going concern* dari auditor di sebabkan oleh kondisi dan peristiwa yang menimbulkan keraguan akan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Opini audit *going concern* merupakan peringatan awal (*early warning*) bagi para pengguna laporan keuangan guna menghindari kesalahan pengambilan keputusan.

Penerimaan opini audit *going concern* dapat di pengaruhi oleh faktor ukuran kap, *opinion shopping* dan opini tahun sebelumnya. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh ukuran kap, *opinion shopping* dan opini tahun sebelumnya terhadap penerimaan opini audit *going concern* pada perusahaan audit di kota Tangerang.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu pimpinan perusahaan atau kepala keuangan (kepala *accounting*/manajer keuangan) di kota Tangerang, yang memiliki pengalaman minimal 2 tahun. Jumlah kuesioner yang dianalisis adalah 50 kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran kap dan *opinion shopping* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan opini audit *going concern*. Sedangkan opini tahun sebelumnya tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penerimaan opini audit *going concern*.

**Kata Kunci: Opini Audit *Going Concern*, Opini Tahun Sebelumnya, *Opinion Shopping* dan Ukuran KAP.**

## **The Effect Of Kap Size. Shopping Opinion And Previous Year Opinion On Acceptance Of Audit Opinion Going Concern (Study On Auditing Company In Tangerang City)**

### **ABSTRACT**

Companies that get a going concern opinion from the auditor are caused by conditions and events that raise doubts about the viability of a company. Going concern audit opinion is an early warning for users of financial statements in order to avoid decision-making errors.

Acceptance of going concern audit opinion can be influenced by factors of cap size, opinion shopping and opinion of the previous year. This study aims to analyze the effect of cap size, opinion shopping and the previous year's opinion on the acceptance of going concern audit opinions on audited companies in the city of Tangerang.

The sampling technique used in this research is purposive sampling, namely the head of the company or the head of finance (head of accounting/financial manager) in the city of Tangerang, who has a minimum of 2 years experience. The number of questionnaires analyzed were 50 questionnaires. The data analysis technique used in this research is multiple regression analysis.

Based on the results of this study, it shows that the size of the cap and opinion shopping has a positive and significant effect on the acceptance of going concern audit opinions. Meanwhile, the previous year's opinion had no positive and insignificant effect on the going concern audit opinion acceptance.

**Keywords: Going Concern Audit Opinion, KAP Size, Opinion Shopping and Previous Year's Opinion.**

## PENDAHULUAN

Banyaknya entitas bisnis yang banyak diwarnai dengan kasus manipulasi data keuangan yang dilakukan oleh perusahaan – perusahaan besar seperti Xerox, Enron, Worldcom, dan lain lain yang akhirnya mengalami kebangkrutan, telah menyebabkan profesi akuntan publik banyak mendapatkan kritikan dari masyarakat luas. Dengan banyaknya kerugian yang dialami sejumlah pihak tertentu akibat dari kasus tersebut pihak auditor dianggap ikut berperan besar dalam memberikan informasi yang keliru, sehingga baik pihak eksternal seperti pemegang saham maupun pihak internal merasa dirugikan. Dengan banyak terjadinya kasus seperti itu, maka *American Institute of Certified Public Accountants* (AICPA, 1988) mensyaratkan bahwa auditor harus mengemukakan secara eksplisit apakah perusahaan klien akan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya (*going concern*) sampai setahun kemudian setelah pelaporan.

Menurut (Mulyadi, 2016) Auditor adalah akuntan publik yang menyediakan jasa berupa auditing dengan tujuan untuk memeriksa laporan keuangan suatu perusahaan agar bebas dari kesalahan uji. Dengan demikian auditor merupakan pihak independen yang memiliki peranan penting untuk menjembatani antara perusahaan yang menyediakan laporan keuangan dengan pihak pemegang saham yang menggunakan laporan keuangan tersebut. Auditor memiliki kewajiban untuk mengeluarkan opini yang sebenarnya mengenai laporan keuangan dan juga seorang auditor bertanggung jawab terhadap opini yang akan diberikannya.

Ketika kondisi ekonomi merupakan sesuatu yang tidak pasti, para investor mengharapkan auditor memberikan *early warning* akan kegagalan keuangan perusahaan Chen dan Church,1996 dalam (Verdhiana & Latrini, 2016). Opini audit *going concern* merupakan opini yang dikeluarkan auditor untuk memastikan apakah perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya (SPAP, 2011). Auditor harus berhati-hati dalam memberikan opini *going concern* karena hal itu merupakan hal pertimbangan yang sangat penting bagi investor dalam pengambilan keputusan berinvestasi. Tetapi sebaliknya jika suatu perusahaan mendapatkan opini *non going concern* hal itu menjadi sinyal yang positif bagi investor yang menandakan bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang baik.

