

**PENGARUH MEDIA KOMUNIKASI DAN
KEAKRABAN DENGAN KLIEN TERHADAP
KEYAKINAN AUDITOR DALAM
PENDETEKSIAN KECURANGAN**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

WIDYATAMA
NIM. 12030110141023

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG
SEMARANG
2015

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Widyatama

Nomor Induk Mahasiswa : 12030110141023

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH MEDIA KOMUNIKASI DAN
KEAKRABAN DENGAN KLIEN
TERHADAP KEYAKINAN AUDITOR
DALAM PENDETEKSIAN KECURANGAN**

Dosen Pembimbing : Dr. Endang Kiswara, S.E., M.Si., Akt.

Semarang, 10 Maret 2015

Dosen Pembimbing,

(Dr. Endang Kiswara, S.E., M.Si., Akt.)

NIP. 196902141994122001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Widyatama

Nomor Induk Mahasiswa : 12030110141023

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH MEDIA KOMUNIKASI DAN
KEAKRABAN DENGAN KLIEN
TERHADAP KEYAKINAN AUDITOR
DALAM PENDETEKSIAN KECURANGAN**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 19 Maret 2015

Tim Penguji

1. Dr. Endang Kiswara, S.E., M.Si., Akt. (.....)

2. Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si., Akt (.....)

3. Dul Muid, S.E., M.Si., Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Widyatama, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **PENGARUH MEDIA KOMUNIKASI DAN KEAKRABAN DENGAN KLIEN TERHADAP KEYAKINAN AUDITOR DALAM PENDETEKSIAN KECURANGAN**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 10 Maret 2015
Yang membuat pernyataan,

Widyatama
12030110141023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh media komunikasi dan keakraban dengan klien terhadap keyakinan auditor dalam pendeteksian kecurangan. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Cefaratti dan Barkhi (2013) di Amerika dengan perbedaan lokasi, objek, sampel dan metode analisis.

Sampel penelitian ini berjumlah 57 yang diperoleh dari auditor yang bekerja pada Kantor Akuntan Publik (KAP). Data yang diolah dalam penelitian ini adalah data primer dan pemilihan sampel menggunakan metode *simple random sampling system*. Dengan menggunakan t-test, penelitian ini diharapkan mampu mengukur pengaruh media komunikasi, keakraban dengan klien, dan kesan yang diterima auditor dari klien terhadap keyakinan auditor dalam pendeteksian kecurangan.

Hasil Penelitian membuktikan bahwa pertemuan tatap muka memberikan keyakinan lebih besar bagi auditor dalam pendeteksian kecurangan. Keakraban dengan klien mempengaruhi keyakinan auditor dalam pendeteksian kecurangan dan informasi yang diberikan dari klien lama lebih dipercaya kebenarannya oleh auditor. Selain itu auditor merasa adanya kemungkinan penipuan informasi yang disampaikan oleh klien ketika klien memberikan kesan yang negatif.

Kata Kunci : Auditor, Media Komunikasi, Keakraban, Kesan, Kecurangan

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effect of media communication and familiarity with clients against the auditor's confidence in detection of fraud. This study is a replication of a study conducted by Cefaratti and Barkhi (2013) in the United States with differences in location, object, sampling and analytical methods.

The research samples were 57 which were obtained from the auditors worked who in Public Accounting Firm (KAP). The data processed in this study are primary data and sample selection methods using simple random sampling system. By using t-test, this study are expected to measure the effect of communication media, familiarity with the client, and the impression received by the auditor of the client in detecting fraud.

Research proves that face to face meetings give greater confidence to the auditor in detecting fraud. Familiarity with client affect auditors' confidence in the detection of fraud and the information provided from the old client is trusted truth by auditors. In addition, the auditors feel the possibility of fraudulent information submitted by the client when the client gives a negative impression.

Keywords: Auditor, Media Communication, Familiarity, impressions, Fraud

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH MEDIA KOMUNIKASI DAN KEAKRABAN DENGAN KLIEN TERHADAP KEYAKINAN AUDITOR DALAM PENDETEKSIAN KECURANGAN”**. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang

Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, nasehat, semangat, dan doa dari berbagai pihak selama dalam proses penyusunan skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua tercinta, Bapak Masdukat dan Ibu Windrati, yang telah memberikan doa, kasih, sayang, dukungan dan segalanya untuk merawat dan mendidik penulis.
2. Ibu Dr. Endang Kiswara, S.E., M.Si., Akt., selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, kritik, dan saran, serta contoh yang baik yang berguna untuk penulis dalam penyusunan skripsi maupun dalam hal lainnya selama penulis mengalami masa perkuliahan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

3. Bapak Marsono S.E., M.Adv.Acc, Akt., selaku dosen wali yang telah memberikan nasihatnya selama masa kuliah yang telah dilalui penulis.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu dan nasihatnya. Serta staf-staf yang membantu selama masa perkuliahan.
5. Kakak tersayang, Dewi, Wendra, dan Lilian yang telah memberikan doa dan dukungan materi maupun non-materi serta selalu memberi semangat.
6. Amila Azima, yang selalu memberikan semangat dan doa serta motivasi untuk segera lulus.
7. Pakde Janto , Om Cipto, dan Om Dodo sekeluarga di Semarang yang selalu Memberikan bimbingan dan Semangat bagi Penulis.
8. Sahabat Kapal : Aldo, Rudi, Latif, Yosua, Tato, Prama, Abi, Raymond, Barru, Atta, Ardi, Niko, Vina, Bella yang selalu memberikan keceriaan dan hiburan. Terimakasih atas kebersamaan dan persahabatan kita
9. Rekan seperjuangan Dosen Pembimbing Ibu Endang, Dewi Nindyas, Dewi Pramita, Fahmi, Hadjar semangat dan sukses untuk kita semua.
10. Teman-teman Akuntansi 2010 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih atas nasihat dan kekompakan serta kebersamaan ini.
11. Penghuni Kos Putra Pak Tarno, Afif, Naufal, gunung dan Hellga yang telah memberi hiburan dalam kelancaran skripsi ini.
12. Seluruh Responden yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data.
13. Semua pihak terkait dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan kelemahan dalam skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis mengharap dan menerima saran dan kritik yang membangun guna penyempurnaan penulisan.

Akhir kata Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak

Semarang, 10 Maret 2015

Penulis

Widyatama

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

(Al Insyirah : 6-8)

“I choose a lazy person to do a difficult job. Because, he will find an easy way to do it.”

(Bill Gates)

“Bermalas-malas lah untuk melakukan kemalasan”

(Mario Teguh)

Persembahan

Skripsi ini dipersembahkan untuk kedua orang tua dan kakak tercinta.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Teori Komuikasi.....	11
2.1.2 Isyarat Penipuan.....	14
2.1.3 Pengertian Auditing.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21

2.3	Kerangka Pemikiran	24
2.4	Hipotesis Penelitian	25
BAB III.....		29
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	29
3.1.1	Variabel Dependen.....	29
3.1.2	Variabel Independen	30
3.1.3	Definisi Operasional Variabel.....	32
3.5.1	Statistik Deskriptif	35
3.5.2	Uji Hipotesis.....	35
BAB IV		38
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	38
4.2	Statistik Diskriptif	40
4.3	Uji Hipotesis.....	49
4.4	Pembahasan	54
BAB V.....		60
5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Keterbatasan	61
5.3	Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA		63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 4.1	Profil Responden.....	39
Tabel 4.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian- Kasus <i>Face to Face</i> ..	41
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian- Kasus Email.....	44
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian- Kasus Klien Lama....	47
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian- Kasus <i>Klien Baru</i>	48
Tabel 4.6	Uji Perbedaan Kepercayaan Dalam Mendeteksi Kesalahan Pada Klien Dengan Komunikasi Secara <i>Face to Face</i> dan Melalui Email.....	50
Tabel 4.7	Uji Perbedaan Kepercayaan Dalam Mendeteksi Kesalahan Pada Klien Baru dan Klien Lama.....	51
Tabel 4.8	Uji Perbedaan Mengenai Kemungkinan Adanya Penipuan Informasi Pada Klien Baru dan Klien Lama.....	51
Tabel 4.9	Uji perbedaan mengenai Kesan yang diterima Auditor	53
Tabel 4.10	Uji Beda Berdasarkan Komunikasi <i>Face to Face</i> dan Email....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	25
------------	-------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Surat Izin Penelitian.....	61
Lampiran B	Kuisisioner.....	63
Lampiran C	Output <i>SPSS</i>	70

