

[Paper00017]

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN OPINI AUDIT
GOING CONCERN**

Dwi Mulyanti^{1*}, Fatchan Achyani²

¹Universitas Muhammadiyah Surakarta, dwi.mulyanti20@gmail.com

²Universitas Muhammadiyah Surakarta, Fatchan.Achyani@ums.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris pengaruh *opinion shopping*, reputasi auditor, pertumbuhan perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas terhadap penerimaan opini audit *going concern* dalam perusahaan. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari seluruh populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018-2020. Sampel yang diperoleh sebanyak 47 perusahaan dengan jumlah pengamatan 141 sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi logistik. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *opinion shopping* berpengaruh terhadap penerimaan opini audit *going concern*. sedangkan reputasi auditor, pertumbuhan perusahaan, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap penerimaan opini audit *going concern*.

Kata Kunci: *Opinion Shopping, Reputasi Auditor, Pertumbuhan Perusahaan, Pertumbuhan penjualan, Profitabilitas, Opini Audit Going Concern.*

Abstract

This study aims to analyze and provide empirical evidence of the effect of opinion shopping, auditor reputation, company growth, sales growth, and profitability on going concern audit opinion acceptance in the company. This study uses secondary data from the entire population of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2018-2020. The samples obtained were 47 companies with the number of observations of 141 research samples. The sampling technique used was purposive sampling. The analytical method used is logistic regression analysis. Based on the results of hypothesis testing, it shows that opinion shopping has an effect on the acceptance of going-concern audit opinions. while auditor reputation, company growth, sales growth and profitability have no effect on going concern audit opinion acceptance.

Key Words: *opinion shopping, auditor reputation, company growth, sales growth, profitability, going concern opinion.*

PENDAHULUAN

Didirikannya suatu perusahaan tentunya memiliki tujuan agar dapat mempertahankan kelangsungan usahanya (*going concern*). Kelangsungan usaha perusahaan selalu dihubungkan pada kemampuan manajemen dalam menjalankan perusahaan agar mampu bertahan hidup. *Going concern* menjadi sebuah asumsi dasar dalam penyusunan penelitian keuangan, suatu perusahaan diasumsikan tidak bermaksud untuk melikuidasi bahkan mengurangi skala usaha secara material.

Perusahaan yang mendapatkan opini audit *going concern* dari auditor disebabkan karena kondisi dan peristiwa yang menimbulkan keraguan akan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Opini audit *going concern* merupakan peringatan awal (*early warning*) bagi para pengguna laporan keuangan guna menghindari kesalahan pengambilan keputusan. Auditor lebih sering mengeluarkan opini *going concern* pada perusahaan yang lebih kecil, maka sebagian besar perusahaan akan semakin kecil kemungkinan perusahaan menerima audit *going concern*. Opini audit *going concern* yang akan

dikeluarkan auditor seringkali mendapatkan dampak yang tidak diharapkan. Hal itu mendorong pihak manajemen perusahaan untuk mempengaruhi auditor dan menimbulkan konsekuensi negatif dalam pengeluaran opini *going concern*.

Opini audit *going concern* merupakan opini audit yang dikeluarkan oleh auditor agar bisa memastikan suatu perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan usahanya atau tidak. Diberikannya opini audit *going concern* akan membantu publik ataupun para investor dalam penilaian atas kondisi keuangan perusahaan. Yang menjadi alasan penelitian audit *going concern* mempengaruhi reaksi dari pihak yang berkepentingan karena penelitian ini mampu mengungkapkan informasi baru dari suatu perusahaan yang berkaitan dengan status klien dan rencana klien untuk meningkatkan kondisi keuangannya.