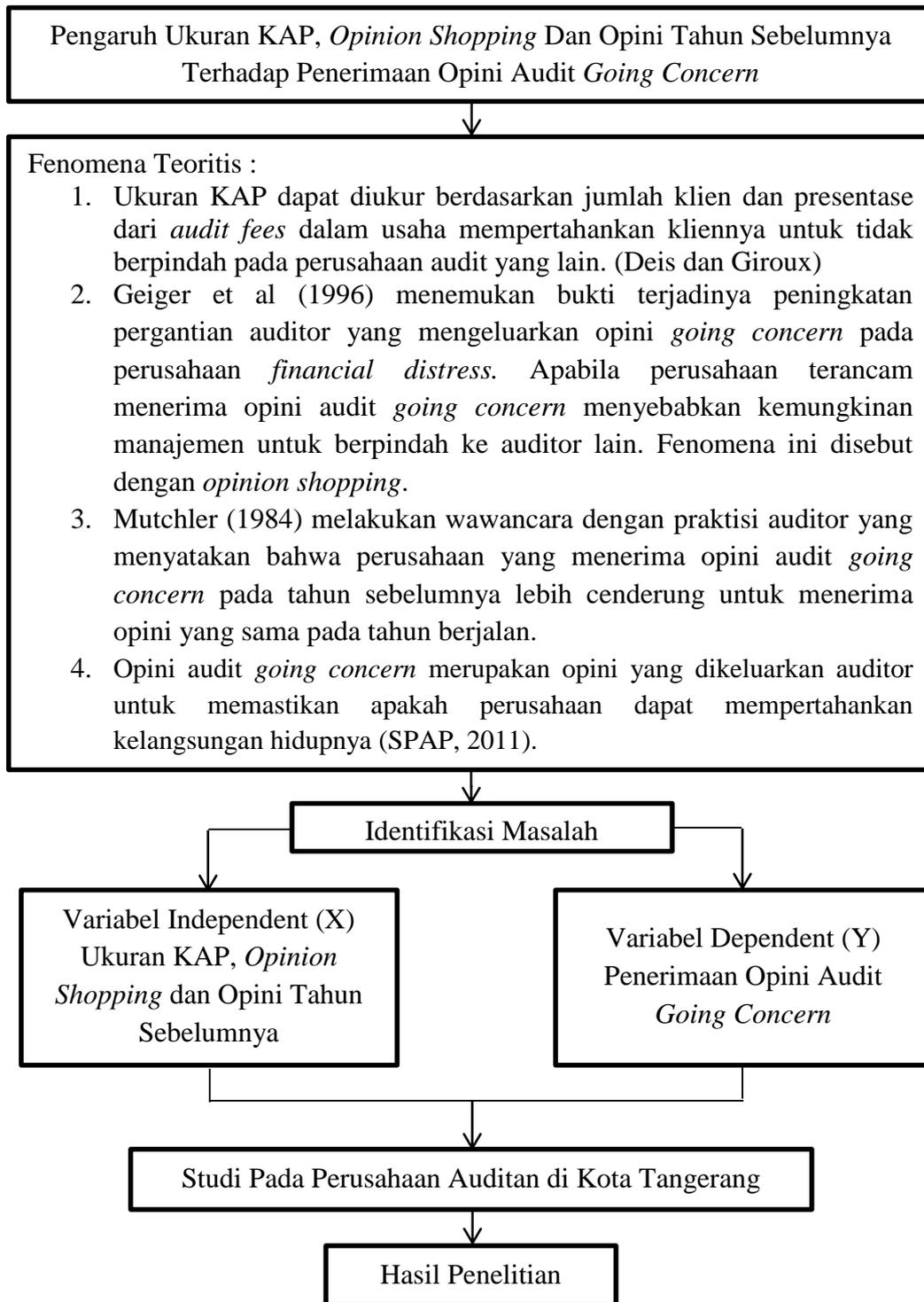
Maka dari itu auditor haruslah memiliki kualitas yang baik sehingga opini yang akan dikeluarkannya tidak akan merugikan pihak-pihak yang berkepentingan. Kualitas audit akan berpengaruh pada laporan audit yang dikeluarkannya. Terdapat 5 kategori pendapat menurut standar professional akuntan public (PSA 29 SA Seksi 508) (7) dalam (Himawan, 2015), pada pendapat wajar tanpa pengecualian, Bahasa penjelasan yang ditambahkan dalam laporan audit bentuk baku, pendapat wajar dengan pengecualian, pendapat tidak wajar, dan pernyataan tidak memberikan pendapat. De Angelo (1981) dalam Nasrullah Djamil (2012) menyatakan bahwa kualitas audit secara langsung berhubungan dengan ukuran dari perusahaan audit, dengan proksi untuk ukuran perusahaan audit adalah jumlah klien. Perusahaan audit yang besar memiliki jumlah klien yang lebih banyak. Dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa auditor skala besar juga lebih cenderung untuk mengungkapkan masalah-masalah yang ada karena mereka lebih kuat menghadapi resiko proses pengadilan. Hal tersebut memperlihatkan auditor skala besar memiliki kemungkinan atau dorongan yang lebih besar untuk memberikan opini *going concern* kliennya apabila terbukti klien memiliki masalah untuk melangsungkan usahanya dibandingkan dengan auditor skala kecil.

Mutchler (1985) dalam (Mutsanna & Sukirno, 2020) menyatakan bahwa auditor lebih sering mengeluarkan opini *going concern* pada perusahaan yang lebih kecil. Maka semakin besar perusahaan akan semakin kecil kemungkinan perusahaan menerima opini *going concern*. Opini *going concern* yang akan dikeluarkan auditor seringkali mendapatkan dampak

yang tidak diharapkan. Hal itu mendorong pihak manajemen perusahaan untuk mempengaruhi auditor dan menimbulkan konsekuensi negatif dalam pengeluaran opini *going concern*. Geiger et al (1996) dalam (Praptitorini & Januarti, 2011) menemukan bukti terjadinya peningkatan pergantian auditor yang mengeluarkan opini *going concern* pada perusahaan *financial distress*. Apabila perusahaan terancam menerima opini audit *going concern* menyebabkan kemungkinan manajemen untuk berpindah ke auditor lain. Fenomena ini disebut dengan *opinion shopping*. Lennox (2000) dalam (Dyah Praptitorini, Mirna Januarti, 2007) dalam penelitiannya berpendapat bahwa perusahaan yang mengganti auditor (*switching auditor*) menurunkan kemungkinan mendapatkan opini audit yang tidak diinginkan, daripada perusahaan yang tidak melakukan pergantian auditor. Perusahaan yang berhasil dalam *opinion shopping* melakukan pergantian auditor dengan harapan mendapat opini wajar tanpa pengecualian dari auditor baru.