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini persaingan bisnis semakin kompetitif dan kompleks, karena pelaku bisnis harus bersaing dengan pesaing baik dari dalam negeri maupun dari negara lain. Kondisi persaingan yang semakin kompetitif menimbulkan tantangan untuk menghadapinya. Tantangan bagi pihak internal perusahaan adalah bagaimana perusahaan melaporkan hasil usahanya melalui laporan keuangan kepada pihak yang berkepentingan, diantaranya pemegang saham (investor) dengan jujur dan dapat dipercaya untuk tujuan pengambilan keputusan. Untuk menciptakan laporan keuangan yang bermanfaat maka informasinya harus dapat diandalkan (*reliable*) yaitu bebas dari pengertian yang menyesatkan, kesalahan yang material, dan dapat diandalkan bagi penggunaanya sebagai penyajian yang tulus dan jujur (*faithfull representation*) dari yang seharusnya disajikan. Hal ini dapat diartikan bahwa laporan keuangan harus bebas dari kecurangan.

Dalam pelaporan keuangan, tidak seluruh pelaku bisnis menyadari pentingnya laporan keuangan yang bersih dan terbebas dari kecurangan. Hal ini terbukti dengan Pelaporan keuangan kepada publik yang telah diwarnai berbagai skandal kecurangan keuangan (*corporate fraud*) oleh manajemen perusahaan pada beberapa perusahaan besar di Indonesia, yaitu: Laporan keuangan PT.Kimia Farma pada tahun 2001, PT. Kimia Farma melakukan pencatatan harga pokok

produksinya terlalu rendah sehingga laba 2001 *over stated*. Kesalahan penyajian yang berkaitan dengan persediaan timbul karena nilai yang ada dalam daftar harga persediaan digelembungkan. PT Kimia Farma, melalui direktur produksinya, menerbitkan dua buah daftar harga persediaan (*master prices*) pada tanggal 1 dan 3 Februari 2002. Daftar harga per 3 Februari ini telah digelembungkan nilainya dan dijadikan dasar penilaian persediaan pada unit distribusi Kimia Farma per 31 Desember 2001. Sedangkan kesalahan penyajian berkaitan dengan penjualan adalah dengan dilakukannya pencatatan ganda atas penjualan. Pencatatan ganda tersebut dilakukan pada unit-unit yang tidak digunakan sebagai sampling oleh akuntan, sehingga tidak berhasil dideteksi. Berdasarkan penyelidikan Bapepam, disebutkan bahwa KAP yang mengaudit laporan keuangan PT Kimia Farma telah mengikuti standar audit yang berlaku, namun gagal mendeteksi kecurangan tersebut. Selain itu, KAP tersebut juga tidak terbukti membantu manajemen melakukan kecurangan tersebut. Selain kecurangan laporan keuangan tersebut, terjadi kecurangan pada Kasus kredit fiktif di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Utama Bogor, kecurangan ini merupakan kejahatan perbankan yang terorganisir. Pencairan kredit fiktif terhadap 197 nasabah secara fiktif dengan total kredit Rp 102 miliar dan potensi kerugiannya Rp 59 miliar. Seluruh data informasi nasabah dipalsukan oleh 3 oknum pegawai Bank Syariah Mandiri (BSM) termasuk kepala cabang utama BSM Bogor untuk melancarkan pencairan kredit fiktif tersebut.

Untuk meminimalisasi kecurangan yang terjadi dalam suatu laporan keuangan, perusahaan selalu menggunakan jasa auditor eksternal untuk

mengaudit laporan keuangan perusahaan, dengan dilakukannya audit laporan keuangan oleh auditor eksternal diharapkan mampu membatasi praktek *fraudulent financial statement* yang biasanya dikaitkan dengan terjadinya manajemen laba, sehingga diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat umum terhadap laporan keuangan. Akuntan publik sebagai pihak luar kemudian akan mengeluarkan laporan audit yang merupakan alat utama yang dipakai oleh auditor independen dalam mengkomunikasikan hasil pekerjaannya kepada pemakai jasanya.

Berdasarkan *Statement on Auditing Standards* (SAS) Nomor 99 – *Consideration of Fraud in a Financial Statement Audit*, profesi akuntan ditekankan kembali pentingnya pendeteksian kecurangan. Auditor diminta untuk menentukan potensi kecurangan dalam manajemen. Untuk mengetahui kerentanan suatu perusahaan terhadap kecurangan dan kesadaran suatu manajemen terhadap aktivitas kecurangan, para auditor harus mengumpulkan informasi dari manajemen dan auditor internal (*American Institute Public Accountants* (AICPA)., 2002). Dalam mengevaluasi kebenaran dari informasi yang diberikan oleh klien, auditor mungkin perlu membuat penilaian mengenai kebenaran informasi dari komunikasi dengan perusahaan. Auditor dapat menggunakan berbagai bentuk media komunikasi dalam mengumpulkan informasi selama proses audit. Meskipun SAS 99 menekankan auditor untuk dapat mendeteksi kecurangan, auditor dituntut untuk menyeimbangkan efektivitas dalam mendeteksi kecurangan dengan efisiensi anggaran yang diperlukan dalam audit.

Dengan berkembangnya media komunikasi dalam satu dekade terakhir, manusia dapat menjalin komunikasi lebih mudah dengan menggunakan media komunikasi elektronik tanpa harus bertemu dan bertatap muka secara langsung. Hal ini sangat bermanfaat untuk membantu aktivitas manusia, dan media komunikasi elektronik dapat membantu auditor dalam melakukan komunikasi dengan klien. Bentuk komunikasi seperti email adalah cara yang lebih efisien untuk mengumpulkan informasi, tetapi mungkin dapat mengurangi efektivitas auditor dalam mendeteksi penipuan. Wawancara tatap muka merupakan bentuk komunikasi yang lebih efektif dalam mendeteksi kecurangan dan penipuan. Komunikasi Wawancara tatap muka secara langsung menyediakan lebih banyak kejelasan, sehingga membuat wawancara tatap muka lebih tepat berdasarkan berbagai kriteria komunikasi (Carlson dan George, 2004).

Komunikasi secara langsung, seperti tatap muka, memberikan lebih banyak kejelasan daripada menggunakan media komunikasi elektronik dan menyediakan lebih banyak isyarat komunikasi. Oleh karena itu, mungkin berhubungan erat dengan kemampuan untuk mendeteksi penipuan karena bertemu secara langsung memberikan isyarat komunikasi yang dapat digunakan untuk mendeteksi penipuan. Kekayaan media adalah “kemampuan informasi yang dikomunikasikan pada media untuk mengurangi ketidakjelasan” (Carlson dan George, 2004). Menurut penelitian Sheer dan Chen (2004), Kekayaan media dapat ditentukan dengan menilai kedekatan *feedback*, jumlah isyarat, berbagai bahasa yang digunakan, dan fokus pribadi.

