

ANALISIS PENGARUH *OPINION SHOPPING* TERHADAP  
OPINI *GOING CONCERN*: KAJIAN DARI *FINANCIAL*  
*DISTRESS* DAN *COMPANY SIZE*



OLEH:  
ENDANG RETNO TRI SUSANTI  
3203016104

JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2019

ANALISIS PENGARUH *OPINION SHOPPING* TERHADAP  
OPINI *GOING CONCERN*: KAJIAN DARI *FINANCIAL  
DISTRESS* DAN *COMPANY SIZE*

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Jurusan Akuntansi

OLEH:

ENDANG RETNO TRI SUSANTI

3203016104

JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2019

**HALAMAN PERSETUJUAN**

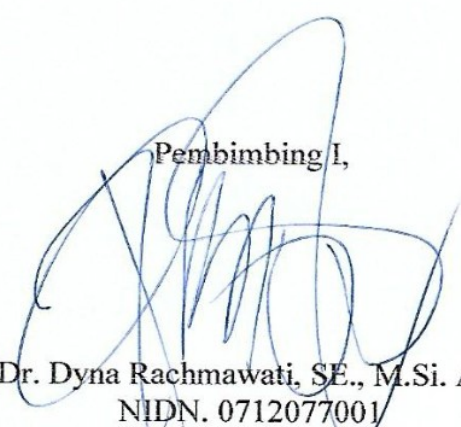
**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH *OPINION SHOPPING* TERHADAP  
*OPINI GOING CONCERN*: KAJIAN DARI *FINANCIAL  
DISTRESS* DAN *COMPANY SIZE***

Oleh:  
ENDANG RETNO TRI SUSANTI  
3203016104

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

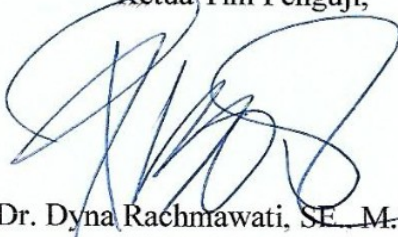


Dr. Dyna Rachmawati, SE., M.Si. Ak.  
NIDN. 0712077001  
Tanggal: 07 Januari 2020

## HALAMAN PENGESAHAN


**Skripsi yang ditulis oleh: Endang Retno Tri Susanti NRP 3203016104**  
Telah diuji pada tanggal 16 Januari 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji,



Dr. Dyna Rachmawati, SE., M.Si. Ak.  
NIDN. 0712077001

Mengetahui,



Dekan,  
Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA.  
NIDN. 0713097203

Ketua Program Studi Akuntansi S1,



S, Patricia Febrina D., SE., MA.  
NIDN. 0711028601

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Endang Retno Tri Susanti

NRP : 3203016104

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Opinion Shopping* Terhadap Opini *Going Concern*: Kajian Dari *Financial Distress* Dan *Company Size*

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (digital library Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 06 Januari 2020  
Yang menyatakan



Endang Retno Tri Susanti

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala kasih, berkat, dan penyertaan-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Akuntansi pada Fakultas Bisnis Jurusan Akuntansi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. S, Patricia Febrina D., SE., MA., selaku Ketua Program Studi Akuntansi S1 Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Hendra Wijaya, S.Akt., MM., CPMA., selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi S1 Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Dr. Dyna Rachmawati, SE., M.Si. Ak., selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar membimbing dan memberikan semangat, saran, serta masukan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bernadetta Diana Nugraheni, SE., M.Si., QIA, selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan saran selama masa studi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Akuntansi yang meluangkan waktu untuk memberikan saran yang berguna bagi penulis.
7. Orang tua dan keluarga penulis, yang selalu memberikan doa dan dukungan terbaik dari awal perkuliahan hingga akhir penulisan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan: Nia Karolina O., Eva Lina, Evelyn Febrianti U., Hanasy Pritha, Katarina Alvina, dan Monica Elisabet, yang menemani penulis dari awal perkuliahan hingga akhir serta selalu mendengarkan segala cerita penulis.
9. Teman-teman Laboratorium Riset Bisnis: Lisa Gunawan, Natalia Kristina, Agnes Sandra, Augustine Alicia Kosasih, Fico Abraham, Joshua Pranajaya S., dan Johan Santosa, yang telah memberikan semangat, bantuan, dan dukungan untuk penulis.
10. Kak Shinta Remeina, Marini Yasmin Ghafariyah Ramadhani, Faradella Indika Kirana, Irene Febiana Soedarso, Kak Wieko Abimael, Ayu Pramitha Wijayanti, Adinda Ruthiara Putri Markus, Nadillah Hidayatul A. S., Josua Octrian Imanuel T., Andika

Candra Aprillianto, Sebastian Abednego Purwacaraka, dan Clarissa Edrea, teman-teman Kementerian SDM yang selalu memberikan semangat, doa, dan senantiasa mendukung penulis dengan penuh kasih dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih banyak atas segala doa, bantuan, dukungan, semangat dan perhatiannya kepada penulis.