Menurut Mutchler (1984) dalam (Dewayanto, 2011) melakukan wawancara dengan praktisi auditor yang menyatakan bahwa perusahaan yang menerima opini audit *going concern* pada tahun sebelumnya lebih cenderung untuk menerima opini yang sama pada tahun berjalan. Hal ini dapat dilihat jika perusahaan pada tahun sebelumnya mendapatkan opini *going concern* pada tahun sebelumnya maka akan semakin besar seorang auditor untuk menerbitkan kembali opini audit *going concern* pada tahun berikutnya.

## Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

## LANDASAN TEORI GOING CONCERN

Untuk mengetahui pengertian *going concern* lebih jelas, berikut ini akan dijelaskan definisi-definisi *going concern*, yaitu:

Menurut SPAP 2011 (PSA 30 Seksi 341.1) menyatakan bahwa *going concern* dipakai sebagai asumsi dalam pelaporan keuangan sepanjang tidak terbukti adanya informasi yang menunjukkan hal berlawanan. Biasanya, informasi yang secara signifikan dianggap berlawanan dengan asumsi kelangsungan hidup entitas adalah berhubungan dengan ketidakmampuan entitas dalam memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo tanpa melakukan penjualan sebagian besar aset kepada pihak luar melalui bisnis biasa, restrukturisasi utang, perbaikan operasi yang dipaksakan dari luar, dan kegiatan serupa yang lain.

Menurut (Marisi P, 2009) menyatakan bahwa “Asumsi *going concern* adalah suatu asumsi yang dipakai dalam menyusun laporan keuangan suatu entitas ekonomi. Asumsi ini mengharuskan entitas ekonomi secara operasional dan keuangan memiliki kemampuan mempertahankan kelangsungan hidupnya atau *going concern*.”

### UKURAN KAP

Kantor Akuntan Publik (KAP) adalah suatu bentuk organisasi akutan publik yang memperoleh izin sesuai dengan peraturan perundang - undangan yang berusaha dibidang pemberian jasa profesional dalam praktik akuntan publik.

Berdasarkan teori agensi yang mengasumsikan bahwa manusia itu selalu self-interest maka kehadiran pihak ketiga yang independen sebagai mediator pada hubungan antara principal dan agen sangat diperlukan, dalam hal ini adalah auditor independen. Investor akan lebih cenderung percaya pada data akuntansi yang dihasilkan dari kualitas audit yang tinggi.

Auditor bertanggung jawab untuk menyediakan informasi yang mempunyai kualitas tinggi yang akan berguna untuk pengambilan keputusan para pemakai laporan keuangan. Auditor yang mempunyai ukuran KAP yang besar lebih cenderung akan mengeluarkan opini audit *going concern* apabila klien terdapat masalah mengenai *going concern*.

KAP yang memiliki kualitas lebih tinggi cenderung akan mengeluarkan opini audit *going concern* apabila terdapat masalah *going concern* pada klien (Fajar & Linda, 2007). KAP *big four* dianggap lebih memiliki kemampuan dalam mengaudit lebih baik dari pada KAP *non big four*. Ketika Kantor Akuntan Publik mengklaim dirinya sebagai KAP bereputasi baik seperti *big four firms*, maka mereka berusaha keras untuk menjaga nama baik dan menghindari tindakan-tindakan yang mengganggu nama baik KAP tersebut (Fanny, 2005).

KAP *The big four* yang berafiliasi dengan KAP di Indonesia terdiri atas :

1. Ernst & Young berafiliasi dengan KAP Purwantono, Suherman dan Surja.
2. Deloitte Touche Tohmatsu berafiliasi dengan KAP Osman Bing Satrio & Eny.
3. KPMG berafiliasi dengan KAP Sidharta dan Widjaja.
4. Price Waterhouse Coopers berafiliasi dengan KAP Tanudiredja, Wibisana dan Rekan

Penelitian De Angelo (1981) dalam (Rahim, 2017) menyatakan bahwa auditor skala besar memiliki insentif yang lebih untuk menghindari kritikan kerusakan reputasi dibanding auditor skala kecil. Auditor skala besar juga lebih cenderung untuk mengungkapkan masalah-masalah yang ada karena mereka lebih kuat menghadapi risiko proses pengadilan. Argumen tersebut berarti bahwa auditor skala besar memiliki kemungkinan atau dorongan yang lebih untuk melaporkan masalah *going concern* kliennya apabila terbukti klien terdapat masalah untuk melangsungkan usahanya dibanding dengan auditor skala kecil.

Berdasarkan pernyataan diatas, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

**H1** : Ukuran KAP berpengaruh terhadap penerimaan opini audit *going concern*.

## **OPINION SHOPPING**

*Opinion shopping* didefinisikan oleh *security exchange commission* (SEC), sebagai 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 *going concern*. Auditee 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 mengalami suatu peningkatan dalam kepuasan klien. Kedua perikatan audit yang baru, ada ketidakpercayaan manajemen klien terhadap kualitas pelayanan yang disediakan dari KAP. Akibatnya, ada dorongan yang kuat dari KAP untuk memprioritaskan pelayanan klien dalam tahun-tahun pertama setelah memperoleh klien baru (Craswell, 1995). Klien baru mungkin mendapatkan perhatian khusus, dan mereka mungkin menikmati perspektif dan pandangan yang berbeda yang diberikan oleh auditor baru.

Berdasarkan pernyataan diatas, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

**H2** : *Opinion shopping* berpengaruh terhadap penerimaan opini audit *going concern*.

## **OPINI TAHUN SEBELUMNYA**

Menurut penelitian (Badingatus, 2007) menyatakan opini audit sebelumnya adalah opini audit yang diterima auditee pada tahun sebelumnya atau satu tahun sebelum tahun penelitian. Opini audit tahun sebelumnya ini dikelompokkan menjadi dua yaitu auditee dengan opini *going concern* (GCAO) dan tanpa *opini going concern* (NGCAO).