Going concern merupakan salah satu asumsi dasar dalam penyusunan penelitian keuangan. Seorang auditor akan memberikan opini audit *going concern* pada saat seorang auditor mendapat keraguan terhadap kemampuan perusahaan tersebut dalam mempertahankan kelangsungan usahanya, jika auditor tersebut menganggap bahwa perusahaannya tidak dapat bertahan lama maka akan diberikan opini audit *going concern*. Menurut penelitian (Danang Heri & Fatchan Achyani 2018), Opini yang diberikan oleh auditor mempunyai kandungan informasi, oleh sebab itu informasi yang ada harus mencerminkan keadaan yang sesungguhnya. Maka dari itu, opini auditor atas laporan keuangan juga menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi para investor dalam membuat keputusan berinvestasi. Auditor bertanggung jawab mengevaluasi apakah terdapat kesangsian besar terhadap kemampuan entitas dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Kelangsungan hidup (*going concern*) perusahaan menjadi hal yang sangat dibutuhkan bagi pihak yang berkepentingan terutama investor. Keberadaan entitas bisnis dalam jangka panjang memiliki tujuan yang mampu untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Kondisi yang dialami oleh suatu perusahaan dapat memberikan sinyal kelangsungan usaha perusahaan, seperti kerugian operasi yang signifikan dan berlangsung secara terus menerus sehingga menyebabkan keraguan pada kelangsungan hidup perusahaan (Krissindiastuti & Rasmini, 2016).

Hal ini membuktikan bahwa perusahaan yang dapat opini audit *going concern* lebih cepat bisa bangkrut dari pada perusahaan yang tidak mendapat opini tersebut. Perusahaan yang mendapatkan opini audit *going concern* biasanya memiliki masalah keuangan yang rumit, likuiditas yang sangat sulit, kurangnya modal kerja perusahaan, serta mengalami defisit equitas. Semakin cepat adanya penanggulangan dari suatu perusahaan maka perusahaan itu akan dapat bangkit kembali untuk menjalankan perusahaannya dan tidak akan menerima opini audit *going concern* lagi dari auditor. Perusahaan akan dapat menjaga kelangsungan hidup usahanya dalam jangka waktu yang lama (I Made & Dwirandra, 2016).

Geiger et al (1996) dalam Januarti (2009) menemukan bukti banyaknya perusahaan yang melakukan pergantian auditor ketika auditor mengeluarkan opini audit *going concern* pada perusahaan yang mempunyai masalah keuangan. Ketika perusahaannya akan menerima opini audit *going concern*, manajemen sering kali mengantisipasi hal itu dengan cara melakukan pergantian auditor (*auditor switching*). Kondisi ini sering disebut dengan *Opinion Shopping*.

Security Exchange Commission (SEC) mendefinisikan *Opinion shopping* sebagai aktivitas mencari auditor yang mau mendukung perlakuan akuntansi yang diajukan oleh manajemen untuk mencapai tujuan pelaporan perusahaan, walaupun menyebabkan laporan tersebut menjadi tidak reliable. Apabila perusahaan terancam menerima opini audit *going concern* menyebabkan kemungkinan manajemen untuk berpindah ke auditor lain, fenomena ini disebut dengan *opinion shopping*. Penelitian Fauzan Syahputra, M. Rizal Yahya (2017) menyatakan bahwa *opinion shopping* berpengaruh terhadap opini audit *going concern*. Dimana ketika perusahaan berhasil melakukan *opinion shopping* maka kemungkinan perusahaan mendapat opini *going concern* akan semakin rendah.

Pengaruh reputasi auditor pada opini audit *going concern*, auditor bertanggung jawab untuk menyediakan informasi yang mempunyai kualitas tinggi yang akan digunakan untuk mengambil keputusan para pemakai laporan keuangan, reputasi auditor menunjukkan prestasi dan kepercayaan

publik yang disandang auditor atas nama besar yang dimiliki auditor tersebut. Reputasi kantor akuntan publik (KAP) merupakan hal yang dianggap memiliki pengaruh terhadap opini audit *going concern*. KAP dengan reputasi big four dianggap memiliki independensi dan kualitas audit lebih baik daripada KAP dengan reputasi non big four. Penelitian (Komang & I Made, 2013) menyatakan bahwa reputasi auditor tidak berpengaruh signifikan terhadap opini audit *going concern*. Tetapi penelitian (Ulya, 2012) menyatakan bahwa reputasi auditor tidak berpengaruh signifikan terhadap kemungkinan auditor mengeluarkan opini audit *going concern*.

