



JURNAL EKONOMI BISNIS DAN AKUNTANSI

Halaman Jurnal: <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/Jebaku>

Halaman UTAMA: <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php>



OPINI AUDIT TAHUN SEBELUMNYA, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN PENERIMAAN OPINI AUDIT

Michael Josep Sinaga^a, Mila Susanti^b

^a Fakultas Ekonomi / Jurusan Akuntansi, 1932152@unai.edu, Universitas Advent Indonesia

^b Fakultas Ekonomi / Jurusan Akuntansi, milasusanti@unai.edu, Universitas Advent Indonesia

ABSTRACT

The company need an audit opinion to be able to validate the accountability of the company's financial statements to users, so as to be able to produce the right decisions. Therefore, this research aimed to determine the effect of the previous year's audit opinion and the company's growth on the receipt of this year's audit opinion. This research used quantitative data taken from the financial reports of companies listed on the IDX for 2020-2021. It was found that there were 35 companies as a population that entered the trade, service and investment sectors, especially in the tourism, hotel and restaurant sub-sectors. The data collection process founded that there were 27 companies in 2020 that could be processed as samples, while in 2021 there were 29 sample companies. This study used descriptive analysis techniques and correlational inferential statistics. The results of the observations shown that the previous audit opinion had a significant effect on this year's audit opinion. The findings on the company's growth illustrated the absence of a significant influence on the receipt of audit opinions this year. The conclusion that could be drawn from this study was that the auditor in providing an opinion was influenced by the opinion of the previous year, but not influenced by the growth of the company.

Keywords: *previous audit opinion, sales growth, audit opinion*

ABSTRAK

Perusahaan membutuhkan opini audit untuk dapat memvalidasi pertanggungjawaban laporan keuangan perusahaan kepada pengguna, sehingga mampu menghasilkan keputusan yang tepat. Oleh sebab itu, riset ini bertujuan mencari efek opini audit sebelumnya dan pertumbuhan penjualan pada opini audit tahun ini. Riset ini memakai data kuantitatif dari laporan keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2020-2021. Ditemukan adanya 35 perusahaan sebagai populasi yang masuk ke dalam sektor jasa khususnya di sub sektor pariwisata, hotel dan restoran. Proses pengumpulan data mendapati terdapat 27 perusahaan di tahun 2020 yang dapat diolah sebagai sampel, sedangkan di tahun 2021 terdapat 29 perusahaan sampel. Teknik statistik inferensial korelasional dan analisis deskriptif dipaparkan di riset ini. Hasil pengamatan menggambarkan bahwa opini audit sebelumnya berdampak signifikan pada opini audit tahun ini. Temuan tentang pertumbuhan perusahaan menggambarkan tidak adanya signifikansi pengaruh pada opini audit tahun ini. Kesimpulan yang dapat ditarik adalah auditor dalam memberikan opini dipengaruhi oleh opini tahun sebelumnya, namun tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan perusahaan.

Kata kunci: opini audit sebelumnya, pertumbuhan penjualan, opini audit

1. PENDAHULUAN

Datangnya pandemi Covid 19 menimbulkan banyak korban jiwa. Tidak hanya itu, pandemi Covid 19 mengakibatkan terpuruknya perekonomian dunia. Pertumbuhan ekonomi menjadi lambat akibat adanya kebijakan pembatasan sosial dan karantina wilayah yang berdampak pada terhambatnya kegiatan ekonomi

Received Februari, 2023; Revised Maret, 2023; Accepted Maret 22, 2023

(Aeni, 2021). Situasi ini tentu saja berdampak juga pada sektor restoran, hotel dan pariwisata. Kunjungan wisatawan di tahun 2022 bertumbuh 30-78% di skala dunia dibanding tahun 2021. Tapi sayangnya masih menunjukkan angka di bawah 50% bila dibandingkan dengan situasi sebelum pandemi (Suryadi, 2022).

Kebangkitan Indonesia dari pandemi diharapkan terus bertumbuh pada 2022 dan terus berlanjut. Hotel dan restoran menjadi bagian utama pendukung kehidupan sektor pariwisata. Pengurus Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) meminta sumbangan para *stakeholder* supaya pariwisata kembali menjadi contributor yang besar di PDB Indonesia. Tercatat banyak hotel dan restoran yang terpaksa ditutup dengan 2 juta kasus pemutusan hubungan kerja karyawan yang bekerja di sektor ini (Suryadi, 2022).