Auditee yang menerima opini audit *going concern* pada tahun sebelumnya akan dianggap memiliki masalah kelangsungan hidupnya, sehingga semakin besar kemungkinan bagi auditor untuk mengeluarkan opini audit *going concern* pada tahun berjalan. Dalam penelitian (Badingatus, 2007) dilakukan pengujian terhadap pengaruh ketersediaan informasi publik terhadap prediksi opini audit *going concern*, dengan menggunakan discriminant analysis yang memasukan tipe opini audit tahun sebelumnya mempunyai akurasi prediksi paling tinggi, yaitu 89,9%. Apabila tahun sebelumnya perusahaan mendapat opini audit *going concern*, maka tahun berikutnya kemungkinan auditor memberi opini audit *going concern* akan lebih besar.

Perusahaan dengan opini *going concern* akan semakin mengalami keterpurukan baik dari segi keuangan maupun eksistensinya di mata masyarakat. Opini yang diterima perusahaan akan berpengaruh terhadap opini audit yang akan diterima perusahaan pada periode berikutnya. Perusahaan yang menerima opini audit *going concern* pada tahun sebelumnya cenderung menerima opini audit *going concern* untuk periode selanjutnya. Penelitian ini didukung dengan penelitian Ramadhany (2004); Setyarno (2006); (Dyah Praptitorini, Mirna Januarti, 2007) yang berpengaruh positif signifikan antara opini audit *going concern* tahun sebelumnya dengan opini audit tahun berjalan. (Lestari Sibuea, 2010)

Berdasarkan pernyataan diatas, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

**H3** : Opini audit tahun sebelumnya berpengaruh terhadap penerimaan opini audit *going concern*.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh ukuran kap, *opinion shopping* dan opini tahun sebelumnya terhadap penerimaan opini audit *going concern*. Jenis dan sumber data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer yang di peroleh langsung dari hasil pengisian kuesioner yang peneliti sebarakan. Populasi yang digunakan dalam

penelitian ini adalah perusahaan auditan dikota Tangerang yang sudah diaudit oleh kantor akuntan publik dari berbagai jenis perusahaan dikota Tangerang.

Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling* atau biasa juga disebut dengan *judgement sampling* dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan dalam penelitian ini yaitu pimpinan perusahaan atau kepala keuangan (kepala *accounting*/manajer keuangan) di kota Tangerang, yang memiliki pengalaman minimal 2 tahun. Menurut (Sugiyono, 2012), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Maka peneliti mengambil sampel dalam penelitian ini adalah pimpinan perusahaan atau kepala keuangan (kepala *accounting*/manajer keuangan) perusahaan sebagai responden yang menjawab kuesioner penelitian ini.

## MODEL PENELITIAN

Hubungan antara variabel tidak terikat dengan variabel terikat ditulis dengan persamaan sebagai berikut :

$$GC = b_0 + b_1UK + b_2OS + b_3OTS + e$$

Dimana :

- GC : *Going Concern*  
 b<sub>0</sub> : Nilai Konstanta  
 b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> : Koefisiensi Regresi  
 UK : Ukuran KAP  
 OS : *Opinion Shopping*  
 OTS : Opini Tahun Sebelumnya  
 e : Tingkat Kesalahan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji Validitas dengan menggunakan bantuan dari *software* SPSS, dimana nilai validitas dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut valid (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini r tabel adalah  $N-2 = 50 - 2 = 48$  dengan taraf signifikan 5% maka r tabel untuk uji coba validitas dalam penelitian ini adalah 0,279. Hasil uji validitas variabel ukuran kap (X1), *opinion shopping* (X2), opini tahun sebelumnya (X3) dan penerimaan opini audit *going concern* (Y) diuraikan sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Uji Validitas Variabel Ukuran KAP**

INSTRUMEN VARIABEL	ITEM	R HITUNG	R TABEL	KET
UKURAN KAP	UK1	0,908	0,279	VALID
	UK2	0,627	0,279	VALID
	UK3	0,807	0,279	VALID
	UK4	0,895	0,279	VALID

Hasil uji validitas variabel ukuran KAP pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator dalam penelitian ini valid, dapat dilihat r hitung > r tabel yaitu UK1 sebesar  $0,908 > 0,279$ , UK2 sebesar  $0,627 > 0,279$ , UK3 sebesar  $0,807 > 0,279$  dan UK4 sebesar  $0,895 > 0,279$ .

**Tabel 2**  
**Uji Validitas Variabel *Opinion Shopping***

INSTRUMEN VARIABEL	ITEM	R HITUNG	R TABEL	KET
OPINION SHOPPING	OS1	0,878	0,279	VALID
	OS2	0,847	0,279	VALID
	OS3	0,819	0,279	VALID
	OS4	0,842	0,279	VALID

Hasil uji validitas variabel *Opinion Shopping* pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator dalam penelitian ini valid, dapat dilihat r hitung > r tabel yaitu OS1 sebesar  $0,878 > 0,279$ , OS2 sebesar  $0,847 > 0,279$ , OS3 sebesar  $0,819 > 0,279$  dan OS4 sebesar  $0,842 > 0,279$ .

**Tabel 3**  
**Uji Validitas Variabel Opini Tahun Sebelumnya**

INSTRUMEN VARIABEL	ITEM	R HITUNG	R TABEL	KET
OPINI TAHUN SEBELUMNYA	OTS1	0,896	0,279	VALID
	OTS2	0,899	0,279	VALID
	OTS3	0,904	0,279	VALID
	OTS4	0,890	0,279	VALID

Hasil uji validitas variabel Opini Tahun Sebelumnya pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator dalam penelitian ini valid, dapat dilihat r hitung > r tabel yaitu OTS1 sebesar  $0,896 > 0,279$ , OTS2 sebesar  $0,899 > 0,279$ , OTS3 sebesar  $0,904 > 0,279$  dan OTS4 sebesar  $0,890 > 0,279$ .