Penulis sadar bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini, sehingga segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan terbuka. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Surabaya, 06 Januari 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK .....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	10
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	21
2.4 Model Penelitian.....	25
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	28
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	32



3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan.....	32
3.6 Analisis Data.....	33
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
4.2 Deskripsi Data.....	38
4.3 Hasil Analisis Data.....	43
4.4 Pembahasan.....	53
BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	60
5.2 Keterbatasan.....	61
5.3 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 4.1 Kriteria Pemilihan Sampel.....	37
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Perusahaan <i>Non-Financial Distress</i> .....	39
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Perusahaan <i>Financial Distress</i> .....	40
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Perusahaan Besar.....	41
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Perusahaan Kecil.....	42
Tabel 4.6 <i>Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test</i> Perusahaan <i>Non-Financial Distress</i> .....	44
Tabel 4.7 <i>Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test</i> Perusahaan <i>Financial Distress</i> .....	44
Tabel 4.8 <i>Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test</i> Perusahaan Besar.....	45
Tabel 4.9 <i>Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test</i> Perusahaan Kecil.....	45
Tabel 4.10 Hasil -2 <i>Log Likelihood</i> Perusahaan <i>Non-Financial Distress</i> .....	46
Tabel 4.11 Hasil -2 <i>Log Likelihood</i> Perusahaan <i>Financial Distress</i> .....	46
Tabel 4.12 Hasil -2 <i>Log Likelihood</i> Perusahaan Besar.....	46
Tabel 4.13 Hasil -2 <i>Log Likelihood</i> Perusahaan Kecil.....	47
Tabel 4.14 <i>Nagelkerke's R Square</i> Perusahaan <i>Non-Financial Distress</i> .....	48
Tabel 4.15 <i>Nagelkerke's R Square</i> Perusahaan <i>Financial Distress</i> .....	48
Tabel 4.16 <i>Nagelkerke's R Square</i> Perusahaan Besar.....	48
Tabel 4.17 <i>Nagelkerke's R Square</i> Perusahaan Kecil.....	49
Tabel 4.18 Hasil Uji t Perusahaan <i>Non-Financial Distress</i> .....	49
Tabel 4.19 Hasil Uji t Perusahaan <i>Financial Distress</i> .....	50
Tabel 4.20 Hasil Uji t Perbandingan Perusahaan <i>Non-Financial Distress</i> dan <i>Financial Distress</i> .....	51
Tabel 4.21 Hasil Uji t Perusahaan Besar.....	51
Tabel 4.22 Hasil Uji t Perusahaan Kecil.....	52
Tabel 4.23 Hasil Uji t Perbandingan Perusahaan Besar dan Perusahaan Kecil.....	53

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian Analisis Pengaruh <i>Opinion Shopping</i> (OS) terhadap Opini <i>Going Concern</i> (OGC) Saat <i>Non-Financial Distress</i> (NFD).....	26
Gambar 2.2 Model Penelitian Analisis Pengaruh <i>Opinion Shopping</i> (OS) terhadap Opini <i>Going Concern</i> (OGC) Saat <i>Financial Distress</i> (FD).....	26
Gambar 2.3 Model Penelitian Analisis Pengaruh <i>Opinion Shopping</i> (OS) terhadap Opini <i>Going Concern</i> (OGC) pada Perusahaan Besar (PB).....	26
Gambar 2.4 Model Penelitian Analisis Pengaruh <i>Opinion Shopping</i> (OS) terhadap Opini <i>Going Concern</i> (OGC) pada Perusahaan Kecil (PK).....	27

