

Pengaruh Atribut-Atribut Kualitas Audit Terhadap Kepuasan Klien

The Influence of Audit Quality Attributes To Clients's Satisfaction

FADHLUROKHMAN
NURDHIANA

**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala
Jln. Sriwijaya No. 32 & 36 Semarang 50242
Telp. 024.8311982, e-mail fadhlurokhman@yahoo.com**

Diterima 17 Februari 2009 ; Disetujui 25 Juli 2009

Abstract : The purpose of the research is to find out the influence of experience in auditing, comprehend clients' industry, responsive to client's need, obey to general standard, and KAP leaders' involvement toward clients' satisfaction at manufacture companies in Semarang. Whereas, the sample of this research is 31 financial managers or controllers at big manufacture company in Semarang. The statistical analysis in this research is multiple linear regression. There are four results of partial hypothesis test. First, it shows that experience in auditing has positive significant influence toward clients' satisfaction. Second, the hypothesis test of comprehend clients' industry indicates positive significant influence toward clients' satisfaction. Third, the test hypothesis of responsive to clients' need has significant influence toward clients' satisfaction. Then, the test of obeying to general standard shows positive significant influence toward clients' satisfaction. The test of KAP leaders' involvement also shows positive significant influence toward clients' satisfaction. The result of simultaneous hypothesis test indicates that there is significant influence of experience in auditing, comprehend clients' industry, responsive to client's need, obey to general standard, and KAP leaders' involvement toward clients' satisfaction.

Keywords : experience, comprehension, response, obidience, involvement, satisfaction.

PENDAHULUAN

Perkembangan lingkungan bisnis yang terjadi pada akhir-akhir ini ditunjukkan dengan semakin berkembang dan meningkatnya bisnis sektor jasa. Industri sektor jasa sangat berperan dalam mendukung kemajuan perekonomian suatu negara. Seperti yang dinyatakan Koepf dalam Widagda (2002) bahwa industri di sektor jasa akan meningkat secara berkelanjutan dan mencapai batas yang dapat mendominasi

perekonomian suatu negara.

Menurut Irawan dalam Widagda (2002), banyak pihak yang tertarik untuk terjun pada bisnis di sektor jasa. Ketertarikan tersebut dicurahkan dalam isu kualitas jasa dan kepuasan konsumen pengguna jasa. Oleh karena itu, penting sekali untuk mengetahui harapan konsumen pengguna jasa dan hal-hal yang membuat mereka puas atau tidak puas. Keseluruhan isu tersebut dapat didapatkan jawabannya melalui riset pelanggan atau klien.

Kantor Akuntan Publik (KAP) adalah satu organisasi bisnis yang bergerak di sektor jasa yang merupakan dunia industri jasa yang relatif kompetitif. Lingkungan eksternal audit dicirikan dengan kompetisi yang intens, tekanan *fee*, dan pertumbuhan yang lambat. Untuk berkompetisi secara sukses dalam lingkungan tersebut, KAP harus secara kontinyu berusaha keras untuk melampaui harapan klien dan memaksimalkan kepuasan klien dengan cara memahami kepuasan klien.

Fornell dalam Widagda (2002) mengemukakan untuk mengetahui kepuasan klien perlu tolok ukur. Tolok ukur tersebut dapat mengetahui bilamana tercapai keseimbangan dari apa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan, misalnya suatu jasa yang dirasakan oleh pelanggan itu melebihi harapan maka ia akan puas. Untuk menilai sesuatu yang dirasakan, ukuran kualitas merupakan salah satu kriteria yang digunakan sebagai bahan pertimbangan. Kepuasan pada dasarnya meliputi tiga hal, yaitu kualitas yang dirasakan, nilai yang dirasakan, dan harapan pelanggan.

Kualitas audit dapat memberikan penjelasan mengenai atribut-atribut yang menentukan kepuasan klien. Akan tetapi terdapat perbedaan pendapat bahwa kualitas pelayanan audit dan kepuasan klien merupakan sesuatu yang berdiri sendiri. Sebagaimana dikemukakan Taylor dan Baker dalam Widagda (2002), adanya kesepakatan di antara peneliti pemasaran bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan klien adalah konstruk yang berbeda tetapi memiliki hubungan yang dekat.