**Tabel 4**  
**Uji Validitas Variabel Penerimaan Opini Audit *Going Concern***

INSTRUMEN VARIABEL	ITEM	R HITUNG	R TABEL	KET
PENERIMAAN OPINI AUDIT GOING CONCERN	POA1	0,815	0,279	VALID
	POA2	0,832	0,279	VALID
	POA3	0,866	0,279	VALID

Hasil uji validitas variabel Penerimaan Opini Audit *Going Concern* pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator dalam penelitian ini valid, dapat dilihat r hitung > r tabel yaitu POA1 sebesar  $0,815 > 0,279$ , POA2 sebesar  $0,832 > 0,279$ , dan POA3 sebesar  $0,866 > 0,279$ .

### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel termasuk handal atau tidak. Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel maka dilakukan uji statistik dengan cara melihat *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ). Kriteria yang digunakan adalah suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $\alpha > 0,70$  (Ghozali, 2011).

**Tabel 5**  
**Uji Reliabilitas Variabel Penelitian**

VARIABEL	CRONBACH'S ALPHA	BATAS RELIABILITAS	KET
UKURAN KAP	0,830	0,70	RELIABEL
OPINION SHOPPING	0,863	0,70	RELIABEL
OPINI TAHUN SEBELUMNYA	0,918	0,70	RELIABEL
PENERIMAAN OPINI AUDIT GOING CONCERN	0,785	0,70	RELIABEL

Dari penyajian tabel diatas, maka seluruh variabel dinyatakan reliabel dimana hasil perhitungan uji reliabilitas menunjukkan *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70.

## UJI ASUMSI KLASIK

### Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan menggunakan uji statistik non-parametik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan melihat *Asymp. Sig. (2-tailed)* apakah lebih besar dari 0,05, jika lebih besar maka data terdistribusi normal (Ghozali,2011). Selain itu uji normalitas dapat dilihat dari grafik Histogram dan grafik Normal P-P Plot.

**Tabel 6**  
**Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	-0,000000
	Std. Deviation	1,38196114
	Absolute	,089
Most Extreme Differences	Positive	,050
	Negative	-,089
Kolmogorov-Smirnov Z		,628
Asymp. Sig. (2-tailed)		,826

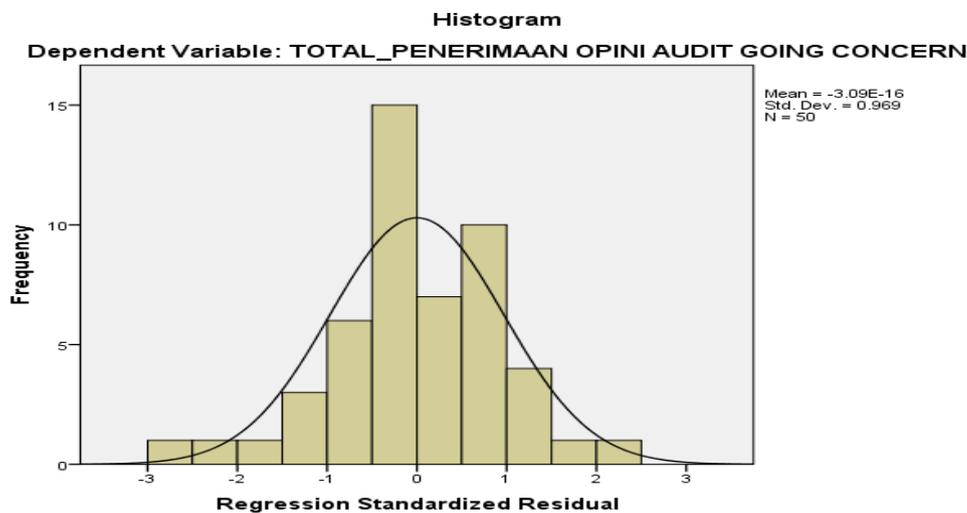
### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	-0.000000
	Std. Deviation	1.38196114
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.050
	Negative	-.089
Kolmogorov-Smirnov Z		.628
Asymp. Sig. (2-tailed)		.826

a. Test distribution is Normal.

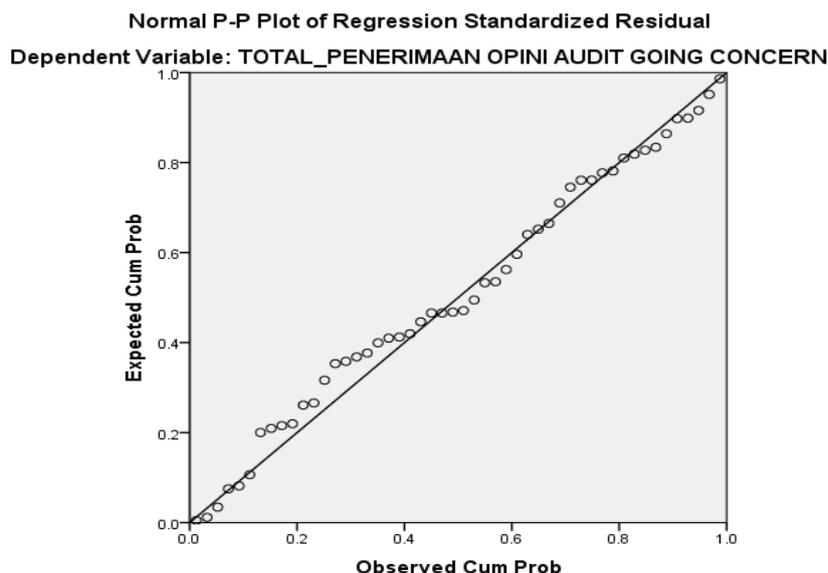
b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* penelitian ini sebesar 0,826. Alpha pada kasus penelitian ini sebesar 5% sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data dalam kasus penelitian ini terbukti normal. Dan juga dapat didukung dengan melihat grafik histogram dan grafik normal P-P Plots dibawah ini.