Pertumbuhan perusahaan yang diprosikan dengan pertumbuhan aset perusahaan dari tahun ke tahun tidak selalu mengidentifikasi bahwa laba yang diperoleh oleh perusahaan juga akan meningkat. Penelitian (Hafid Byusi & Fatchan Achyani 2017), menyatakan bahwa salah satu hal yang perlu dipertimbangkan oleh seorang auditor dalam mengevaluasi laporan keuangan entitas untuk mengetahui adanya *going concern* adalah pertumbuhan perusahaan. Maka dari itu Setiap perusahaan berusaha mencapai pertumbuhan yang tinggi setiap tahunnya karena pertumbuhan perusahaan memberikan gambaran perkembangan perusahaan yang terjadi. Penelitian Rizca Anna Savitri (2018), menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap opini audit *going concern*. Hal ini terjadi ketika pertumbuhan perusahaan meningkat maka kemungkinan perusahaan menerima opini audit *going concern* akan semakin rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Rizki Wulan Aprinia (2016) juga menunjukkan hasil bahwa rasio pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap opini audit *going concern*.

Pertumbuhan penjualan merupakan perubahan kenaikan ataupun penurunan penjualan dari tahun ke tahun yang dapat dilihat pada laporan laba-rugi perusahaan. Perusahaan yang baik dapat dilihat dari penjualannya dari tahun ke tahun yang terus mengalami kenaikan. Hal tersebut berimbas pada meningkatnya keuntungan perusahaan sehingga pendanaan internal perusahaan juga meningkat. Pertumbuhan penjualan merupakan volume penjualan pada tahun-tahun mendatang, berdasarkan data pertumbuhan volume penjualan historis. Penelitian Kesuma (2009) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh negatif atau berlawanan arah dengan opini audit *going concern*. Dalam penelitian setyarno dkk. (2006) juga menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap pemberian opini audit *going concern*. Pada kenyataannya peningkatan beban operasional yang lebih tinggi dibandingkan peningkatan penjualan akan mengakibatkan rugi usaha dan berdampak pada saldo laba ditahan (aprinia, 2016).

Profitabilitas merupakan faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan struktur modal perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi cenderung menggunakan utang yang relatif kecil karena laba ditahan yang tinggi sudah memadai untuk membiayai sebagian besar kebutuhan pendanaan. Tingkat pengembalian yang tinggi memungkinkan perusahaan-perusahaan tersebut melakukan sebagian besar pendanaannya melalui dana yang dihasilkan secara internal. Penelitian (Yoga Adi Haryanto, 2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap opini audit *going concern* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Karena semakin tinggi ROE maka kemungkinan pemberian opini audit *going concern* semakin besar, semakin kecil ROE maka probabilitas perusahaan mendapatkan opini audit *going concern* semakin besar. Karena ROE dipengaruhi oleh hutang jadi jika ROE tinggi maka semakin tinggi pula jumlah hutang perusahaan. Sehingga wajar saja jika perusahaan yang memiliki ROE tinggi maka kemungkinan perusahaan untuk mendapatkan opini audit *going concern* juga besar.

Banyaknya penelitian-penelitian sebelumnya tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap opini audit *going concern* pada perusahaan manufaktur dengan hasil berbeda yang mengatakan tidak adanya pengaruh pada opini audit *going concern*. oleh karena itu peneliti ingin menganalisis lebih lanjut mengenai faktor yang mempengaruhi opini audit *going concern* seperti: *opinion shopping*, reputasi auditor, pertumbuhan perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Yoga Adi Haryanto, Sudarno (2019) yang meneliti mengenai pengaruh profitabilitas terhadap opini audit *going concern* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dan dengan menambahkan variabel yang diambil dari penelitian

(Monica Krissindiastuti & Ni Ketut Rasmini, 2016) yaitu pengaruh pertumbuhan perusahaan dan *opinion shopping* terhadap opini audit *going concern*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah variabel yang digunakan dalam penelitian ini mengenai pengaruh *opinion shopping*, reputasi auditor, pertumbuhan perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas terhadap opini audit *going concern*.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan merupakan dasar yang digunakan untuk memahami *corporate governance*. Menurut Jansen dan Meckling (1976) teori *keagenan (agency theory)* adalah sebuah kontrak antara manajer (*agent*) dengan pemilik (*principal*) yang menggambarkan suatu hubungan perwakilan yang terjadi karena adanya suatu perjanjian dimana satu pemilik menggunakan wakil atau manajer untuk melakukan beberapa jasa demi kepentingan pemilik. Wewenang dan tanggung jawab *agent* maupun *principal* diatur dalam kontrak kerja atas persetujuan bersama.