Kemerosotan kinerja di bidang restoran dan perhotelan terlihat dari hampir sebagian besar perusahaan sejenis yang tercatat di BEI di tahun 2020 hingga 2021. Perusahaan ini cenderung mengalami kerugian dan memiliki tren kerugian yang makin membesar. Demikian juga dengan kecenderungan pertumbuhan perusahaan ke arah negatif dari sisi penjualan (Suryadi, 2022). Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran para *stakeholder* atas jaminan kelangsungan hidup bisnis di bidang restoran, hotel dan pariwisata. Oleh sebab itu, opini audit menjadi makin dibutuhkan bagi para *stakeholder* dan salah satu alat untuk memastikan kondisi keuangan dari perusahaan tersebut.

Opini audit laporan keuangan menjadi bentuk akuntabilitas perusahaan kepada semua pengguna. Terlebih opini audit yang diterbitkan oleh auditor eksternal yang diharapkan memiliki sikap auditor yang independen. Perusahaan membutuhkan opini audit atas laporan keuangan untuk dapat memvalidasi pertanggungjawaban pembukuannya kepada *stakeholder* yang menggunakannya. Opini audit menjadi suatu tanda bahwa proses pelaporan dan posisi laporan keuangan yang sebenarnya, wajar dan layak sudah dilakukan. Suatu pemeriksaan yang digunakan untuk membandingkan antara kondisi yang terjadi dengan standar yang sudah ditetapkan. Oleh sebab itu, laporan keuangan yang belum ada hasil auditnya masih dianggap kurang dipercaya kelayakannya (Pratiwi & Lim, 2019).

Hasil opini audit menjadi salah satu faktor yang digunakan investor dalam mengambil keputusan. Opini laporan keuangan yang muncul memperlihatkan informasi penting bagi para *stakeholder*. Opini audit bermanfaat untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan beserta ukuran keberhasilan pengelola dalam menggunakan aset perusahaan. Hal ini menjadi jalan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan para *stakeholder* (Harjito, 2017).

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Agensi

Teori agensi (Jensen & Meckling, 1976) menjadi teori yang mendasari kebutuhan perusahaan akan pihak eksternal yang independen agar memberikan informasi yang obyektif dari para pengampu dan pelaksana perusahaan dalam mengelola perusahaan. Teori agensi muncul karena adanya ketidakpercayaan pihak *stakeholder* (prinsipal) atas kinerja manajemen (agen) dalam mengelola perusahaan. Adanya kemungkinan munculnya agen dalam mengelola perusahaan tidak bertindak sepenuhnya untuk kepentingan prinsipal. Hal ini muncul karena adanya kecenderungan dari manusia yang memiliki sifat dasar yang selalu mementingkan diri sendiri (Eisenhardt, 1989). Oleh sebab itu, dibutuhkan peran auditor eksternal untuk menjadi penengah antara kepentingan prinsipal dan agen, sehingga mampu meminimalkan perselisihan dan tidak mengganggu jalannya aktivitas dan keberlangsungan perusahaan.

2.2. Teori Sinyal

Teori sinyal (Spence, 1973) pada prinsipnya digunakan untuk memberikan isyarat kepada penerima dari pengirim atas kondisi perusahaan. Isyarat ini digunakan karena adanya hambatan dalam menyampaikan informasi, sehingga informasi tidak sepenuhnya diterima dengan baik. Isyarat ini dapat berbentuk pertumbuhan perusahaan untuk beberapa waktu ke depan. Isyarat itu juga menggambarkan usaha yang dilakukan pihak manajemen dalam memenuhi keinginan pemilik perusahaan. Isyarat ini menjadi tanda yang dibutuhkan bagi para pengambil keputusan. Isyarat ini berupa hasil opini audit yang diterbitkan oleh auditor eksternal.

2.3. Opini Audit

Opini Audit Sebelumnya, Pertumbuhan Perusahaan dan Penerimaan Opini Audit (Michael J Sinaga)

Audit merupakan aktivitas yang dilakukan auditor dalam mengumpulkan dan memeriksa bukti-bukti transaksi dengan tujuan untuk mendapatkan ketepatan proses pencatatan hingga menghasilkan informasi sesuai dengan standar yang ditetapkan. Tujuannya adalah menemukan kewajaran dan kelayakan sebuah laporan keuangan yang dibuat oleh perusahaan (Arens et al., 2021).