Widagda (2002) menunjukkan bahwa pengaruh atribut-atribut kualitas audit terhadap kepuasan klien ternyata tidak sepenuhnya terbukti. Tujuh atribut dari kualitas audit, yaitu pengalaman melakukan audit, memahami industri klien, responsif atas kebutuhan klien, taat pada standar umum, keterlibatan pimpinan KAP, komitmen kuat terhadap kualitas audit, serta hubungan KAP dengan komite audit menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan klien. Sedangkan lima variabel lainnya, yaitu independensi, sikap hati-hati anggota tim audit, melakukan pekerjaan lapangan dengan

tepat, standar etika yang tinggi, dan tidak mudah percaya menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan klien.

Perusahaan manufaktur berskala besar merupakan perusahaan yang sering menggunakan jasa audit dalam upaya mengetahui kondisi perusahaan. Pemilihan perusahaan manufaktur berskala besar sebagai objek penelitian ini dengan pertimbangan bahwa perusahaan tersebut lebih kompleks dilihat dari pangsa pasar yang lebih besar, ukuran industri yang lebih besar, dan karyawan yang lebih banyak sehingga representatif sebagai sampel.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh atribut-atribut kualitas audit terhadap kepuasan klien pada perusahaan manufaktur berskala besar di Semarang. Dalam hal ini atribut-atribut kualitas audit diwakili oleh faktor pengalaman melakukan audit, memahami industri klien, responsif atas kebutuhan klien, taat pada standar umum, dan keterlibatan pimpinan KAP.

METODE

Pengalaman Melakukan Audit. Menurut Standar Profesi Akuntan Publik SA Seksi 210 (1994) dalam Widagda (2002), pengalaman melakukan audit merupakan pencapaian keahlian yang dimulai dengan pendidikan formalnya kemudian diperluas melalui pengalaman-pengalaman selanjutnya dalam praktik audit.

Pengalaman merupakan atribut yang penting dimiliki oleh auditor. Hal ini terbukti dengan tingkat kesalahan yang dibuat oleh auditor yang tidak berpengalaman lebih banyak daripada auditor yang berpengalaman (Meidawati dalam Widagda (2002)). Hasil penelitian Brouwman dan Bradley (1997) dalam Widagda (2002) menemukan bukti bahwa penggunaan atribut pengalaman sehubungan dengan kualitas didasarkan pada asumsi bahwa tugas memberikan *feedback* yang berguna terhadap bagaimana sesuatu dilakukan secara lebih baik, yang diperlukan oleh pembuat keputusan untuk memperbaiki kinerjanya. Di sisi lain auditor yang berpengalaman akan memiliki keunggulan dalam mendeteksi kesalahan,

memahami kesalahan secara akurat, dan mencari penyebab kesalahan. Keunggulan tersebut akan bermanfaat bagi klien untuk melakukan perbaikan-perbaikan hingga klien merasa puas.

Memahami Industri Klien. Memahami industri klien menurut Standar Profesi Akuntan Publik (1994) adalah praktek akuntansi yang umum berlaku dalam industri, kondisi persaingan, dan rasio keuangan. Auditor harus memperoleh pengetahuan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan sifat bisnis satuan usaha, organisasinya, dan karakteristik operasinya.

Memahami bisnis klien berarti memperkecil resiko audit sebab memahami industri klien menjadi bagian integral yang tak terpisahkan dengan pekerjaan profesi sehingga hasil audit dapat memenuhi standar mutu auditing (Suharto dalam Widagda, 2002). Selain dapat membuat audit lebih berkualitas, memahami industri klien juga berguna untuk memberi masukan agar klien beroperasi secara lebih efisien. Keunggulan tersebut akan bermanfaat bagi klien untuk melakukan perbaikan-perbaikan dan akan memberikan kepuasan.

Responsif atas Kebutuhan Klien. Menurut Mahoney dalam Widagda (2002), yang dimaksud dengan responsif atas kebutuhan klien adalah klien berharap menerima lebih banyak daripada hanya opini audit klien, dan juga ingin mendapatkan keuntungan dari keahlian dan pengetahuan auditor di bidang usaha dan memberikan nasehat tanpa diminta. Mahoney dalam Widagda (2002) menjelaskan bahwa atribut yang membuat klien memutuskan pilihannya terhadap suatu Kantor Akuntan Publik adalah kesungguhan Kantor Akuntan Publik tersebut memperhatikan kebutuhan kliennya. Keunggulan ini akan memberikan kepuasan klien.

Taat pada Standart Umum. Menurut Standard Profesi Akuntan Publik (1994) yang dimaksud dengan taat pada standar umum adalah standar umum bersifat pribadi dan berkaitan dengan persyaratan auditor dan mutu pekerjaannya, dan berbeda dengan standar yang berkaitan dengan pelaksanaan pekerjaan lapangan dan pelaporan auditor.