Menurut Eisenhardt (1989) teori keagenan ditekankan sebagai suatu cara untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang dapat terjadi dalam hubungan keagenan. Eisenhardt (1989) menyatakan bahwa teori agensi menggunakan 3 asumsi sifat manusia, diantaranya adalah:

- a. Manusia pada umumnya adalah selalu memementingkan diri sendiri (*self interest*)
- b. Manusia memiliki daya pikir yang terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*).
- c. Manusia selalu menghindari resiko (*risk averse*)

Teori keagenan (*agency theory*) menyatakan perlunya jasa independen auditor dapat dijelaskan dengan dasar teori keagenan yaitu: hubungan antara pemilik (*principal*) dengan manajemen (*agent*). Dengan adanya perkembangan perusahaan atau entitas bisnis yang semakin besar, maka sering terjadi konflik antara *principal* dalam hal ini adalah para pemegang saham (investor) dan pihak *agent* yang diwakili oleh manajemen (direksi). Adanya posisi, fungsi, kepentingan dan latar belakang *principal* dan *agen* yang berbeda dan saling bertolak belakang, namun saling membutuhkan, mau tidak mau dalam praktiknya akan menimbulkan pertentangan, saling tarik menarik kepentingan dan pengaruh antara satu sama lain. Permasalahan timbul apabila terdapat perbedaan kepentingan antara *agen* dan *principal*. Kondisi ini disebut dengan *agency problem*.

Salah satu penyebab adanya *agency problem* adalah *Asymmetric Information*. *Asymmetric Information* adalah informasi yang tidak seimbang yang disebabkan adanya distribusi informasi yang tidak sama antara *principal* dan *agen* yang berakibat dapat menimbulkan dua permasalahan yang disebabkan adanya kesulitan *principal* untuk memonitor dan melakukan kontrol terhadap tindakan-tindakan *agen* (Emirzon, 2007).

Jensen dan Meckling (1976) menyatakan permasalahan tersebut adalah:

- a. *Moral hazard*, yaitu permasalahan yang muncul jika *agen* tidak melaksanakan hal-hal yang disepakati bersama dalam kontrak kerja.
- b. *Adverse selection*, yaitu suatu keadaan dimana *principal* tidak dapat mengetahui apakah suatu keputusan diambil oleh *agen* benar-benar didasarkan atas informasi yang telah diperolehnya, atau terjadi sebagai sebuah kelalaian dalam tugas.

Untuk mengurangi adanya masalah agensi ini diperlukan adanya pihak independen yang dapat menjadi pihak penengah dalam menangani konflik tersebut yang dikenal sebagai auditor independen. Hal ini menimbulkan kebutuhan masyarakat atau profesi auditor.

Pengaruh *Opinion Shopping* terhadap Opini Audit *Going Concern*

Menurut penelitian Hasan Mutsanna (2020) ketika auditor tetap bersikap independensi dan tetap mengungkapkan masalah *going concern* perusahaan akan memberhentikan auditor dan mencoba mencari auditor baru. Menurut Siti Istiana (2010), Perusahaan yang mengganti auditor menurunkan kemungkinan mendapatkan opini audit yang tidak diinginkan, dari pada perusahaan yang tidak

melakukan pergantian auditor. Perusahaan yang berhasil dalam *opinion shopping* melakukan pergantian auditor dengan harapan mendapat *unqualified opinion* dari auditor baru.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Monica & Ni Ketut (2016) variabel *opinion shopping* berpengaruh positif terhadap opini audit *going concern*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Jauhan (2012) menyatakan bahwa *opinion shopping* berpengaruh negatif terhadap opini audit *going concern*. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Hasan Mutsanna (2020) dan Siti Istiana (2010) membuktikan bahwa variabel *opinion shopping* tidak berpengaruh terhadap penerimaan opini audit *going concern*. Berdasarkan uraian diatas, makadapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: *Opinion shopping* berpengaruh terhadap opini audit *going concern*.