Hasil pemeriksaan yang dilakukan auditor diakhiri dengan memberikan laporan yang berisi temuan dan rekomendasi yang didapat selama pemeriksaan. Laporan ini menjadi alat yang digunakan auditor untuk menyampaikan hasil temuan dari pemeriksaan yang telah dilakukan. Poin penting dari laporan ini berada di paragraf ketiga laporan audit yaitu paragraph opini (Mulyadi, 2014).

Opini audit menjadi alat yang digunakan auditor untuk menyampaikan unsur kesesuaian temuan laporan keuangan dengan prinsip akuntansi yang diterima secara umum. Terdapat 5 jenis opini audit menurut Agoes (2015), yaitu: pendapat wajar tanpa pengecualian, pendapat wajar tanpa pengecualian dengan tambahan penjelasan, pendapat wajar dengan pengecualian, pendapat tidak wajar dan tidak memberikan pendapat.

Auditor bisa saja mendapati situasi perusahaan yang kurang baik seperti penurunan penjualan yang berdampak pada kerugian akibat besarnya biaya. Temuan ini menyebabkan auditor mengeluarkan pertimbangan dan perhatiannya atas kelangsungan hidup perusahaan. Atas keraguan pada kemampuan perusahaan berikutnya membuat auditor memberikan opini audit *going concern*. (IAPI, 2021).

2.4. Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan adalah perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu. Perubahan tersebut bisa menunjuk ke arah peningkatan maupun penurunan. Pertumbuhan perusahaan adalah perubahan yang terjadi pada aktivitas perusahaan baik meningkat maupun menurun. Pada umumnya pertumbuhan perusahaan dapat diukur dari perubahan penjualan atau laba bersih perusahaan. Peningkatan penjualan menandakan adanya kemampuan perusahaan untuk mempertahankan bahkan mengembangkan diri menjadi lebih besar di kemudian hari. Sebaliknya, penurunan penjualan menandakan adanya peluang kegagalan perusahaan dalam mempertahankan posisi dalam persaingan industri sejenisnya. Peningkatan penjualan memberikan peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan laba sehingga mampu menambah modal bagi kegiatan operasional perusahaan (Srimindarti, 2019)

2.5 Opini Audit Tahun Sebelumnya dan Penerimaan Opini Audit

Sebelum melakukan pemeriksaan pada pembukuan klien, auditor pada umumnya melakukan proses perencanaan audit. Dalam proses ini, auditor akan terlebih dahulu mempelajari kondisi perusahaan klien melalui opini audit yang diterima tahun sebelumnya beserta catatan-catatan rekomendasi. Hasil opini audit tahun sebelumnya menjadi salah satu bahan pertimbangan pelaksanaan audit dan pemberian opini audit tahun ini.

Rahmawati et al. (2018), Putri et al. (2019), Wahasusmiah et al. (2019) dan Halim (2021) menyatakan bahwa opini audit diberikan auditor dengan mempertimbangkan opini audit yang diterima *auditee* pada tahun sebelumnya. Penelitian yang sejalan dilakukan oleh Pratiwi & Lim (2019), dimana auditor perlu lebih meyakinkan hasil peningkatan kondisi perusahaan di tahun berjalan. Peningkatan kondisi keuangan perusahaan meyakinkan auditor untuk tidak perlu menyertakan opini audit *going concern*. Bila bukti empiris menggambarkan kondisi sebaliknya yang cukup material, memungkinkan timbulnya perubahan opini audit dengan disertai penekanan pada hal tertentu. Temuan yang berlawanan diperoleh oleh Harjito (2017) memunculkan hasil bahwa auditor belum tentu memberikan opini yang sama dengan tahun sebelumnya dengan mengamati kondisi keuangan perusahaan dengan lebih cermat. Dengan demikian dapat dibentuk hipotesis sebagai berikut.