Selain tatap muka secara langsung, peningkatan frekuensi komunikasi menggunakan media elektronik seperti email juga terjadi selama proses audit antara auditor dan klien audit untuk meningkatkan efisiensi. Untuk meningkatkan efektivitas audit, ada keadaan tertentu yang mengharuskan auditor menggunakan komunikasi langsung melalui wawancara tatap muka. Meskipun dengan menggunakan metode komunikasi secara langsung dapat mengurangi efisiensi, yaitu membutuhkan waktu lebih banyak untuk mengadakan pertemuan langsung, namun menurut Daft dan Lengel (1986) mode komunikasi dengan tatap muka dapat mengurangi ketidakjelasan karena lebih banyak memberikan isyarat komunikasi.

Sebagai bentuk komunikasi yang umum digunakan untuk keperluan pertukaran informasi di bidang audit melalui media komunikasi tatap muka langsung, kini beralih menggunakan media elektronik yang dapat memberikan keuntungan yaitu lebih efisien. Namun, peningkatan risiko (yaitu, ketidakmampuan untuk mendeteksi penipuan) mungkin akan terjadi dalam mode komunikasi melalui media komunikasi seperti email. Dengan menggunakan media komunikasi elektronik, beberapa isyarat komunikasi akan hilang dalam proses tersebut. Bentuk umum dari mode komunikasi elektronik yang digunakan saat ini adalah komunikasi melalui komputer; mode komunikasi ini dapat mengubah dinamika komunikasi, pertukaran informasi, dan kognisi.

Media komunikasi menggunakan komputer meningkatkan keinginan seseorang untuk dianggap positif (Carlson et al. 2004). Orang-orang yang menggunakan media komunikasi komputer mungkin akan mengalami tekanan

yang meningkat untuk menghindari pengungkapan negatif, yang sering berhubungan untuk menilai resiko. Tekanan pada pengirim informasi yang dapat dirasakan dengan cara yang positif dan hilangnya isyarat informasi ketika berkomunikasi melalui media komunikasi komputer dapat mempengaruhi keyakinan auditor pada kemampuan mereka untuk mendeteksi penipuan dan kecurangan.

Masa perikatan dari Kantor Akuntan Publik dalam memberikan jasa audit terhadap kliennya (*audit tenure*) telah diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 17/PMK.01/2008 tentang “jasa Akuntan Publik pasal 3. Peraturan tersebut mengatur tentang pemberian jasa audit umum atas laporan keuangan dari entitas dilakukan oleh KAP paling lama untuk 6 (enam) tahun buku berturut-turut, dan oleh seorang akuntan publik paling lama 3 (tiga) tahun buku berturut-turut. Dengan adanya peraturan tersebut auditor pasti akan memberikan jasa auditnya pada klien baru yang sebelumnya belum pernah di audit olehnya karena masa perikatan akuntan publik pada klien yang sama hanya diperbolehkan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut. Ketika auditor mengaudit klien yang pernah diaudit olehnya, maka auditor telah memahami karakteristik bisnis klien dan telah memahami risiko audit, sedangkan ketika auditor mengaudit klien baru maka auditor belum memahami karakteristik bisnis klien karena baru pertama kali.

Mengacu pada penelitian sebelumnya, penulis ingin mereplikasi penelitian yang menguji pengaruh media komunikasi yang digunakan auditor dan keakraban dengan klien audit terhadap keyakinan auditor dalam mendeteksi kecurangan yang

sebelumnya telah diteliti oleh Ceffarati, Meghann dan Reza Barkhi pada tahun 2013. Adapun penulis melakukan perbedaan dari penelitian sebelumnya, yaitu :

1. Tahun penelitian 2014
2. Lokasi penelitian adalah di Kota Semarang
3. Sampel penelitian Mahasiswa Pendidikan Profesi Akuntan Universitas Diponegoro yang bekerja pada Kantor Akuntan Publik (KAP)

Berdasarkan pada uraian sebelumnya, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Media Komunikasi dan Keakraban dengan Klien terhadap Keyakinan Auditor dalam Pendeteksian Kecurangan.**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah auditor merasa lebih yakin dengan kemampuannya dalam pendeteksian kecurangan ketika berkomunikasi secara *face to face* daripada menggunakan media komunikasi melalui email?
2. Apakah auditor merasa lebih yakin dengan kemampuannya untuk pendeteksian kecurangan terhadap yang klien lama diaudit daripada klien baru?
3. Apakah kesan yang diterima auditor dari klien mempengaruhi penilaian akan kebenaran informasi yang diterima?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji keyakinan auditor dengan kemampuannya dalam pendeteksian kecurangan ketika menggunakan media komunikasi daripada bertemu langsung dengan klien.
2. Untuk menguji keyakinan auditor dengan kemampuannya untuk pendeteksian kecurangan terhadap klien baru dibandingkan dengan klien lama?
3. Untuk menguji apakah kesan yang didapatkan dari klien mempengaruhi keyakinan auditor terhadap kebenaran informasi yang disajikan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi klien audit

Hasil penelitian dapat digunakan oleh klien untuk menetapkan metode komunikasi yang efektif dengan auditor sehingga menghasilkan kejelasan terhadap kebenaran informasi yang disajikan kepada auditor.

2. Bagi staf audit

Hasil penelitian dapat digunakan oleh staf audit untuk berkomunikasi secara efektif dengan manajemen klien agar bukti audit yang dikumpulkan dapat digunakan sebagai dasar proses audit, sehingga auditor dapat membuktikan kebenaran dari informasi yang disajikan oleh klien dan dapat mendeteksi kecurangan yang dilakukan oleh klien audit.

3. Bagi akademisi

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara garis besar, penelitian dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bagian ini diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang media komunikasi yang digunakan antara auditor dengan klien audit, keakraban dengan klien audit, dan kesan yang didapat oleh auditor dari klien selama proses audit.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB 4 : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang deskripsi objek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan.

BAB 5 : PENUTUP

Bab ini adalah kesimpulan dari penelitian secara umum. Bab ini berisi kesimpulan, keterbatasan, dan saran.

Bagian akhir, terdiri dari :

1. Daftar pustaka
2. Lampiran-lampiran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Pada sub bab ini akan dijelaskan tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Diantaranya adalah teori komunikasi dan isyarat penipuan serta penjelasan aspek-aspek lain yang berkaitan dengan penelitian ini

2.1.1 Teori Komunikasi

Penelitian ini menggunakan beberapa teori komunikasi diantaranya teori kekayaan media dan teori saluran ekspansi. Teori kekayaan media (Daft dan Lengel, 1986) menunjukkan bahwa media yang kaya lebih tepat untuk mengurangi ketidakjelasan. Semakin tinggi tingkatan kekayaan media ia mampu memberikan informasi lebih banyak dan mengurangi kerancuan, yang pada gilirannya akan mengurangi tingkat ambiguitas dan ketidakpastian di sisi penerima informasi. Tugas equivocal adalah tugas untuk menganalisis bahwa informasi yang disampaikan mengandung unsur multitafsir dapat terjadi, sehingga dapat memiliki lebih dari satu kemungkinan arti (Dennis dan Kinney, 1998). Berdasarkan tingkat kekayaannya media komunikasi dapat diurutkan mulai dari : tatap muka, telepon, dokumen dan surat elektronik. Dalam penelitian ini auditor dapat melakukan komunikasi dengan klien selama proses audit melalui pertemuan langsung atau melalui email.