Pengaruh Reputasi Auditor terhadap Opini Audit *Going Concern*

Menurut penelitian Ghea Windy (2016), reputasi auditor berpengaruh signifikan terhadap pemberian opini audit *going concern*, yaitu auditor dengan reputasi yang lebih baik akan cenderung memberikan opini audit *going concern* jika dalam proses auditnya menemukan masalah yang berkaitan dengan kelangsungan hidup (*Going Concern*) perusahaan. Reputasi auditor adalah auditor yang mempunyai nama baik serta dapat menunjukkan prestasi dan kepercayaan publik yang disandang oleh seorang auditor atas nama kantor audit yang dimiliki oleh auditor tersebut. Auditor yang memiliki reputasi yang baik akan cenderung untuk mempertahankan kualitas auditnya agar reputasi dan nama baiknya tetap terjaga dan tidak kehilangan klien. Reputasi auditor ditunjukkan dengan kepercayaan publik terhadap auditor atas kinerjanya. Oleh karena itu, auditor bertanggung jawab untuk tetap menjaga kepercayaan publik dan menjaga nama baik auditor sendiri serta KAP tempat auditor bekerja dengan mengeluarkan opini yang sesuai dengan keadaan perusahaan yang sebenarnya. Pada umumnya perusahaan-perusahaan *go public* lebih memilih pelaksanaan tugas audit atas lapora keuangan dilaksanakan oleh KAP besar karena meyakini bahwa KAP besar yang bereputasi memiliki mutu kerja yang lebih baik.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Monica & Ni ketut (2016), Hidayanti (2014) dan Tamir (2014) membuktikan bahwa reputasi auditor berpengaruh positif terhadap pemberian opini audit *going concern*. sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Ghea windy (2016) dan Rizky Wulan (2016) membuktikan bahwa variabel reputasi auditor berpengaruh negatif terhadap opini audit *going concern*. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: Reputasi auditor berpengaruh terhadap Opini Audit *Going Concern*.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Opini Audit *Going Concern*

Menurut Kasmir (2010:114), rasio pertumbuhan perusahaan merupakan jenis ratio pertumbuhan, dimana rasio pertumbuhan itu sendiri adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya ditengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya.

Menurut Kusumajaya (2011) pertumbuhan perusahaan adalah peningkatan ataupun penurunan dari total aset yang dimiliki perusahaan. Aset suatu perusahaan merupakan aktiva yang digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan, hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan hasil operasional perusahaan sehingga semakin menambah kepercayaan pihak luar. Pertumbuhan perusahaan dapat memberikan sinyal positif yang diharapkan oleh pihak dalam maupun pihak luar perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dapat menjadi ukuran dari keberhasilan investasi yang terjadi pada periode lalu, sehingga dapat dijadikan pediksi pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang.

Menurut Syardiana dkk (2015) pertumbuhan perusahaan akan menghasilkan tingkat pengembalian yang semakin tinggi karena pertumbuhan memiliki aspek yang mneguntungkan bagi pihak investor. Perusahaan yang mempunyai pertumbuhan aset yang positif mengindikasikan bahwa perusahaan dapat mempertahankan posisi ekonominya dan lebih dapat mempertahankan

kelangsungan hidupnya (*going concern*) semakin tinggi pertumbuhan aset suatu perusahaan maka akan semakin kecil kemungkinan auditor untuk menerbitkan opini audit *going concern*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Monica & Ni Ketut (2016) variabel pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap opini audit *going concern*. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh I Dewa & Ni Nyoman (2017) juga menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap opini audit *going concern*. penelitian yang dilakukan oleh Rizky Wulan (2016) juga membuktikan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap opini audit *going concern*. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3: pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap opini audit *going concern*.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Opini Audit *Going Concern*

Penelitian yang dilakukan oleh Monica & Ni Ketut (2016), penjualan yang terus meningkat dari tahun ke tahun akan memberi peluang *auditee* untuk memperoleh peningkatan laba. Semakin tinggi rasio pertumbuhan penjualan *auditee*, akan semakin kecil kemungkinan auditor untuk menerbitkan opini audit *going concern*. Menurut penelitian Siti Istiana (2010), perusahaan yang memiliki rasio pertumbuhan penjualan yang positif mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut dapat mempertahankan posisi ekonomi secara keseluruhan dan posisi dalam industri, serta lebih dapat mempertahankan keberlangsungan hidupnya atau *going concern*. Sementara perusahaan dengan rasio pertumbuhan penjualan negatif berpotensi besar mengalami penurunan laba sehingga manajemen perlu untuk mengambil tindakan perbaikan agar tetap dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Monica (2016) membuktikan bahwa Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap penerimaan opini audit *going concern*. sementara itu penelitian Setyarno (2006) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap opini audit *going concern*. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H4: Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap opini audit *going concern*.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Opini Audit *Going Concern*