Ha1: Opini tahun sebelumnya berpengaruh terhadap penerimaan opini audit

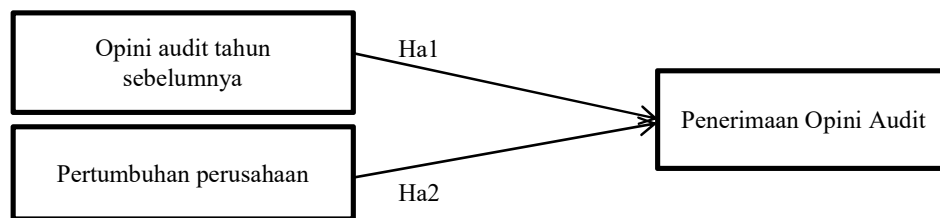
2.6 Pertumbuhan Perusahaan dan Penerimaan Opini Audit

Pertumbuhan penjualan menghasilkan peningkatan laba. Keyakinan auditor pada penerimaan laba yang tinggi di perusahaan memudahkan auditor dalam memberikan opini audit bagi kliennya. Namun, bila perusahaan justru menghadapi adanya penurunan volume penjualan, hal ini cenderung membuat penurunan

laba yang diperoleh perusahaan. Kurangnya laba berakibat pada kesulitan perusahaan dalam proses operasional di masa mendatang. Bila manajemen tidak mengelola dengan baik, maka kelangsungan hidup perusahaan terancam.

Temuan dari Harjito (2017) menggambarkan bahwa pertumbuhan perusahaan ke arah negatif tidak membuat auditor membuat menerbitkan opini yang disertai tambahan kepedulian tentang kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang. Temuan yang sejenis dihasilkan oleh Putri et al. (2019), Wahasumiah et al. (2019) dan Halim (2021), opini audit tidak dipengaruhi oleh perubahan penjualan. Temuan yang berbeda dari Rahmawati et al. (2018) dan Pratiwi & Lim (2019) menghasilkan adanya pengaruh yang signifikan pada perubahan penjualan terhadap opini audit. Dengan demikian dibentuk hipotesis sebagai berikut.

Ha2: Pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap penerimaan opini audit



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

3. METODOLOGI PENELITIAN

Kasus memanfaatkan data kuantitatif (Sugiyono, 2018) dari laporan keuangan perusahaan yang tercatat di BEI. Penelitian ini berfokus pada analisis data yang terjadi di tahun 2020-2021. Namun penelitian ini juga menggunakan data awal yaitu tahun 2019 menjadi tahun dasar penelitian untuk mendapatkan data yang diolah di tahun berikutnya. Sehingga tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh opini audit sebelumnya dan pertumbuhan perusahaan terhadap penerimaan opini audit dapat tercapai.

Ditemukan adanya 35 perusahaan sebagai populasi yang masuk ke dalam sektor perdagangan, jasa dan investasi khususnya di sub sektor restoran, hotel dan pariwisata. Proses pengumpulan data mendapati terdapat 27 perusahaan di tahun 2020 yang dapat diolah sebagai sampel, sedangkan di tahun 2021 terdapat 29 perusahaan sampel. Penemuan sampel data olahan ini terjadi karena adanya ketidaklengkapan data di beberapa perusahaan di tahun penelitian. Oleh sebab itu penentuan sampel berdasarkan *purposive sampling* (Sugiyono, 2018). Kelengkapan yang dibutuhkan agar dapat menjadi sampel penelitian adalah menerbitkan laporan keuangan auditan di tahun yang diteliti, sekitar delapan perusahaan tidak mampu menerbitkannya. Akhirnya, data sampel penelitian ini berjumlah 56 data.

Variabel opini audit sebelumnya dan opini audit tahun berjalan menggunakan skala pengukuran ordinal. Data ordinal adalah data urutan tertentu yang berbentuk kategoris. Khusus untuk variabel ordinal biasanya diberi nomor peringkat dari yang tertinggi hingga terendah atau sebaliknya (Sugiyono, 2018). Sebagaimana kita ketahui bahwa terdapat 5 opini yang diberikan oleh auditor, dari opini yang terbaik hingga tidak memberikan opini. Oleh sebab itu, berikut ini adalah skala pengukuran ordinal untuk opini audit.

Tabel 1. Skala Pengukuran Penerimaan Opini Audit

No	Opini Audit	Skala Pengukuran	
		Tanpa Going Concern	Dengan Going Concern
1	Wajar tanpa pengecualian	5	4,5
2	Wajar tanpa pengecualian dengan tambahan penjelasan	4	3,5
3	Wajar dengan pengecualian	3	2,5
4	Tidak wajar	2	1,5
5	Tidak memberikan pendapat	1	-

Opini Audit Sebelumnya, Pertumbuhan Perusahaan dan Penerimaan Opini Audit (Michael J Sinaga)

Variabel pertumbuhan perusahaan dihitung menggunakan formula pertumbuhan penjualan dengan rumus hasil selisih penjualan bersih tahun ini dikurangi dengan tahun sebelumnya dibagi dengan penjualan bersih tahun sebelumnya (Srimindarti, 2019). Dengan demikian, hasil pertumbuhan perusahaan ini menggunakan skala pengukuran rasio (Sugiyono, 2018).

Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif (Sugiyono, 2018) untuk mengetahui gambaran umum tentang perubahan penjualan dan opini audit pada perusahaan sektor restoran, hotel dan pariwisata yang sedang diteliti. Analisis data menggunakan analisis statistik inferensial korelasional (Sugiyono, 2018) untuk mengetahui keeratan hubungan dan menguji pengaruh pada variabel perubahan penjualan dan opini audit.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Pengaruh Opini Audit Tahun Sebelumnya terhadap Penerimaan Opini Audit

Stakeholder pada umumnya mengharapkan adanya tanda baik dari perusahaan, dengan tujuan untuk menghasilkan keputusan yang terbaik dan tepat. Tanda baik yang dimaksudkan adalah terbitnya opini audit yang terbaik yaitu opini wajar tanpa pengecualian (*unqualified*). Opini *unqualified* menggambarkan pihak manajemen telah bertanggung jawab atas proses pengelolaan perusahaan melalui laporan keuangan yang diterbitkan. Opini yang diterbitkan auditor eksternal menjadi bukti yang mampu meningkatkan kepercayaan pihak pemilik perusahaan terhadap kinerja dari manajemennya.

Tabel 2. Deskripsi Penerimaan Opini Audit Tahun Sebelumnya (2019 dan 2020)

No	Hasil Opini Audit	Jumlah
1	Wajar tanpa pengecualian	28
2	Wajar tanpa pengecualian dengan tambahan penjelasan	1
3	Wajar tanpa pengecualian dengan penekanan pada keberlangsungan usaha	27
Total		56

Hasil pengumpulan data penerimaan opini audit tahun sebelumnya pada perusahaan sektor jasa khususnya di bidang restoran, hotel dan pariwisata yang terdaftar di BEI 2020 dan 2021 berjumlah 56 data. Sebanyak 28 perusahaan yang menerima opini audit *unqualified*, sedangkan penerima opini *unqualified* dengan tambahan penjelasan terdapat satu perusahaan di tahun 2019 dengan kode perusahaan MAMI. Sisanya, yaitu sebanyak 27 perusahaan menerima opini *unqualified* dengan disertai penekanan tentang keberlangsungan hidup perusahaan selanjutnya (*going concern*).

Tabel 3. Deskripsi Penerimaan Opini Audit (2020 dan 2021)

No	Hasil Opini Audit	Jumlah
1	Wajar tanpa pengecualian	30
2	Wajar tanpa pengecualian dengan penekanan pada keberlangsungan usaha	26
Total		56

Hasil pengumpulan data penerimaan opini audit tahun penelitian menunjukkan adanya peningkatan angka di penerima opini wajar tanpa pengecualian dari 28 perusahaan menjadi 30 perusahaan. Sedangkan penerima opini wajar tanpa pengecualian dengan penekanan pada keberlangsungan hidup perusahaan selanjutnya menghasilkan penurunan angka dari 27 perusahaan menjadi 26 perusahaan. Terdapat lima perusahaan yang tidak menerima opini audit *going concern* di tahun penelitian dan empat perusahaan menerima opini audit *going concern* di tahun penelitian.

Tabel 4. Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi, Signifikansi Opini Audit Sebelumnya dan Penerimaan Opini Audit

Regression Statistics	
<i>Multiple R</i>	0,706144
<i>R Square</i>	0,498639
<i>P-Value (Significance t)</i>	0,000000
<i>Observations</i>	56

Berdasarkan temuan di atas, dapat disimpulkan bahwa sektor jasa bidang pariwisata, hotel dan restoran yang tercatat di BEI 2020-2021 menerima opini wajar tanpa pengecualian. Semua perusahaan telah diperiksa laporan keuangannya dan telah dinyatakan tidak didapati kesalahan yang material dalam proses pembukuan dan telah diperiksa sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku.