Menurut Elitzur dan Falk (1996) dalam

Widagda (2002), kredibilitas auditor tergantung pada kemungkinan auditor mendeteksi kesalahan material dan kesalahan penyajian, serta kemungkinan auditor melaporkan temuannya. Kedua hal tersebut mencerminkan terlaksananya standar umum, sebab seorang auditor harus memiliki keahlian, independensi dan cermat sebagai syarat dari suatu pelaksanaan audit. Keberadaan kedua hal tersebut akan memberikan kepuasan bagi klien.

Keterlibatan Pimpinan KAP. Menurut Deming dalam Widagda (2002), 80 persen masalah mutu merupakan masalah manajemen karena tanpa keterlibatan manajemen maka mutu hanya menjadi konsep yang kabur dan mustahil diimplementasikan secara efektif. Keberhasilan manajemen mutu memerlukan kepemimpinan efektif, baik secara formal (berdasarkan hirarki organisasi) maupun yang nonformal. Pimpinan yang baik perlu menjadi *focal point* yang mampu memberikan perspektif dan visi luas atas kegiatan perbaikan serta mampu memotivasi, mengakui, dan menghargai upaya dan prestasi perorangan maupun kelompok (Tatang dalam Widagda, 2002).

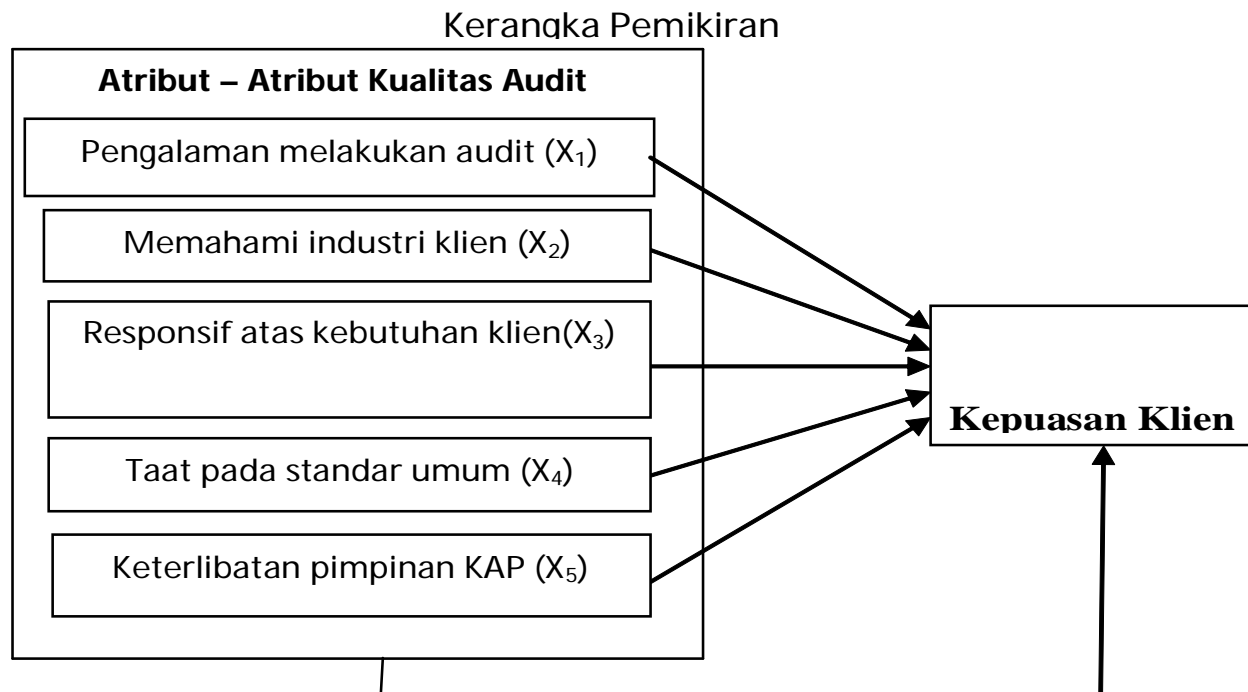
Kepuasan Klien. Kotler (2001) menandakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan Irawan (2003) berpendapat bahwa kepuasan adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Dengan demikian kepuasan klien adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Pada hakekatnya, tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Dalam pendekatan Total Quality Management, kualitas ditentukan oleh pelanggan. Oleh karena itu, hanya dengan memahami proses dan pelanggan maka organisasi dapat menyadari dan menghargai makna kualitas. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan yang

diinginkan. Apabila kinerja di bawah harapan maka pelanggan akan kecewa, sedangkan apabila kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas.