Menurut penelitian Yoga Adi Haryanto (2019), Return On Equity menghitung profitabilitas berdasarkan modal yang digunakan untuk kegiatan operasional yaitu modal perusahaan tanpa hutang. Modal perusahaan didapat salah satunya dengan menerbitkan saham yang dimiliki oleh investor. Perusahaan memiliki tanggung jawab kepada stakeholder yaitu menggunakan modal yang didapat untuk operasional dan mengembalikan dalam bentuk deviden. Semakin tinggi profitabilitas mengindikasikan kemampuan perusahaan menghasilkan laba tinggi, laba tinggi tersebut digunakan untuk membayar deviden pada investor dan mengembangkan perusahaan. Jika perusahaan memiliki laba tinggi kesangsian terhadap kelangsungan hidup organisasi menurun.

Rasio profitabilitas yang tinggi dipengaruhi oleh efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, sehingga semakin tinggi profitabilitas maka semakin menunjukkan kondisi perusahaan yang baik sehingga kelangsungan hidup (*going concern*) perusahaan semakin terjamin. Profitabilitas merupakan variabel independen dan menjadi indikator kewajaran kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang memiliki ROA yang tinggi menunjukkan keefektifan kinerja manajemen dalam menghasilkan laba yang cukup baik. Hal tersebut tidak memungkinkan bagi auditor untuk memberikan opini audit *going concern*. Oleh karena itu ROA berpengaruh negatif terhadap pemberian opini audit *going concern*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yoga Adi Haryanto (2019) variabel profitabilitas berpengaruh negatif terhadap opini audit *going concern*. sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Hasan Mutsanna (2018), Hery Susanto (2012) dan Ghea Windy (2016) juga membuktikan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap opini audit *going concern*. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H5 : Profitabilitas berpengaruh terhadap Opini Audit *Going Concern*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menitik beratkan pada pengujian hipotesis, mengukur variabel yang sedang diteliti, dan akan menghasilkan kesimpulan. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pengujian hipotesis biasanya dilakukan untuk menjelaskan karakteristik dan hubungan yang pasti atau membuktikan perbedaan antara dua kelompok yang saling bebas. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria untuk mendapatkan populasi dan sampel yang sesuai dengan kriteria penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu sampel atas dasar kesesuaian karakteristik sampel dengan kriteria pemilihan sampel yang ditentukan. Kriteria pemilihan sampel sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018-2020.
2. Mendapatkan laba negatif minimal satu kali selama periode tahun 2018-2020.
3. Laporan keuangan dalam perusahaan tersebut menggunakan rupiah (Rp) sebagai mata uang pelaporan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dari laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2018-2020 serta dari situs resmi masing-masing perusahaan sampel.

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang berasal dari laporan tahunan perusahaan. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain), yang pada umumnya berupa bukti catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip baik yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan.

Data sekunder yang dianalisis dalam penelitian ini berupa laporan keuangan tahunan perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2020. Data-data tersebut dapat diperoleh dengan mengakses situs web www.idx.co.id dan situs perusahaan yang bersangkutan.

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan dokumentasi. Dokumentasi yang dilakukan adalah dengan mengumpulkan data empiris dan studi pustaka semua data sekunder yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020. Pengumpulan data empiris dilakukan dengan mengumpulkan sumber data yang dibuat oleh perusahaan seperti laporan tahunan perusahaan. Studi pustaka menggunakan beberapa literatur seperti jurnal, artikel, dan literatur lain yang berhubungan dengan pembahasan dalam penelitian ini.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah opini audit going concern. Variabel dependen ini diukur dengan menggunakan variabel dummy. Opini wajar tanpa pengecualian dengan paragraf penjas (going concern) diberi kode 1 dan opini wajar tanpa pengecualian tidak dengan paragraf penjas (non going concern) diberi kode 0.

Dalam penelitian ini, pengukuran opinion shopping menggunakan metode yang diterapkan oleh Lennox (2002). Variabel ini diukur dengan menggunakan variabel dummy, angka 1 untuk perusahaan yang menerima opini audit dari auditor, sedangkan angka 0 untuk perusahaan yang tidak menerima opini audit dari auditor.