Tabel 4 menunjukkan nilai *multiple r* sebesar 0,706144 (dalam interval r kuat = 0,60 – 0,79) yang memiliki makna bahwa opini audit sebelumnya berhubungan kuat dengan penerimaan opini audit. Nilai r square sebesar 0,498639 mengartikan bahwa besarnya opini audit sebelumnya adalah sebesar 49,86% atau hampir 50% mampu menyebabkan penerimaan opini audit tahun penelitian. Opini audit sebelumnya berpengaruh signifikan terhadap penerimaan opini audit tahun penelitian dapat dilihat dari nilai P -Value $0,0000 < 0,05$, sehingga hipotesis diterima.

Perusahaan sub sektor restoran, hotel dan pariwisata yang terdaftar di BEI tahun penelitian 2020-2021 menunjukkan adanya hubungan yang kuat dalam penerimaan opini audit tahun sebelumnya dengan tahun penelitian. Auditor menerapkan proses review ulang dari hasil opini dan rekomendasi yang diterima perusahaan tahun sebelumnya untuk menjadi dasar pemeriksaan tahun berjalan agar tidak terjadi perbedaan yang terlalu jauh dalam sistem dan cara penilaian dalam pengambilan keputusan pemberian opini audit. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan dari Pratiwi & Lim (2019), Rahmawati et al. (2018), Putri et al. (2019), Wahasumiah et al. (2019) dan Halim (2021). Temuan yang berlawanan diperoleh oleh Harjito (2017) memunculkan hasil bahwa auditor belum tentu memberikan opini yang sama dengan tahun sebelumnya, karena adanya pertimbangan lain yang lebih penting menjadi landasannya.

4.2 Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Penerimaan Opini Audit

Pada umumnya pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun menjadi indikator pertumbuhan dari sebuah perusahaan. Pertumbuhan penjualan membawa kemungkinan makin besar peluang perusahaan lebih tangguh dalam persaingan ekonomi karena kemampuan memperoleh laba yang lebih tinggi. Ketangguhan dalam persaingan berdampak kepada kesanggupan dalam keberlangsungan hidup jangka panjang perusahaan di masa mendatang. Pertumbuhan perusahaan cenderung mendapatkan opini wajar tanpa pengecualian.

Sebaliknya, perusahaan yang tidak mengalami pertumbuhan akibat penurunan volume penjualan terus menerus berdampak menghambat kesanggupan perusahaan untuk bertahan bahkan cenderung menuju kebangkrutan. Kondisi ini menyebabkan auditor memberikan opini audit *going concern*, karena auditor meragukan kelangsungan usaha jangka panjang perusahaan.

Tabel 5. Deskripsi Pertumbuhan Perusahaan

Keterangan	%
Minimum	-95,07
Maksimum	770,88
Rata-rata	-3,32
Jumlah	56
Rata-rata 2020	-55,70
Rata-rata 2021	45,44

Hasil pengumpulan data pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan pada sub sektor restoran, hotel dan pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2020-2021 dapat dilihat di tabel 5. Terlihat nilai minimum sebesar negatif 95,07% terjadi di tahun 2020 pada perusahaan dengan kode NASA. Perusahaan tersebut mengalami penurunan jumlah penjualan sebesar 95,07% bila dibanding dengan penjualan tahun sebelumnya. Peningkatan penjualan terbesar terjadi pada perusahaan dengan kode PGJO di tahun 2021 sebesar 770,88% bila dibanding dengan total penjualan tahun sebelumnya. Namun, rata-rata pertumbuhan penjualan di sub sektor restoran, hotel dan pariwisata adalah negatif 3,32% bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Di tahun 2020 memiliki satu sejarah penting bagi dunia, dimana tahun ini terjadi pandemi. Kondisi ini mengakibatkan beberapa negara mengalami kelumpuhan dalam perekonomian sehingga mengalami resesi

ekonomi. Hal ini berdampak juga kepada subsektor restoran, hotel dan pariwisata yang terdaftar di BEI. Bila kita telaah lebih dalam lagi, maka tabel di bawah ini dapat menjelaskan kondisi keuangan mereka dalam menghadapi pandemi Covid-19.