Selain isi pesan yang dapat dikomunikasikan dengan menggunakan media yang kaya atau mode komunikasi ramping, pilihan media komunikasi dapat memberikan isyarat komunikasi tersendiri. Misalnya, penjadwalan wawancara tatap muka, auditor mungkin lebih memberikan perhatian kepada klien ketika komunikasi berlangsung. Demikian pula, dalam konteks lain, ketika lembaga pengelola pajak meminta warga untuk datang secara pribadi untuk sebuah wawancara, yang pengumumannya disebarluaskan melalui media. Teori fitur media mengidentifikasi kegunaan media sebagai kemampuan saluran untuk menyampaikan informasi secara jelas (Salmon dan Joiner, 2005 dalam Cefaratti dan Barkhi 2013). Penerapan teori ini diperlukan manajemen untuk mengkomunikasikan data keuangan dan informasi yang dibutuhkan sebagai bukti audit, Salmon dan Joiner (2005) dalam Cefaratti dan Barkhi (2013). berhipotesis bahwa terlepas dari tingkat ketidakjelasan terkait dengan informasi yang akan ditransfer, “iklim saat ini menjadi perhatian untuk tata kelola perusahaan, bentuk tertulis dari komunikasi (baik tertulis atau email) cenderung menjadi saluran yang paling disukai . Sementara dokumen formal tertulis dapat menyampaikan pesan dengan sendirinya, kompleksitas informasi juga dapat digunakan untuk modus komunikasi tertentu. Dalam konteks audit, komunikasi berlangsung beberapa kali dalam setiap tahap proses audit (yaitu perencanaan, kerja lapangan, dan tahap pelaporan). Bentuk media communication dipilih untuk pertukaran informasi antara auditor dan kliennya dapat berubah berdasarkan tahap audit dan kompleksitas informasi yang dikomunikasikan. Tujuan komunikasi antara auditor dan klien audit harus ada kejelasan dan pemahaman.

Penelitian Komunikasi mencatat tujuan umum dari komunikasi antara pengirim dan penerima adalah agar informasi yang disampaikan dapat diterima dan dipahami. Untuk mencapai tujuan tersebut, penerima mengasumsikan bahwa pengirim informasi telah mengirim pesan dengan jujur dan dapat dipahami (Grice, 1989). Oleh karena itu, sebelum terjadi pertukaran informasi, penerima akan menduga bahwa informasi yang akan disampaikan adalah informasi yang sebenarnya (Levine dan McCornack, 1992). Menduga bahwa informasi adalah kebenaran ini merupakan kecenderungan dari penerima informasi, dalam hal ini auditor, untuk menerima bahwa informasi yang disampaikan oleh klien adalah benar. Penerimaan isyarat komunikasi dapat mempengaruhi tingkat keyakinan terhadap kebenaran informasi yang ditunjukkan oleh auditor dan kemudian, kemungkinan auditor untuk mempertanyakan informasi yang diberikan oleh klien.

Menurut teori saluran ekspansi (Carlson dan Zmud, 1994 dalam Cefaratti dan Barkhi 2013), keakraban dengan pengirim informasi, media komunikasi, topik, dan konteks pengaruh kemampuan individu untuk berkomunikasi secara kaya menggunakan media tertentu. Oleh karena itu, seorang individu cenderung menangkap lebih banyak isyarat ketika berkomunikasi dengan orang yang telah akrab. Keakraban menghasilkan peningkatan jumlah isyarat yang terdeteksi akan mempengaruhi jumlah isyarat yang tersedia bagi penerima untuk tujuan menentukan kebenaran informasi yang disampaikan. Dalam penelitian ini klien audit yang sudah pernah diaudit oleh seorang auditor akan dianggap lebih akrab dibanding klien audit yang baru pertama kali diaudit. Klien audit yang pernah diaudit akan bermanfaat bagi auditor karena sudah memahami karakteristik

perusahaan dari klien daripada klien audit yang baru diaudit pertama kali oleh auditor.

2.1.2 Isyarat Penipuan

Penipuan mungkin dapat mengambil bentuk dalam beberapa cara yang berbeda, mulai dari penipuan langsung hingga penipuan melalui pengelakan (Carlson et al., 2004). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa beberapa isyarat komunikasi dibutuhkan untuk meningkatkan deteksi terhadap penipuan. Dengan hanya menggunakan isyarat komunikasi tunggal tidak menghasilkan tingkat deteksi penipuan yang tinggi. Oleh karena itu, untuk meningkatkan deteksi terhadap penipuan diperlukan bentuk komunikasi yang memberikan beberapa isyarat.

Isyarat komunikasi yang lebih sering terlihat pada seorang penipu contohnya nada suara yang tinggi, cenderung menghindari komunikasi, memberikan informasi yang tidak pasti, dan bersikap tegang. Penipu mungkin juga bertindak kurang kooperatif dan kurang menyenangkan (Vrij dan Mann, 2004). Tingkah laku seperti kurangnya gerakan tangan dan meningkatnya ekspresi mikro (Ekman dan Friesen 1972). Ekspresi mikro adalah ekspresi wajah yang terlihat sesaat, tetapi dapat menampilkan tanda-tanda kebohongan seseorang (Ekman, 1992). Banyak isyarat komunikasi adalah isyarat nonverbal dan isyarat pendengaran (Vrij dan Mann, 2004).

Zuckerman et al. (1981) menemukan bahwa pupil yang membesar, peningkatan kedipan mata, berbicara terbata-bata, dan nada bicara yang tinggi

adalah isyarat penipuan yang umum ditemukan pada seorang penipu. berdasarkan empat isyarat penipuan, komunikasi langsung dibutuhkan untuk mendeteksi dua dari empat isyarat tersebut (yaitu, pelebaran pupil, dan meningkatnya kedipan mata).

Isyarat penipuan lainnya menggambarkan perasaan penipu (Zuckerman et al., 1981). Isyarat tersebut meliputi : perasaan gelisah, menghindari kontak mata dan terasa tidak menyenangkan. Selanjutnya, menipu membutuhkan usaha kognitif yang lebih besar daripada menyampaikan kebenaran. Peningkatan usaha kognitif pada penipu ditunjukkan dengan menjawab pertanyaan dengan lambat, ragu-ragu, dan sedikit menggunakan gerakan tangan dalam menjelaskan. Dengan menggunakan media komunikasi seperti surat elektronik dimana komunikasi terjadi secara tidak langsung memungkinkan penipu memiliki waktu yang dibutuhkan untuk membuat jawaban tidak benar yang masuk akal. Sebagian besar penerima komunikasi tidak bisa merespon secara cepat ketika surat elektronik terkirim, dan oleh karena itu tidak dapat menilai niat pengirim untuk menipu. Isyarat ini tidak terdapat pada komunikasi tidak langsung. Akhirnya, karena penipu mencoba untuk mengatur komunikasi dan perilaku mereka, mereka mungkin terlihat tidak spontan dalam komunikasi mereka (Zuckerman et al., 1981). Hal ini mungkin menentukan bahwa perlunya auditor untuk mengajukan pertanyaan yang tak terduga. Jika klien audit memiliki pengalaman terhadap pertanyaan yang biasa diajukan oleh auditor, maka auditor membutuhkan cara-cara baru untuk mencari kebenaran informasi dengan mengajukan pertanyaan yang inovatif. Pengajar audit perlu mempertimbangkan untuk menerapkan latihan

berpikir secara kritis dalam kelas audit untuk mendorong kemampuan siswa untuk mengajukan pertanyaan yang tidak terduga.

Isyarat penipuan dapat berupa isyarat berpikir atau isyarat perasaan (Ekman, 1992). Isyarat perasaan merupakan isyarat penipuan dimana seorang penipu dapat merasa bersalah tentang penipuan yang dilakukannya atau dapat merasakan perasaan "*duping delight*", yaitu suatu kegembiraan karena telah berhasil menipu orang lain. Banyak isyarat-isyarat untuk mendeteksi penipuan ketika seorang penipu merasa bersalah seperti nada suara yang rendah dan pandangan mata menghadap kebawah secara bersamaan, sebaliknya dari isyarat ini yaitu ketika seseorang mengalami sensasi berbohong, seperti nada suara yang lebih tinggi dan penggunaan ilustrasi. Oleh karena itu penerima informasi mungkin tidak dapat mengidentifikasi penipuan berdasarkan isyarat perasaan karena isyarat yang diperlihatkan bisa tidak konsisten. Dalam proses komunikasi dengan klien audit, auditor akan memperoleh kesan dari sikap klien, kesan yang diterima bisa berupa kesan positif ataupun kesan negatif.