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Perusahaan Sampel

Lampiran 2. Statistik Deskriptif

Lampiran 3. *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*

Lampiran 4. Hasil *-2 Log Likelihood*

Lampiran 5. *Nagelkerke's R Square*

Lampiran 6. Hasil Uji t

## ABSTRAK

Opini *going concern* merupakan tanggapan yang diterbitkan oleh auditor sehubungan dengan kecurigaan besar mengenai kapasitas perusahaan dalam terus melanjutkan kegiatan usahanya. Perolehan opini *going concern* dianggap sebagai pertanda buruk bagi pemegang saham. Oleh sebab itu manajemen perusahaan cenderung mempraktikkan *opinion shopping* agar jangan sampai perusahaannya mendapatkan opini *going concern*. *Opinion shopping* merupakan salah satu bentuk moral *hazard* manajemen untuk pencegahan perolehan opini *going concern*. *Opinion shopping* dilakukan manajemen dengan mempengaruhi keputusan auditor atau berganti ke auditor lain sehingga mau memberikan *unqualified opinion*. Moral *hazard* manajemen untuk mempraktikkan *opinion shopping* terjadi ketika manajemen perusahaan melakukan suatu tindakan yang tidak seluruhnya diketahui oleh pemegang saham. Moral *hazard* manajemen tersebut mungkin cocok diterapkan dalam situasi tertentu. Namun, seringkali tidak semua cara-cara yang diterapkan manajemen dapat berjalan secara efektif untuk situasi yang berbeda. Hal ini sejalan dengan teori kontinjensi, dimana moral *hazard* manajemen untuk mempraktikkan *opinion shopping* agar jangan sampai mendapatkan opini *going concern* juga menghasilkan pengaruh yang berbeda dalam situasi bervariasi. Oleh karena itu, peneliti menambahkan suatu kondisi dan ukuran yang dapat mempengaruhi hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern*. Penelitian ini membagi kondisi perusahaan menjadi dua, yaitu perusahaan dalam kondisi *non-financial distress* dan *financial distress*, serta membagi *company size* menjadi perusahaan besar dan kecil.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh *opinion shopping* terhadap opini *going concern* dengan menambahkan *company size* sebagai variabel kontrol. Opini *going concern* dapat diukur dengan melihat opini yang diterima perusahaan dari auditor yang dalam statistika dinyatakan sebagai variabel dummy. Perusahaan yang memperoleh opini *going concern* dari auditor disimbolkan angka 1 dan yang tidak akan diberi nilai 0. Sementara pada *opinion shopping*, angka 1 bagi perusahaan yang melakukan *opinion shopping* untuk periode berikutnya dan angka 0 bagi perusahaan yang tidak melakukan *opinion shopping* untuk periode berikutnya. *Financial distress* diukur dengan model prediksi kebangkrutan *Revised Altman* yang dikenal dengan istilah *Z score*. Sedangkan, *company size* diukur dengan melihat nilai dari logaritma total aset. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang ter-listing di BEI periode 2013-2017. Sampel penelitian dipilih berdasarkan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi logistik. Hasil penelitian membuktikan bahwa *opinion shopping* berpengaruh negatif terhadap opini *going concern* pada saat perusahaan dalam kondisi *non-financial distress*. *Opinion shopping* juga berpengaruh negatif terhadap opini *going concern* pada saat perusahaan dalam kondisi *financial distress*. Selain itu, *financial distress* juga dapat memperkuat pengaruh hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern*. Hal yang sama juga terjadi pada perusahaan besar, dimana *opinion shopping* berpengaruh negatif terhadap opini *going concern*. *Opinion shopping* juga berpengaruh negatif terhadap opini *going concern* pada perusahaan kecil. Selain itu, perusahaan kecil juga dapat memperkuat pengaruh hubungan antara *opinion shopping* terhadap opini *going concern*.

**Kata kunci:** *Opini Going Concern, Opinion Shopping, Financial Distress, Company Size.*

## ABSTRACT

Going concern opinion is a response issued by the auditor in findings of a large suspicion regarding the company's continuing capacity to continue its business activities. The reception of going concern opinion is considered a bad sign for shareholders. Therefore, company management tends to practice opinion shopping so that the company does not get a going concern opinion. Opinion shopping is a form of moral hazard management to prevent the reception of going concern opinion. Opinion shopping can be performed by management with influencing the auditor's decision or changing to another auditor so that he is willing to provide an unqualified opinion. Moral hazard management to practice opinion shopping occurs when company management does an action that is not fully known by shareholders. Moral hazard management may be suitable to be applied in certain situations. However, often not all of the ways that management applies can work effectively for different situations. As well as contingency theory, that moral hazard management to practice opinion shopping so as not to get a going concern opinion also produces different influences in varied situations. Therefore, the researcher adds a condition and measure that can affect the relationship between opinion shopping and going concern opinion. This study divides company conditions into non-financial distress and financial distress conditions, and divides company size into large and small companies.

This study aims to empirically prove the effect of opinion shopping on going concern opinion by adding company size as a control variable. Going concern opinion can be measured by looking at the opinion received by the company from the auditor which is stated in statistics as a dummy variable. Companies that obtain going concern opinion from auditors are symbolized by number 1 and if not be given a value of 0. While in opinion shopping, number 1 for companies that do opinion shopping for the next period and number 0 for companies that do not do opinion shopping for the next period. Financial distress is measured by the Revised Altman bankruptcy prediction model that known as the Z score. Meanwhile, company size is measured by looking at the value of the logarithm of total assets. The object used in this study is manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2013-2017. The research sample was chosen based on the purposive sampling method. Data analysis techniques using logistic regression analysis. The results of the study prove that opinion shopping has a negative effect on going concern opinion when the company is in a non-financial distress condition. Opinion shopping also has a negative effect on going concern opinion when the company is in financial distress. In addition, financial distress can also strengthen the influence of the relationship between opinion shopping on going concern opinion. The same thing happens to large companies, where opinion shopping negatively affects going concern opinion. Opinion shopping also has a negative effect on going concern opinion in small companies. In addition, small companies can also strengthen the influence of the relationship between opinion shopping on going concern opinion.

**Keywords:** *Going Concern Opinion, Opinion Shopping, Financial Distress, Company Size.*