Tabel 6. Pertumbuhan Penjualan per Tahun

Tahun	Naik	Turun
2020	0	27
2021	17	12
Total	56	

Tabel 6 menggambarkan kondisi perekonomian dari bidang pariwisata, hotel dan restoran BEI 2020 dan 2021. Pada tahun 2020 terlihat bahwa semua data sampel dalam penelitian ini mengalami penurunan penjualan. Bahkan kondisi inipun menyebabkan 8 perusahaan tidak dapat untuk menerbitkan laporan keuangannya agar dapat dilakukan pengolahan data. Dengan usaha yang dilakukan pemerintah dalam penanganan pandemi Covid 19 ini, terlihat telah terjadi pemulihan perekonomian khususnya di sektor restoran, hotel dan pariwisata. Terlihat di tahun 2021 sudah terdapat 17 perusahaan yang mengalami peningkatan penjualan, walaupun masih terdapat 12 perusahaan yang tetap memiliki penurunan hasil penjualan. Terdapat dua perusahaan tambahan lagi di tahun 2021 yang akhirnya mampu menerbitkan laporan keuangannya untuk diteliti.

Tabel 7. Deskripsi Pertumbuhan Penjualan per Tahun

	Min	Maks	Rata
2020	-95,0737	-13,2514	-55,696
2021	-87,3456	770,8738	45,4429

Secara detail data pertumbuhan penjualan per tahun dapat dilihat di tabel 7. Rata-rata perusahaan sektor jasa bidang restoran, hotel dan pariwisata di 2020 mengalami penurunan penjualan sebesar 55,70% dari tahun sebelumnya. Penurunan penjualan terbesar hampir mencapai 100% yaitu 95%, walaupun terdapat perusahaan yang hanya mengalami penurunan 13% di tahun 2020. Untuk tahun 2021, rata-rata bidang pariwisata, hotel dan restoran di BEI sudah mampu bangkit kembali dan mengalami peningkatan perekonomian sebesar 45% dari tahun sebelumnya. Tahun 2021 yang masih mengalami penurunan penjualan terbesar adalah perusahaan dengan kode PDES (87%), sedangkan perusahaan yang mampu bangkit dan mengalami peningkatan penjualan yang sangat luar biasa adalah perusahaan dengan kode PGJO (770,8%) dari tahun sebelumnya.

Tabel 8. Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi, Signifikansi Pertumbuhan Perusahaan dengan Penerimaan Opini Audit

Regression Statistics	
Multiple R	0,119878
R Square	0,014371
P-Value (Significance t)	0,378841
Observations	56

Tabel 8 menunjukkan nilai *multiple r* sebesar 0,119878 (dalam interval r kuat = 0,00 – 0,1999) yang memiliki makna bahwa pertumbuhan perusahaan sangat lemah hubungannya dengan penerimaan opini audit di tahun penelitian. Nilai r square sebesar 0,014371 mengartikan bahwa jumlah pertumbuhan penjualan hanya sebesar 1,43% dalam mempengaruhi penerimaan opini audit tahun penelitian. Penerimaan opini audit tidak signifikan disebabkan oleh perubahan penjualan dengan melihat P-Value 0,378841 > 0,05, sehingga hipotesis ditolak.

Pada sektor jasa bidang restoran, hotel dan pariwisata yang tercatat di BEI tahun penelitian 2020-2021 menunjukkan adanya hubungan sangat lemah dalam pertumbuhan perusahaan dengan penerimaan opini audit tahun penelitian. Berdasarkan hasil pengamatan, walaupun sudah ada geliat kebangkitan di penjualan,

Opini Audit Sebelumnya, Pertumbuhan Perusahaan dan Penerimaan Opini Audit (Michael J Sinaga)

namun masih sebagian besar dari perusahaan yang masih belum mendapatkan laba perusahaan. Dapat disimpulkan di sini bahwa kondisi penerimaan opini audit tidak dipengaruhi oleh perubahan penjualan. Dengan demikian menggambarkan komitmen perusahaan dalam melakukan proses pertanggung-jawaban perusahaan untuk tetap berlaku jujur, transparan dan mampu dipercaya *stakeholder* walaupun dalam kondisi yang sulit. Temuan ini sejalan dengan temuan yang dihasilkan oleh Putri et al. (2019), Wahasumiah et al. (2019) dan Halim (2021), dimana pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap penerimaan opini audit. Temuan ini sedikit bertentangan dengan temuan dari Harjito (2017) menggambarkan bahwa pertumbuhan perusahaan ke arah negatif tidak membuat auditor membuat menerbitkan opini yang disertai tambahan kepedulian tentang kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang. Karena masih terlihat adanya perusahaan yang menerima opini tambahan tentang kepedulian keberlangsungan hidup perusahaan sebanyak 27 perusahaan di tahun 2020 dan 26 perusahaan di tahun 2021 (tabel 2 dan 3). Temuan yang berbeda dari Rahmawati et al. (2018) dan Pratiwi & Lim (2019) menghasilkan penerimaan opini audit dipengaruhi secara signifikan oleh perubahan penjualan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Paparan di atas menghasilkan simpulan bahwa sektor jasa bidang restoran, hotel dan pariwisata di BEI berhubungan kuat pada penerimaan opini audit sebelumnya dengan penerimaan opini audit. Sektor inipun didapati bahwa opini audit dipengaruhi secara signifikan oleh opini audit sebelumnya.