2.1.3 Pengertian Auditing

Menurut Mulyadi (2002), auditing adalah Suatu proses sistematis untuk memperoleh dan mengevaluasi bukti secara objektif mengenai pernyataan-pernyataan tentang kegiatan dan kejadian ekonomi dengan tujuan untuk menetapkan tingkat kesesuaian antara pernyataan-pernyataan tersebut dengan kriteria yang telah ditetapkan, serta penyampaian hasil-hasilnya kepada pemakai

yang berkepentingan. Berdasarkan beberapa pengertian auditing di atas, dapat disimpulkan definisi auditing secara umum memiliki unsur-unsur penting yaitu :

- a. Auditing merupakan suatu proses sistematis, yaitu berupa suatu rangkaian langkah atau prosedur yang logis, terstruktur dan terorganisasi. Auditing dilaksanakan dengan suatu urutan langkah yang direncanakan, terorganisasi, dan bertujuan.
- b. Untuk memperoleh dan mengevaluasi bukti secara objektif. Proses sistematis yang dilakukan tersebut ditujukan untuk memperoleh bukti-bukti yang mendasari asersi – asersi yang dibuat oleh individu maupun entitas, serta untuk mengevaluasi tanpa memihak terhadap bukti – bukti tersebut.
- c. Asersi – asersi tentang berbagai tindakan dan kejadian ekonomi. Yang dimaksud dengan asersi mengenai kegiatan dan kejadian ekonomi adalah hasil proses akuntansi. Akuntansi merupakan proses pengidentifikasian, pengukuran, dan penyampaian informasi ekonomi yang dinyatakan dalam satuan uang. Proses akuntansi ini menghasilkan suatu pernyataan yang disajikan dalam laporan keuangan
- d. Menentukan tingkat kesesuaian Pengumpulan bukti mengenai asersi dan evaluasi terhadap hasil pengumpulan bukti tersebut dimaksudkan untuk menentukan kesesuaian asersi tersebut dengan kriteria yang telah ditetapkan. Tingkat kesesuaian antara asersi dengan kriteria tersebut kemungkinan dapat dikuantifikasikan, kemungkinan pula bersifat kualitatif.

- e. Kriteria yang ditentukan adalah kriteria atau standar yang dipakai sebagai dasar untuk menilai asersi (yang berupa hasil proses akuntansi) dapat berupa peraturan – peraturan yang ditetapkan secara spesifik oleh badan legislatif atau pihak lainnya, anggaran atau ukuran prestasi lainnya yang ditetapkan oleh manajemen, atau prinsip akuntansi berlaku umum.
- f. Penyampaian hasil auditing sering disebut dengan attestasi. Penyampaian hasil ini dilakukan secara tertulis dalam bentuk laporan audit. Attestasi dalam bentuk laporan tertulis ini dapat menaikkan atau menurunkan tingkat kepercayaan pemakai informasi keuangan atas asersi yang dibuat oleh pihak yang diaudit.
- g. Para pemakai yang berkepentingan terhadap laporan keuangan yang diaudit adalah para pembuat keputusan yang menggunakannya sebagai dasar untuk membuat keputusan – keputusan ekonomi. Para pemakai tersebut antara lain investor maupun calon investor dipasar modal, pemegang saham, kreditor maupun calon kreditor, badan pemerintahan, manajemen, dan publik pada umumnya.

Dalam menjalankan tugasnya Akuntan Publik juga harus berpedoman pada Standar Profesional Akuntan Publik (SPAP) yang ditetapkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), terdapat 3 standar yaitu: standar auditing. Standar auditing terdiri dari standar umum, standar pekerjaan lapangan dan standar pelaporan (SPAP ;2001):

- Standar Umum
 - a. Audit harus dilaksanakan oleh seorang atau lebih yang memiliki keahlian dan pelatihan teknis yang cukup sebagai auditor.
 - b. Dalam semua hal yang berhubungan dengan perikatan, independensi dalam sikap mental harus dipertahankan oleh auditor.
 - c. Dalam pelaksanaan audit dan penyusunan laporannya, auditor wajib menggunakan kemahirannya dengan cermat dan seksama.
- Standar Pekerjaan Lapangan.
 - a. Pekerjaan harus direncanakan sebaik-baiknya dan jika digunakan asisten harus disupervisi dengan semestinya.
 - b. Pemahaman yang memadai atas struktur pengendalian intern harus dapat diperoleh untuk merencanakan audit dan menentukan sifat, saat, dan lingkup pengujian yang akan dilakukan.
 - c. Bukti audit kompeten yang cukup harus dapat diperoleh melalui inspeksi, pengamatan, pengajuan, pertanyaan dan konfirmasi sebagai dasar yang memadai untuk menyatakan pendapat atas laporan keuangan auditan.
- Standar Pelaporan.
 - a. Laporan auditor harus menyatakan apakah laporan keuangan telah disusun sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia.

- b. Laporan auditor harus menunjukkan atau menyatakan jika ada ketidak konsistenan penerapan prinsip akuntansi dalam penyusunan laporan keuangan periode berjalan dibandingkan dengan penerapan prinsip akuntansi tersebut dalam periode sebelumnya.
- c. Pengungkapan informatif dalam laporan keuangan harus dipandang memadai, kecuali dinyatakan lain dalam laporan auditor.
- d. Laporan auditor harus memuat pernyataan pendapat mengenai laporan keuangan secara keseluruhan atas suatu asersi.

Dalam Standar Audit seksi 110 disebutkan Auditor bertanggung jawab untuk merencanakan dan melaksanakan audit untuk memperoleh keyakinan memadai tentang apakah laporan keuangan bebas dari salah saji material, baik yang disebabkan oleh kekeliruan atau kecurangan. Oleh karena sifat bukti audit dan karakteristik kecurangan, auditor dapat memperoleh keyakinan memadai, namun bukan mutlak, bahwa salah saji material terdeteksi. Auditor tidak bertanggung jawab untuk merencanakan dan melaksanakan audit guna memperoleh keyakinan bahwa salah saji terdeteksi, baik yang disebabkan oleh kekeliruan atau kecurangan, yang tidak material terhadap laporan keuangan.

Salah saji yang timbul dari kecurangan dalam pelaporan keuangan adalah salah saji atau penghilangan secara sengaja jumlah atau pengungkapan dalam laporan keuangan untuk mengelabui pemakai laporan keuangan. Kecurangan dalam laporan keuangan dapat menyangkut tindakan seperti yang disajikan berikut ini:

- a. Manipulasi, pemalsuan, atau perubahan catatan akuntansi atau dokumen pendukungnya yang menjadi sumber data bagi penyajian laporan keuangan
- b. Representasi yang salah dalam atau penghilangan dari laporan keuangan peristiwa, transaksi, atau informasi signifikan
- c. Salah penerapan secara sengaja prinsip akuntansi yang berkaitan dengan jumlah, klasifikasi, cara penyajian, atau pengungkapan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Cefaratti, Meghann dan Reza Barkhi pada tahun 2013 bertujuan untuk mengetahui pengaruh media komunikasi yang digunakan selama proses audit dan keakraban dengan klien terhadap kemampuan auditor dalam mendeteksi kecurangan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 90 orang. Sampel tersebut adalah mahasiswa jurusan akuntansi yang telah mengikuti kelas akuntansi keuangan menengah dan menggunakan analisis data ANOVA (*Analysis of Variance*). Hasil penelitian terdahulu ini menunjukkan auditor akan lebih yakin terhadap kemampuannya dalam mendeteksi kecurangan ketika bertatap muka langsung dengan klien audit untuk mengumpulkan informasi dan data dalam proses audit dan auditor akan lebih yakin terhadap kemampuannya dalam mendeteksi kecurangan ketika ia berhubungan dengan klien yang sudah pernah diaudit daripada klien audit yang baru. Selain itu hasil penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa auditor akan lebih percaya terhadap informasi yang diberikan oleh klien baru dibanding klien lama. Menurut penelitian ini informasi yang

diberikan oleh klien lama kepada auditor memiliki kemungkinan menipu. Dan hasil yang terakhir dari penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa auditor akan mencurigai kebenaran informasi dari klien audit ketika auditor menerima kesan yang negatif dan tidak menyenangkan.