**Gambar 2**  
**Grafik Histogram**

Berdasarkan gambar diatas terlihat bahwa data menyebar ke seluruh daerah normal. Daerah normal itu sendiri adalah daerah yang berada dibawah kurva tersebut yang bentuknya seperti lonceng terbalik.



**Gambar 3**  
**Grafik Normal P-P Plot**

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa model regresi ini memenuhi asumsi normalitas yaitu dimana dapat dilihat dari titik – titik yang mengikuti arah garis diagonal. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali,2011).

**Uji Multikolonieritas**

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolonieritas dapat terlihat dari hasil *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) yang terdapat dalam tabel *Collinearity Statistic*. Standar tidak terjadi multikolonieritas dalam penelitian ini adalah nilai *Tolerance* diatas 0,1 dan VIF kurang dari 10.

**Tabel 7**  
**Uji Multikolonieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1.846	1.705		-1.083	.285		
1 TOTAL_UK	.452	.081	.628	5.573	.000	.598	1.673
TOTAL_OS	.336	.087	.339	3.853	.000	.982	1.019
TOTAL_OTS	.077	.089	.097	.864	.392	.607	1.649

a. Dependent Variable: TOTAL\_POA

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa nilai tolerance dari variabel ukuran kap sebesar 0,598 , *opinion shopping* sebesar 0,982 dan opini tahun sebelumnya sebesar 0,607 lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF dari variabel ukuran kap sebesar 1,673, *opinion shopping* sebesar 1,019 dan opini tahun sebelumnya sebesar 1,649 lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas.

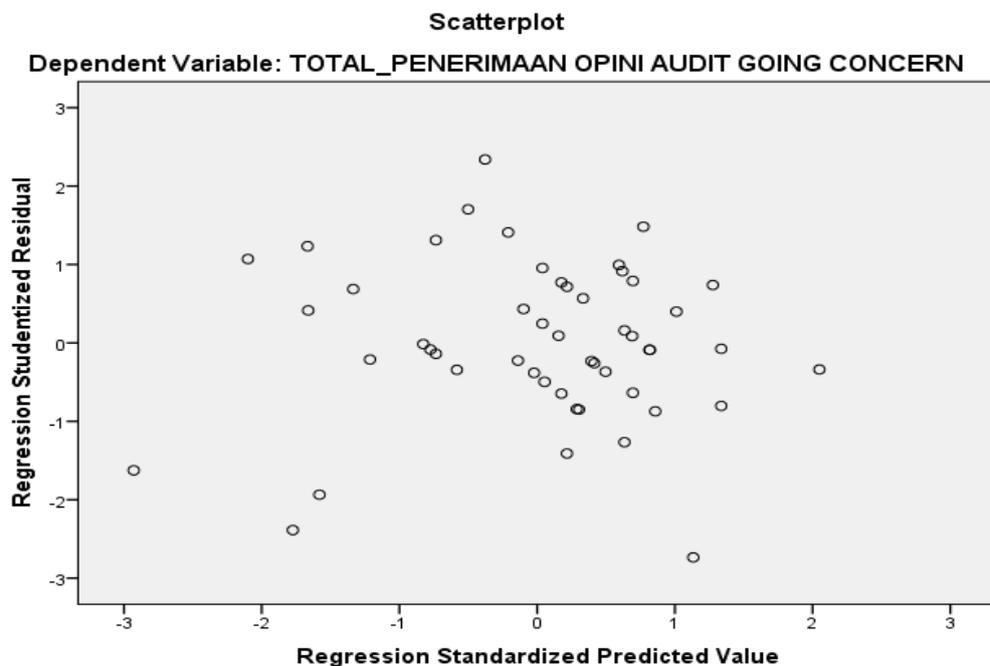
**Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser yang dapat dilihat dari nilai probabilitas signifikasinya atas tingkat kepercayaan 5% atau jika hasil uji signifikan Glejser ada yang dibawah 0,05 artinya terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Selain itu gejala heteroskedastisitas dapat dilihat dengan melihat grafik scatterplot.

**Tabel 8**  
**Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.749	1.049		2.620	.012
	TOTAL_UK	-.046	.050	-.169	-.915	.365
	TOTAL_OS	-.063	.054	-.170	-1.179	.244
	TOTAL_OTS	.000	.055	-.001	-.005	.996

a. Dependent Variable: ABS



**Gambar 4**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Dari hasil uji Glejser diatas menunjukkan bahwa nilai sig > alpha dengan alpha 0,05. Dengan demikian tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model ini dan didukung dengan

grafik scatterplot diatas terlihat titik – titik menyebar secara acak, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas pada model regresi ini.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda karena menggunakan satu variabel terikat yaitu penerimaan opini audit *going concern* dan tiga variabel bebas yaitu ukuran KAP, *Opinion Shopping* dan Opini Tahun Sebelumnya. Persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = -1.846 + 0.452 X1 + 0.336 X2 + 0.077 X3$$

Dimana:

Y = Penerimaan Opini Audit *Going Concern*

X1 = Ukuran KAP

X2 = *Opinion Shopping*

X3 = Opini Tahun Sebelumnya

- Persamaan regresi linier berganda tersebut memiliki nilai negatif pada konstanta yaitu -1.846, yang menyatakan bahwa apabila variabel bebas bernilai 0 (nol) maka penerimaan opini audit *going concern* akan bernilai negatif.
- Nilai besaran koefisien regresi X1 sebesar 0.452 pada penelitian ini mengandung arti bahwa variabel (X1) ukuran KAP berpengaruh positif terhadap penerimaan (Y) opini audit *going concern*. Hal ini menunjukkan bahwa ketika ukuran KAP mengalami peningkatan sebesar satu poin, penerimaan opini audit *going concern* juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.452 poin.
- Nilai besaran koefisien regresi X2 sebesar 0.336 pada penelitian ini mengandung arti bahwa variabel (X2) *opinion shopping* berpengaruh positif terhadap penerimaan (Y) opini audit *going concern*. Hal ini menunjukkan bahwa ketika *opinion shopping* mengalami peningkatan sebesar satu poin, penerimaan opini audit *going concern* juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.336 poin.
- Nilai besaran koefisien regresi X3 sebesar 0.077 pada penelitian ini mengandung arti bahwa variabel (X3) opini tahun sebelumnya berpengaruh positif terhadap penerimaan (Y) opini audit *going concern*. Hal ini menunjukkan bahwa ketika opini tahun sebelumnya mengalami peningkatan sebesar satu poin, penerimaan opini audit *going concern* juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.077 poin.

### UJI HIPOTESIS

#### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi data dapat diperoleh dari hasil *R-Square* dengan kontrol nilai dari *Adjusted R-Square*. Untuk kontrol data yang baik, nilai *Adjusted R-Square* diharuskan positif.

**Tabel 9**  
**Hasil Pengujian R Square**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 <sup>a</sup>	.651	.628	1.426

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_OTTS, TOTAL\_OS, TOTAL\_UK

b. Dependent Variable: TOTAL\_POA

Berdasarkan hasil penelitian ini, nilai *Adjusted R-square* sebesar 0,628 yang berarti variasi data yang ditimbulkan dari variabel ukuran kap, *opinion shopping* dan opini tahun sebelumnya terhadap variabel penerimaan opini audit going concern sebesar 62,8%. Sedangkan sisanya sebesar 37,2% berasal dari variabel-variabel lain diluar dari kasus ini. Kontrol data dalam penelitian ini juga dapat disimpulkan baik karena nilai *adjusted R-square* penelitian ini positif yaitu sebesar 0,628.

### Uji Statistik F

Uji statistik F merupakan pengujian untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas dalam model penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil dapat dilihat dari tabel ANOVA dengan standar pengaruh signifikan jika nilai signifikansi F lebih kecil dari alpha kasus penelitian.

**Tabel 10**  
**Uji Statistik F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	174.599	3	58.200	28.608	.000 <sup>b</sup>
	Residual	93.581	46	2.034		
	Total	268.180	49			

a. Dependent Variable: TOTAL\_POA

b. Predictors: (Constant), TOTAL\_OTTS, TOTAL\_OS, TOTAL\_UK

Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa F hitung sebesar 28,608 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil daripada tingkat signifikansi penelitian yaitu sebesar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel ukuran kap, *opinion shopping* dan opini tahun sebelumnya berpengaruh secara signifikan terhadap variabel penerimaan opini audit *going concern*.

### Uji Statistik t

Uji Statistik t merupakan pengujian untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil dapat dilihat dari tabel *Coefficients* dengan standar pengaruh signifikan jika nilai Signifikansi t lebih kecil dari alpha kasus penelitian.

**Tabel 11**  
**Uji statistik t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.846	1.705		-1.083	.285
	TOTAL_UK	.452	.081	.628	5.573	.000
	TOTAL_OS	.336	.087	.339	3.853	.000
	TOTAL_OTS	.077	.089	.097	.864	.392

a. Dependent Variable: TOTAL\_POA

Hipotesis pertama penelitian menyatakan bahwa ukuran kap berpengaruh positif terhadap penerimaan opini audit *going concern*. Berdasarkan *output spss* yang terdapat pada tabel 4.9 terlihat bahwa variabel ukuran kap memiliki t hitung sebesar 5,573 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran kap berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan opini audit *going concern*.

Hipotesis kedua penelitian menyatakan bahwa *opinion shopping* berpengaruh positif terhadap penerimaan opini audit *going concern*. Berdasarkan *output spss* yang terdapat pada tabel 4.9 terlihat bahwa variabel *opinion shopping* memiliki t hitung sebesar 3,853 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_2$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *opinion shopping* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan opini audit *going concern*.

Hipotesis ketiga penelitian menyatakan bahwa opini tahun sebelumnya berpengaruh positif terhadap penerimaan opini audit *going concern*. Berdasarkan *output spss* yang terdapat pada tabel 4.9 terlihat bahwa variabel opini tahun sebelumnya memiliki t hitung sebesar 0,864 nilai sig. sebesar  $0,392 > 0,05$  sehingga  $H_3$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa opini tahun sebelumnya tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penerimaan opini audit *going concern*.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Ukuran KAP Terhadap Penerimaan Opini Audit *Going Concern* ( $H_1$ )

Berdasarkan hasil olah data terhadap pernyataan yang telah di isi oleh responden menyatakan bahwa ukuran kap berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penerimaan opini audit *going concern*, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima. Hasil olah data diatas berhasil mendukung ( $H_1$ ) yang telah diajukan dalam penelitian ini. Hasil ini mendukung penelitian Nurul Emrinaldi dan Nur Azlina (2012) dan penelitian Syamsuri Rahim (2016) yang menyatakan bahwa ukuran kap berpengaruh terhadap penerimaan opini audit *going concern*. Hal ini bisa disebabkan karena auditan yang menjadi objek dalam penelitian ini mempercayai bahwa ukuran kap mempengaruhi penerimaan opini audit *going concern*.