Kesimpulan kedua adalah adanya hubungan yang sangat lemah antara perubahan penjualan dengan penerimaan opini audit tahun penelitian. Demikian juga dengan perubahan penjualan tidak signifikan pengaruhnya dengan penerimaan opini audit tahun penelitian.

Penelitian ini memiliki keterbatasan waktu dan biaya, oleh sebab itu penulis memberikan saran bagi penelitian selanjutnya dengan mengambil data pertumbuhan perusahaan yang diprosikan dengan laba dan membandingkannya dengan penjualan, sehingga dapat menghasilkan analisis yang lebih dalam mengenai pertumbuhan perusahaan dengan penerimaan opini audit.

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, S. (2015). *Auditing, Petunjuk Praktis Pemeriksaan Akuntan oleh Kantor Akuntan Publik* (4th ed.). Salemba Empat.
- Arens, A. A., Elder, R. J., Beasley, M. S., & Hogan, C. E. (2021). *Auditing and Assurance Services; An Integrated Approach* (17th ed.). Pierson.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14.
- Halim, K. I. (2021). Pengaruh Leverage, Opini Audit Tahun Sebelumnya, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Opini Audit Going Concern. *Owner*, 5(1). <https://doi.org/10.33395/owner.v5i1.348>
- Harjito, Y. (2017). Analisis Kecenderungan Penerimaan Opini Audit Going Concern Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi*, 19(1). <https://doi.org/10.24912/ja.v19i1.112>
- Indonesia, I. A. P. (2021). Standard Audit 570. In *Standard Audit* (2021st ed.). <http://spap.iapi.or.id/1/files/SA 500/SA 570.pdf>
- Jensen, C. M., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*.
- Mulyadi. (2014). *Auditing* (6th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Nurul Aeni. (2021). Pandemi Covid-19: Dampak Kesehatan, Ekonomi & Sosial. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan Dan IPTEK*, 17(1).

<https://doi.org/https://doi.org/10.33658/jl.v17i1.249>

- Pratiwi, L., & Lim, T. H. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Audit Tenure dan Opini Audit Tahun Sebelumnya Terhadap Opini Audit Going Concern. *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 4(2). <https://doi.org/10.25134/jrka.v4i2.1700>
- Rahmawati, D., Wahyuningsih, E. D., & Setiawati, I. (2018). Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Opini Audit Tahun Sebelumnya Terhadap Opini Audit Going Concern. *Jurnal Akuntansi*, 8(2).
- Rosiana Putri, Yudia, Hardiwinoto, & Alwiyah (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Debt Default, Disclosure, Opini Audit Tahun Sebelumnya, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Penerimaan Opini Audit Going Concern (Pada Perusahaan Manufaktur Industri Dasar dan Kimia di Bursa Efek Indonesia 2013-2017. *Maksimum*, 8(3). <https://doi.org/10.26714/mki.8.3.2018.63-80>
- Spence, M. (1973). Job Market SignalingThe Quarterly Journal of Economics. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374. <http://www.jstor.org/stable/1882010>
- Srimindarti, et al. (2019). Determinants of Going Concern Audit Opinion. *Proceedings of the International Conference on Banking, Accounting, Management, and Economics*, 86, p 96-99. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.2991/icobame-18.2019.21>
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuatintatif , kualitatif dan R & D. In *Bandung: Alfabeta*.
- Suryadi, D. (2022). *Indonesia's Hotel & Tourism Outlook 2022. SWA Online – Trends – Economic Issues*. SWA Online – Trends – Economic Issues. Indonesia's Hotel & Tourism Outlook 2022 %7C SWA.co.id
- Wahasumiah, R., Indriani, P., & Pratama, M. I. P. (2019). Determinan Penerimaan Opini Audit Going Concern Pada Perusahaan Manufaktur. *MBIA*, 18(2). <https://doi.org/10.33557/mbia.v18i2.353>