Tabel 2.1

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, tahun	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Lee dan Walker (2010)	<p><u>Variabel Independen</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keakraban 2. Inferensial umpan balik <p><u>Variabel Dependen</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Akurasi deteksi kebohongan 2. Akurasi deteksi kecurangan 	ANOVA <i>(Analysis of Variance)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui tentang kejujuran dan kebohongan yg dilakukan oleh orang yang diwawancara dapat meningkatkan keakuratan deteksi kebohongan orang yang diwawancara. 2. Keakraban dengan gaya seseorang menyampaikan suatu kebenaran dan kebohongan orang yang diwawancara tidak meningkatkan akurasi deteksi kecurangan orang yang diwawancarai pada saat wawancara. 3. Keakraban dengan gaya pengungkapan kejujuran dan kebohongan yang diperoleh dari inferensial yang kuat memberikan tingkat akurasi yang tinggi dalam mendeteksi kebohongan. 4. Keakraban dengan gaya pengungkapan kejujuran dan

				kebohongan yang diperoleh dari inferensial yang kuat tidak memberikan tingkat akurasi yang tinggi dalam mendeteksi kecurangan.
2	Cefaratti dan Barkhi (2013)	<p><u>Variabel Independen</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Media komunikasi (Melalui tatap muka langsung, menggunakan surat elektronik) 2. Keakraban dengan klien (Klien audit baru, klien audit lama) 3. Kesan (Kesan positif, kesan negatif) <p><u>Variabel Dependen</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan auditor dalam mendeteksi kecurangan. 	ANOVA <i>(Analysist of Variance)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikasi melalui tatap muka langsung meningkatkan kemampuan auditor dalam mendeteksi kecurangan karena memberikan banyak isyarat dan kejelasan. 2. Terhadap klien lama auditor lebih percaya diri dengan kemampuannya dalam mendeteksi kecurangan. 3. Auditor akan lebih percaya terhadap kebenaran data yang diberikan oleh klien baru. 4. Auditor akan lebih percaya kebenaran informasi yang disampaikan klien ketika mendapatkan kesan yang positif.

Sumber : Cefaratti dan Barkhi, 2013 ,dan Lee dan Walker ,2010.

Penelitian di atas adalah penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini. Penelitian diatas menggunakan variabel yang sama, seperti variabel Kekayaan media komunikasi, keakraban dengan klien dan kesan sebagai variabel independen dan kemampuan auditor dalam mendeteksi kecurangan sebagai variabel dependen.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada objek dan alat analisis yang digunakan. Objek penelitian sebelumnya adalah

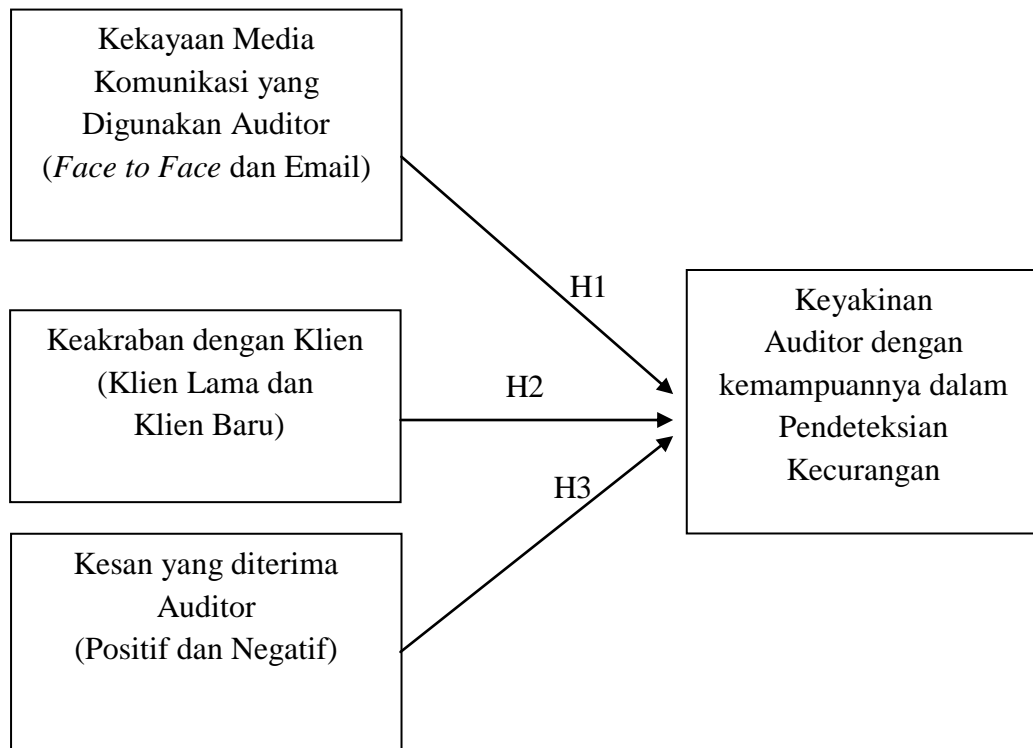
mahasiswa akuntansi yang telah mengambil mata kuliah akuntansi keuangan menengah. Sedangkan penelitian ini menggunakan mahasiswa yang sedang menempuh Pendidikan Profesi Akuntan yang bekerja sebagai auditor pada Kantor Akuntan Publik. Alat analisis yang digunakan pun berbeda, penelitian sebelumnya menggunakan ANOVA, sedangkan penelitian ini menggunakan Uji beda t-test. Selain itu peneliti membedakan model manipulasi sampelnya berupa cerita kasus untuk menggambarkan variabel yang akan diuji. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan Cefaratti dan Barkhi pada tahun 2013 menerapkan model 2x2x2 eksperimen yang berisi 8 (delapan) kasus percobaan untuk memanipulasi sampel yang menggambarkan variabel kekayaan media komunikasi, keakraban dengan klien audit dan kesan yang diterima dari klien audit, sedangkan penelitian ini hanya menggunakan 4 (empat) buah cerita kasus manipulasi untuk memberikan stimulus kepada responden sesuai keadaan yang ingin ditampilkan oleh peneliti.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini adalah tentang penggunaan media komunikasi yang digunakan dalam proses audit, keakraban dengan klien, dan kesan yang diterima auditor dalam berhubungan dengan klien. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Cefaratti dan Barkhi pada tahun 2013, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Sumber : Cefaratti dan Barkhi, 2013

2.4 Hipotesis Penelitian

Dalam sub bab ini penulis akan menjelaskan pengembangan hipotesis penelitian yang disertai dasar argumentasi penentuan hipotesis. Terdapat 4 hipotesis pada penelitian ini yang dipaparkan sebagai berikut.

2.4.1 Perbandingan dari Media Komunikasi yang digunakan auditor dalam berkomunikasi dengan klien.

Menurut Carlson dan George (2004), komunikasi melalui email mungkin akan menghilangkan isyarat adanya penipuan, namun komunikasi menggunakan

media yang lebih kaya seperti melalui tatap muka akan lebih mampu menampilkan adanya isyarat penipuan. Oleh karena itu, sedikitnya isyarat yang ada akan mempengaruhi keyakinan auditor untuk mendeteksi adanya penipuan. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis :

H1: Auditor merasa yakin terhadap kemampuannya dalam mendeteksi penipuan ketika berkomunikasi melalui *face to face* daripada melalui email.