### 2. Pengaruh *Opinion Shopping* Terhadap Penerimaan Opini Audit *Going Concern* ( $H_2$ )

Berdasarkan hasil olah data terhadap pernyataan yang telah di isi oleh responden menyatakan bahwa *opinion shopping* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penerimaan opini audit *going concern*, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua ( $H_2$ ) diterima. Hasil olah data diatas berhasil mendukung ( $H_2$ ) yang telah diajukan dalam penelitian ini. Hasil ini mendukung penelitian Mirna Dyah Praptitorini (2011) yang menyatakan bahwa *opinion shopping* berpengaruh terhadap

penerimaan opini audit *going concern*. Akan tetapi hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Totok Dewayanto (2011), penelitian Nurul Emrinaldi dan Nur Azlina (2012) dan penelitian Suprobo Ningtias N (2011) yang menyatakan bahwa *opinion shopping* tidak berpengaruh terhadap penerimaan opini audit *going concern*. Hal ini bisa disebabkan karena auditan yang menjadi objek dalam penelitian ini percaya apabila dengan melakukan pergantian auditor maka perusahaan akan mendapatkan opini *non going concern*.

3. Pengaruh Opini Tahun Sebelumnya Terhadap Penerimaan Opini Audit *Going Concern* (H<sub>3</sub>)

Berdasarkan hasil olah data terhadap pernyataan yang telah di isi oleh responden menyatakan bahwa opini tahun sebelumnya tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap penerimaan opini audit *going concern*, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H<sub>3</sub>) diterima. Hasil olah data diatas berhasil mendukung (H<sub>3</sub>) yang telah diajukan dalam penelitian ini. Akan tetapi hasil ini tidak mendukung penelitian Rahayu dan Pratiwi (2011), Totok Dewayanto (2011), (Mutsanna & Sukirno, 2020) Syamsuri Rahim (2016) yang menyatakan bahwa opini tahun sebelumnya berpengaruh terhadap penerimaan opini audit *going concern*. Hal ini bisa disebabkan karena auditan yang menjadi objek dalam penelitian ini berpikiran bahwa jika perusahaan mendapatkan opini *going concern* pada tahun sebelumnya tidak akan mempengaruhi opini yang akan perusahaan pada tahun berikutnya.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Ukuran KAP berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan opini audit *going concern*. Hal ini dapat di lihat dari nilai t hitung sebesar 5.573 dan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  yang berarti ukuran KAP berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan opini audit *going concern*. Disini dapat disimpulkan bahwa semakin besar Kantor Akuntan Publik (KAP) atau dapat dikatakan KAP yang termasuk dalam big four, maka probabilita untuk perusahaan mendapatkan opini audit *going concern* maka akan semakin kecil.
2. *Opinion Shopping* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan opini audit *going concern*. Hal ini dapat di lihat dari nilai t hitung sebesar 3.853 dan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  yang berarti *opinion shopping* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan opini audit *going concern*. Di sini dapat disimpulkan berarti menjelaskan bahwa saat perusahaan mendapatkan opini audit *going concern* maka perusahaan akan mengganti auditornya agar mendapatkan opini *non going concern*.
3. Opini Tahun Sebelumnya tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penerimaan opini audit *going concern*. Hal ini dapat di lihat dari nilai t hitung sebesar 0.864 dan nilai signifikansi sebesar  $0.392 > 0.05$  yang berarti opini tahun sebelumnya tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penerimaan opini audit *going concern*. Disini dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang mendapatkan opini audit *going concern* pada tahun sebelumnya tidak akan mempengaruhi opini audit yang akan diterima pada tahun berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badingatus, S. (2007). PENGARUH KONDISI KEUANGAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, DAN OPINI AUDIT TAHUN SEBELUMNYA TERHADAP OPINI AUDIT GOING CONCERN. *Jurnal Dinamika Akuntansi, Vol 2 No.1*.
- Dewayanto, T. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Opini Audit Going Concern Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi, 6(1)*, 81–104.
- Dyah Praptitorini, Mirna Januarti, I. (2007). Analisis pengaruh kualitas audit, debt default dan opinion shopping terhadap penerimaan opini going concern. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia, 1–25*.
- Fajar, A. S., & Linda, W. Ku. (2007). No Title. *Fakultas Ekonomi UNIKA Soegipranata Semarang*.
- Fanny, M. dan saputra S. (2005). Opini Audit Going Concern: Kajian Berdasarkan Model Prediksi Kebangkrutan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Reputasi Kantor Akuntan Publik (Studi pada Emiten Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi VIII*, 966 – 978.
- Himawan, F. A. (2015). FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP AUDIT DELAY (AUDIT REPORT LAG) PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN 2011-2014. *Journal of Geotechnical and Geoenvironmental Engineering ASCE, 18(3)*.
- Marisi P, P. (2009). *Asumsi Going Concern: Suatu Tinjauan Terhadap Dampak Krisis Keuangan atas Opini Audit dan Laporan Keuangan* (Edisi I). Penerbit Graha Ilmu.
- Mulyadi. (2016). *Sistem Akuntansi* (Edisi Ke e). Salemba Empat.
- Mutsanna, H., & Sukirno, S. (2020). Faktor Determinan Opini Audit Going Concern Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen, 9(2)*, 112–131. <https://doi.org/10.21831/nominal.v9i2.31600>
- Praptitorini, M. D., & Januarti, I. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Audit, Debt Default Dan Opinion Shopping Terhadap Penerimaan Opini Going Concern. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia, 8(1)*, 78–93. <https://doi.org/10.21002/jaki.2011.05>
- Rahim, S. (2017). Pengaruh Kondisi Keuangan Perusahaan, Kualitas Audit dan Opinion Shopping Terhadap Penerimaan Opini Going Concern. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis, 75*. <https://doi.org/10.24843/jiab.2016.v11.i02.p02>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Verdhyana, N., & Latrini, M. (2016). Auditor Switching Sebagai Pemoderasi Pengaruh Kondisi Keuangan Pada Opini Audit (Going Concern). *E-Jurnal Akuntansi, 16(1)*, 214–243.