Kerangka Pemikiran. Berdasarkan permasalahan dan tinjauan teori maka dirumuskan kerangka pemikiran penelitian sebagaimana Gambar 1.

Gambar 1



Sumber : Widagda (2002)

Populasi dan sampel. Populasi penelitian adalah manajer keuangan atau *controller* pada perusahaan manufaktur berskala besar di Kota Semarang. BPS mengklasifikasikan perusahaan manufaktur berskala besar sebagai perusahaan yang mempunyai tenaga kerja lebih dari 100 orang. Berdasarkan kategori tersebut, terdapat 136 perusahaan manufaktur berskala besar di Kota Semarang.

Menurut Arikunto (2001) apabila subjek penelitian kurang dari 100, lebih baik diambil semua sebagai sampel sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Sedangkan jika jumlah subjek besar maka dapat diambil sampel antara 10 – 15%, atau 20 – 25%. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebesar 31 manajer keuangan atau 23%, sehingga jumlah tersebut sudah bisa mewakili untuk dijadikan sebagai sampel.

Teknik pengambilan sampel ini

menggunakan teknik *Simple Random Sampling*, yaitu setiap elemen dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Prosedur pemilihan random sederhana ini menggunakan sistem undian (Kuncoro, 2003).

Teknik Analisis Data. Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda, namun sebelumnya dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Selanjutnya dilakukan uji hipotesis parsial dan simultan. Proses perhitungannya menggunakan alat bantu program *statistic* yaitu *SPSS For Windows*. Rumus matematis persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$v = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan :

v = Kepuasan klien

X_1 = Pengalaman melakukan audit

X_2 = Memahami industri klien

X_3 = Responsif atas kebutuhan klien

- X_4 = Taat pada standar umum
 X_5 = Keterlibatan pimpinan KAP
 b_0 = Konstanta

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil analisis regresi linier berganda dapat digambarkan dalam persamaan matematis sebagai berikut :

$$Y = 0,158 + 0,230 X_1 + 0,344 X_2 + 0,260 X_3 + 0,436 X_4 + 0,306 X_5$$

Interpretasi persamaan regresi linier berganda tersebut adalah sebagai berikut :

1. Koefisien regresi pengalaman melakukan audit (X_1) sebesar 0,230 bermakna bahwa jika auditor lebih berpengalaman dalam melakukan audit maka akan dapat meningkatkan kepuasan klien.
2. Koefisien regresi memahami industri klien (X_2) sebesar 0,344 bermakna bahwa jika auditor lebih memahami industri klien maka akan dapat meningkatkan kepuasan klien.
3. Koefisien regresi responsif atas kebutuhan klien (X_3) sebesar 0,260 bermakna bahwa jika auditor lebih responsif atas kebutuhan klien maka akan dapat meningkatkan kepuasan klien.
4. Koefisien regresi taat pada standar umum (X_4) sebesar 0,436 bermakna bahwa jika auditor lebih taat pada standar umum maka akan dapat meningkatkan kepuasan klien.
5. Koefisien regresi keterlibatan pimpinan KAP (X_5) sebesar 0,306 bermakna bahwa jika pimpinan KAP lebih terlibat dalam melakukan audit maka akan dapat

meningkatkan kepuasan klien.

Uji Hipotesis Parsial (Uji-t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman melakukan audit berpengaruh signifikan terhadap kepuasan klien, artinya jika pengalaman dalam melakukan audit tersebut lebih ditingkatkan maka akan dapat meningkatkan kepuasan klien.

Variabel pengalaman melakukan audit (X_1) menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan klien (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $2,190 > 2,0595$, sedangkan untuk nilai signifikansinya sebesar $0,038 < 0,05$.

Variabel memahami industri klien (X_2) menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan klien (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $2,811 > 2,0595$, sedangkan untuk nilai signifikansinya sebesar $0,009 < 0,05$.

Variabel responsif atas kebutuhan klien (X_3) menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan klien (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $2,447 > 2,0595$, sedangkan untuk nilai signifikansinya sebesar $0,022 < 0,05$.

Variabel taat pada standar umum (X_4) menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan klien (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $3,247 > 2,0595$, sedangkan untuk nilai signifikansinya sebesar $0,003 < 0,05$.