2.4.2 Perbandingan keakraban auditor dengan Klien

Auditor mungkin merasa kurang yakin dengan kemampuan mereka untuk mendeteksi kecurangan ketika mereka tidak terbiasa dengan klien baru dibandingkan ketika berhadapan dengan klien lama yang sebelumnya sudah pernah diaudit. Untuk klien lama, auditor memiliki data yang tersedia bagi mereka berdasarkan kertas kerja tahun sebelumnya yang dapat dijadikan dasar pemeriksaan karena telah mengetahui keadaan klien. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa pemeriksaan tahun sebelumnya yang dilakukan auditor mempengaruhi penilaian auditor (Brewer dan Chapman, 2002). Sebagai contoh, auditor dapat menggunakan penilaian risiko tahun sebelumnya untuk digunakan menyesuaikan penilaian risiko tahun berjalan sebagai tanda dalam menentukan risiko. Penelitian telah menunjukkan bahwa auditor menerapkan penggunaan laporan audit tahun sebelumnya selama penilaian dan untuk pengambilan keputusan (Morris, 1993). Selain itu Fairchild (2007) juga menemukan bahwa kemampuan auditor untuk mendeteksi *fraud* (kecurangan) meningkat pada masa

perikatan yang panjang. Berpedoman pada pemeriksaan tahun sebelumnya dapat digunakan untuk mengurangi tingkat ketidakpastian yang berhubungan dengan situasi audit pada tahun berjalan. Untuk klien lama, karakter dari klien akan lebih dimengerti dan dapat membantu auditor auditor dalam penilaian risiko. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis:

H2: Auditor merasa yakin dengan kemampuannya dalam mendeteksi penipuan dengan klien lama dibandingkan dari klien baru.

2.4.3 Kesan yang Diterima oleh Auditor dari Sikap klien.

Seperti yang telah dibahas di atas, beberapa isyarat penipuan hanya tersedia dalam bentuk komunikasi tatap muka. Isyarat penipuan seperti gelisah, menghindari kontak mata dan perilaku klien yang tidak menyenangkan (Zuckerman et al., 1981) dapat hadir dalam komunikasi tatap muka, tetapi tidak ada dalam komunikasi email. Auditor dapat menggunakan kehadiran isyarat ini dalam komunikasi tatap muka untuk menilai kebenaran informasi yang disampaikan oleh klien audit. Ketika menggunakan komunikasi melalui email, penelitian sebelumnya telah menemukan bahwa isyarat penipuan yang ada memiliki bentuk yang berbeda dengan komunikasi tatap muka. Rasio kesalahan ketik dalam email lebih tinggi untuk penipu daripada informasi yang benar, kesan negatif akan lebih tinggi untuk penipu selama awal komunikasi terjadi, kurang leksikal dan keragaman isi yang ditampilkan dalam komunikasi email yang berisi informasi yang menipu (Zhou, Burgoon, dan Twitchell, 2003). Oleh karena itu, meskipun keakraban dan kekayaan media, isyarat penipuan yang terlihat secara

jelas pada kedua model komunikasi yaitu tatap muka dan media email dan mereka menghasilkan kesan negatif dari informasi yang diberikan oleh klien. Ketika terdapat adanya isyarat penipuan, auditor lebih mungkin untuk beranggapan bahwa informasi adalah tidak benar. Untuk menguji apakah kesan negatif dalam proses komunikasi dianggap lebih mungkin mengandung informasi yang menipu daripada kesan positif dalam komunikasi, dapat dirumuskan hipotesis :

H3: Auditor merasa informasi yang diberikan oleh klien berisi informasi yang tidak benar ketika auditor mendapatkan kesan yang negatif dari klien dibanding ketika mendapat kesan yang positif.

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai variabel penelitian, sumber data dan cara pengambilan data serta metode pengolahan data dalam penelitian.

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Sub bab ini berisi tentang uraian variabel dependen dan variabel independen yang digunakan dalam penelitian. Selain itu juga terdapat definisi operasional variabel berupa dimensi, indikator dan pengukuran variabel.

3.1.1 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel utama dalam penelitian dan peneliti bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan variabel dependen tersebut (Sekaran, 2010). Variabel dependen terikat oleh variabel independen dalam penelitian, sehingga hasilnya ditentukan oleh variabel independen.

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keyakinan auditor dengan kemampuannya dalam pendeteksian kecurangan . Auditor akan ditanya mengenai keyakinan dalam kemampuan mereka untuk mendeteksi kecurangan dan kepercayaan mereka terhadap kebenaran informasi yang diberikan oleh klien. Dependen variabel ini dioperasionalkan merujuk pada penelitian yang pernah dilakukan oleh Cefaratti dan Barkhi (2013). Auditor akan diberikan beberapa pernyataan pada setiap kasus yang berbeda dan diminta untuk memberikan tingkat

kepercayaan yang dirasakan oleh auditor sebagai objek penelitian. Menggunakan lima poin skala likert, auditor sebagai responden diminta untuk menilai sejauh mana mereka setuju dengan pernyataan yang diajukan.

3.1.2 Variabel Independen

Variabel independen adalah hal yang mempengaruhi variabel dependen secara negatif maupun positif (Sekaran, 2010). Penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen, yaitu : kekayaan media, keakraban dengan klien, dan kesan yang diterima auditor. Kekayaan media komunikasi dioperasionalkan melalui percobaan dengan membuat manipulasi media komunikasi yang digunakan auditor selama komunikasi dengan klien berlangsung. Komunikasi melalui email digunakan untuk mewakili bentuk komunikasi yang tidak banyak memberikan isyarat komunikasi. Penjelasan dari komunikasi secara tatap muka digunakan untuk mewakili bentuk komunikasi yang memberikan banyak isyarat komunikasi. Penilaian variabel pertama dilakukan dengan melakukan manipulasi sampel pada kasus auditor berkomunikasi dengan klien melalui *face to face* dan pada kasus auditor berkomunikasi melalui email. Manipulasi sampel untuk kekayaan media komunikasi terdapat pada kasus kuesioner 1 dan 2 dimana cerita kasus 1 menggambarkan keadaan ketika auditor berkomunikasi dengan klien melalui pertemuan langsung dan cerita kasus 2 menggambarkan keadaan klien berkomunikasi dengan klien melalui media komunikasi email.

Untuk menguji Keakraban dengan klien audit dioperasionalkan dengan menyediakan subjek dengan informasi yang berasal dari klien lama atau klien

baru. Klien lama yang dimaksud adalah dimana auditor pernah melakukan audit pada klien yang pernah diaudit pada tahun sebelumnya, sedangkan yang dimaksud klien baru adalah klien audit yang baru pertama kali diaudit oleh auditor. Penilaian variabel kedua dilakukan melalui manipulasi sampel pada kasus auditor berhubungan dengan klien lama dan pada kasus auditor berhubungan dengan klien baru. Manipulasi sampel untuk keakraban dengan klien terdapat pada kasus kuesioner 3 dan 4. Cerita kasus 3 menggambarkan keadaan auditor ketika mengaudit klien lama dan cerita kasus 4 menggambarkan auditor mengaudit klien baru.

Kesan yang diterima auditor dioperasionalkan melalui kesan yang diterima oleh auditor dari klien audit dengan memberikan isyarat deskriptif visual untuk kasus komunikasi secara tatap muka. Sebagai contoh, kesan negatif yang diterima auditor dioperasionalkan dalam skenario tatap muka dengan sikap klien yang kurang menyenangkan merujuk pada penelitian Vrij dan Mann (2004). Penilaian variabel ketiga dilakukan dengan manipulasi sampel pada kasus komunikasi dengan klien melalui *face to face* dimana auditor akan mendapat kesan pertama ketika bertemu dan berkomunikasi dengan klien. Manipulasi sampel untuk kesan yang diterima auditor dari klien terdapat pada kasus kuesioner 1. Cerita kasus 1 menggambarkan sikap klien ketika bertemu dengan auditor dalam menjelaskan informasi mengenai laporan keuangan perusahaan.

3.1.3 Definisi Operasional Variabel

Pada bagian ini akan dijelaskan definisi operasional variabel yang terdiri dari variabel, dimensi, indikator dan skala pengukuran. Berikut ini adalah tabel yang menjelaskan definisi operasional variabel.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran Data
1	Kekayaan media komunikasi.	Teori kekayaan media (Daft dan Lengel, 1986)	1. Keyakinan untuk mendeteksi ketidakbenaran informasi	Skala Ordinal (diukur dengan Likert 1-5)
2	Keakraban dengan klien	Masa perikatan audit (Cefaratti dan Barkhi, 2013)	1. Kemungkinan bahwa penerimaan informasi yang diterima berisi informasi yang tidak benar 2. Keyakinan untuk mendeteksi ketidakbenaran informasi	Skala Ordinal (diukur dengan Likert 1-5)
3	Kesan	Isyarat penipuan (Vrij dan Mann, 2004)	3. Kemungkinan bahwa penerimaan informasi yang diterima berisi informasi yang tidak benar	Skala Ordinal (Diukur dengan Likert 1-5)

Sumber : Dikembangkan untuk penelitian ini

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi Penelitian adalah staf akuntan yang bekerja pada Kantor Akuntan Publik. Sedangkan sampel penelitian ini mahasiswa Pendidikan Profesi Akuntan (PPA) Universitas Diponegoro yang bekerja sebagai auditor di Kantor Akuntan Publik (KAP) . Pengambilan sampel secara acak tanpa kualifikasi khusus (*simple random sampling system*) , Pengambilan sampel dengan cara tersebut memberikan probabilitas yang sama pada setiap anggota populasi untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer Data primer yang diajukan pada responden berupa kuesioner yang terstruktur. Kuesioner yang diberikan pada responden berisi beberapa pernyataan terkait dengan penelitian. Kuesioner dalam penelitian ini berjenis *structured questions* dengan pertanyaan tertutup dan responden diminta memilih jawaban yang sudah disediakan (Sekaran, 2010).

3.4 Metode Pengumpulan Data

Data primer penelitian berasal dari kuesioner yang diajukan secara langsung pada responden. Kuesioner berjenis *structured questions* dengan pertanyaan tertutup. Peneliti menghendaki responden memilih jawaban yang sudah disediakan, sehingga jawaban responden sesuai dengan pilihan yang disediakan dalam kuesioner (Sekaran, 2010). Kuesioner ini disusun dengan mengembangkan penelitian yang pernah dilakukan Cefaratti dan Barkhi pada tahun 2013.

Dalam kuesioner akan diberikan desain eksperimen penelitian. Desain ini akan dilampirkan bentuk cerita pendahuluan (*story board*) untuk memberikan stimulus pada responden. Stimulus ini digunakan agar responden lebih memahami keadaan yang terjadi dalam eksperimen. Selain itu, cerita pendahuluan yang diajukan akan membantu responden untuk menjawab kuesioner sesuai dengan desain eksperimen. Terdapat 4 (empat) bentuk cerita pengantar dalam kuesioner penelitian.

Desain penelitian ini dirancang dengan 4 bentuk kasus untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan pada bab II, masing-masing terdiri dari kasus pertama untuk manipulasi sampel kasus komunikasi auditor dengan klien melalui *face to face* yang terdiri dari 6 (enam) pertanyaan, kasus kedua untuk manipulasi sample komunikasi dengan klien melalui email yang terdiri dari 5 (lima) pertanyaan, kasus ketiga untuk manipulasi audit dalam mengaudit klien lama yang terdiri dari 2 (dua) pertanyaan, dan kasus yang keempat untuk manipulasi audit dalam mengaudit klien baru yang terdiri dari 2 (dua) pertanyaan.

Kuesioner diajukan menggunakan skala interval likert bernilai lima. Nilai yang digunakan dalam skala Likert :

- 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 : Tidak Setuju (TS)
- 3 : Netral (N)
- 4 : Setuju (S)
- 5 : Sangat Setuju (SS)

Selain menggunakan sakal likert, peneliti juga menggunakan skala nominal yang hanya digunakan pada manipulasi cerita pengantar 1 dimana responden diminta untuk memberikan penilaiannya secara independen terhadap kesan yang diterima dari sikap klien selama pertemuan berlangsung.

3.5 Metode Analisis Data

Secara rinci, metode analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut.

3.5.1 Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2011), statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, nilai maksimum, nilai minimum dan sebagainya.

Dengan statistik deskriptif, kumpulan data yang diperoleh akan tersaji dengan ringkas dan rapi serta dapat memberikan informasi inti dari kumpulan data yang ada. Statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah distribusi frekuensi karena data penelitian berupa data nominal dan ordinal.

3.5.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan adalah Uji beda t-test ,yaitu Paired Sample t-test dan Independent Sample t-test.

3.5.2.1 Uji Paired Sample t-test

Pengujian statistik menggunakan uji T berpasangan (*paired sample t-test*) yaitu dua sampel yang berpasangan diartikan sebagai sebuah sampel dengan subjek yang sama namun mengalami dua perlakuan atau pengukuran yang

berbeda (Ghozali ,2011). Penetapan tingkat signifikansi yang dipilih adalah 5% ($\delta =0,05$), digunakan tingkat signifikansi 5% ($\delta =0,05$) tersebut karena dinilai cukup memadai dalam perbandingan kedua variable yang akan diuji dan lazim digunakan bagi penelitian ilmu-ilmu sosial. Uji T berpasangan ini digunakan untuk menguji hipotesis 1, hipotesis 2, dan analisis tambahan. Analisis tambahan hanya digunakan untuk memberikan penjelasan mengenai kecukupan informasi yang diterima dari media komunikasi yang digunakan dan tidak dirumuskan dalam hipotesis.

3.5.2.2 Uji Independent Sample t-test

uji independent sample t-test digunakan untuk menentukan apakah ada dua sampel yang sama yang tidak berhubungan memiliki nilai rata-rata yang berbeda (Ghozali, 2011). Independent samples t-test dilakukan dengan cara membandingkan perbedaan antara dua nilai rata-rata dengan standard error dari perbedaan rata-rata dua sampel. Penggunaan Uji Independent sample t-test dilakukan untuk menguji hipotesis 3 karena lebih sesuai dengan data yang tersedia untuk menguji hipotesis tersebut.

tujuan uji beda t-test adalah untuk membandingkan rata-rata dua grup yang tidak berhubungan satu sama lain. Apakah kedua grup tersebut mempunyai nilai rata-rata yang sama ataukah tidak sama secara signifikan. Independent Sampel t-test digunakan untuk menguji hipotesis 3 , responden akan dibedakan menurut penilaiannya terhadap kesan yang diterima dari perilaku klien, terdapat dua kesan yang diterima auditor, negatif atau positif. Ketika auditor merasa klien

memberikan kesan yang positif maka auditor akan menjawab “Ya” dalam pertanyaan yang ada dalam kuesioner, namun ketika auditor menjawab “Tidak” maka diartikan bahwa ia merasa bahwa klien memberikan kesan yang negatif ketika pertemuan berlangsung. Jika responden menjawab “Ya” maka auditor merasa bahwa klien memberikan kesan yang positif selama pertemuan berlangsung dan akan diberi kode 1, sedangkan jika responden menjawab “Tidak” berarti auditor merasa bahwa klien memberikan kesan yang negatif dan jawaban responden akan diberi kode 0. Pemberian skor 1 dan 0 hanya digunakan untuk membentuk grup antara kesan positif untuk membandingkan apakah ada perbedaan rata-rata dari keyakinan auditor terhadap kebenaran informasi dari klien.