Variabel keterlibatan pimpinan KAP (X_5) menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan klien (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $2,128 > 2,0595$, sedangkan untuk nilai signifikansinya sebesar $0,043 < 0,05$.

Tabel 1

Uji Hipotesis Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,158	1,773		,089	,930
Pengalaman melakukan audit	,230	,105	,215	2,190	,038
Memahami industri klien	,344	,122	,266	2,811	,009
Responsif atas kebutuhan klien	,260	,106	,229	2,447	,022
Taat pada standar umum	,436	,134	,352	3,247	,003
Keterlibatan pimpinan KAP	,306	,144	,242	2,128	,043

Sumber : Data diolah

Uji Hipotesis Simultan (Uji F). Pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa variabel pengalaman melakukan audit, memahami industri klien, responsif atas kebutuhan klien, taat pada standar umum, dan keterlibatan pimpinan KAP secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan klien. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 26,080 pada taraf signifikansi 95% dengan F tabel sebesar 2,60 sehingga nilai F hitung =

26,080 > dari F tabel = 2,60, sedangkan untuk nilai signifikansinya menunjukkan sebesar 0,000 < 0,05.

Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan klien adalah faktor taat pada standar umum. Hal ini dapat dilihat pada nilai koefisien regresinya yang paling tinggi bila dibandingkan dengan variabel lainnya, yaitu sebesar 0,352 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,003 < 0,005.

Tabel 2
Uji Hipotesis Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	133,719	5	26,744	26,080	,000
Residual	25,636	25	1,025		
Total	159,355	30			

Sumber : Data diolah

Koefisien Determinasi. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,807 hal ini berarti bahwa 80,7% variasi kepuasan klien pada perusahaan manufaktur berskala besar di Semarang mampu dijelaskan oleh variasi dari variabel pengalaman melakukan audit (X_1), memahami industri klien

(X_2), responsif atas kebutuhan klien (X_3), taat pada standar umum (X_4), dan keterlibatan pimpinan KAP (X_5). Sedangkan sisanya sebesar 19,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Tabel 3
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,916 ^a	,839	,087	1,013

Sumber : Data diolah

SIMPULAN

Berdasarkan analisis data maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengalaman melakukan audit, memahami industri klien, responsif atas kebutuhan klien, taat pada standar umum, dan keterlibatan pimpinan KAP baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan klien pada perusahaan manufaktur berskala besar di Kota Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Bina Aksara.

- Djarwanto, Ps. dan Subagyo, Pangestu. 2000. *Statistik Induktif*. Yogyakarta : BPFU UGM.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Kedua. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 1994. *Standar Akuntansi Keuangan*. Edisi 1 dan Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Indriantoro, Nur., dan Supomo, Bambang. 2001. *Metodologi Penelitian Bisnis (Untuk Akuntansi dan Manajemen)*. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFU UGM.
- Irawan Juwandi, Hendy. 2000. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Implementasi Dan*

- Kontrol*. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro, Mudradjat. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Lani, A. 2007. *Pengaruh Atribut Kualitas Audit Terhadap Kepuasan Klien Pada Kantor Akuntan Publik Hananta Budianto Dan Rekan Semarang*. Skripsi Tidak Dipublikasikan.
- Rismiati, E. Catur., dan Suratno, Bondan. 2001. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta : Kanisius.
- Robbin, Stephen P. 2002. *Prinsip-prinsip Perilaku Organisasi*. Jakarta : Erlangga.
- Santoso, Singgih. 2000. *SPSS Versi 10.00 : Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta : Gramedia.
- Setiawan, E. 2005. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Semarang : Yayasan Widya Manggala Indonesia.
- Singarimbun, Masri., dan Effendi, Sofian. 2000. *Metode Penelitian Research Sosial*. Bandung : Alumni.
- Sugiyono. 2001. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Alfa Beta.
- Sunarto. 2003. *Auditing*. Yogyakarta : Panduan.
- Supranto, J. 2000. *Statistik : Teori dan Aplikasi*. Edisi Kelima. Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Swastha, Basu. 2005. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi Offset.
- Umar, Husein. 2001. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Widagda, Ridwan., Lesmana, Sukma., dan Irwandi, Soni Agus. 2002. Analisis Pengaruh Atribut-Atribut Kualitas Audit Terhadap Kepuasan Klien (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi 5*. Semarang, 5-6 September 2002, Hal. 560-574.