Reputasi auditor diprosikan dengan skala auditor berdasarkan ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP). Reputasi auditor pada penelitian ini adalah KAP yang mengaudit laporan keuangan perusahaan berasal dari The Big Four atau Non The Big Four. Reputasi auditor dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan variabel dummy. Jika perusahaan yang diaudit oleh *The Big Four* diberi kode 1,

sedangkan perusahaan yang tidak diaudit oleh The Big Four diberi kode 0.

Pertumbuhan perusahaan diproksikan dengan jumlah aset, karena perubahan aset suatu perusahaan baik mengalami peningkatan atau penurunan dapat menandakan bahwa suatu perusahaan berkembang atau tidak. Apabila perusahaan mampu meningkatkan aset, maka diperkirakan hasil operasional perusahaan juga akan meningkat sehingga semakin besar pula tingkat kepercayaan pihak luar terhadap suatu perusahaan. Rasio pertumbuhan perusahaan dirumuskan sebagai berikut:

$$PP = \frac{TA_t - TA_{t-1}}{TA_{t-1}}$$

Keterangan:

PP : Pertumbuhan Perusahaan
 TA : Total Aktiva tahun sekarang
 TA_{t-1} : Total Aktiva tahun sebelumnya

Rasio pertumbuhan penjualan adalah rasio yang mengukur pertumbuhan penjualan perusahaan pada suatu periode tertentu. Rasio pertumbuhan penjualan mengukur seberapa baik perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya, baik dalam industri maupun dalam kegiatan ekonomi secara keseluruhan. Penjualan yang terus meningkat dari tahun ke tahun akan memberi peluang untuk memperoleh peningkatan laba. Semakin tinggi tingkat rasio pertumbuhan penjualan, maka akan semakin kecil kemungkinan auditor untuk menerbitkan opini audit *going concern*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Almilia dan Kristijadi (2003) dan Almilia (2006) ukuran pertumbuhan penjualan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$PP = \frac{PB_t - PB_{t-1}}{PB_{t-1}}$$

Keterangan:

PP : Pertumbuhan Penjualan
 PB_t : Penjualan Bersih tahun sekarang
 PB_{t-1} : Penjualan Bersih tahun sebelumnya

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan dari aktivitas utama yang dilakukan. Tujuan dari analisis profitabilitas ini untuk mengukur tingkat efisiensi usaha yang pencapaian profitabilitas yang telah dicapai oleh perusahaan dengan menggunakan Return On Asset (ROA). Return On Asset adalah rasio yang diperoleh dengan membagi laba atau rugi bersih dengan total aset. Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh laba. Rasio profitabilitas ini dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

METODE ANALISIS DATA

Statistik deksriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian ini. Alat analisis yang digunakan adalah rata-rata (mean), maksimum dan minimum (Ghozali, 2006). Alat analisis ini untuk menggambarkan variabel opinion shopping, reputasi auditor, pertumbuhan perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/\textit{tolerance}$). Apabila *tolerance* < 0.10 atau sama dengan nilai VIF = .10, maka dikatakan terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2011 : 106).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji Koefisien Determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel

dependen amat terbatas. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Oleh karena itu, pada penelitian ini digunakan adjusted R^2 berkisar antara nol dan satu. Jika nilai adjusted R^2 makin mendekati satu maka makin baik kemampuan model tersebut dalam menjelaskan variabel independennya (Ghozali, 2011 : 97).

Menilai Kelayakan Model Regresi

Menurut Ghozali (2005), *goodness of fit test* dapat dilakukan dengan memperhatikan output dari Hosmer and Lemeshow's *Goodness of fit test*, dengan hipotesis:

H0: Model yang dihipotesiskan fit dengan data

HA: Model yang dihipotesiskan tidak fit dengan data jika nilai statistik Hosmer and Lemeshow sama dengan atau kurang dari 0,05 maka hipotesis nol ditolak yang berarti terdapat perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya sehingga *goodness fit* model tidak baik karena model tidak dapat memprediksi nilai observasinya. Jika nilai statistik Hosmer and Lemeshow lebih besar dari 0,05 maka hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya.

Menilai Keseluruhan Model (Overall Fit Model)

Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan nilai antara *-2 Log Likelihood* (-2LL) pada awal (*Block Number* = 0) dengan nilai *-2 Log Likelihood* (-2LL) pada akhir (*Block Number* = 1). Model dapat dikatakan baik atau diterima apabila terjadi penurunan nilai dari -2LL awal ke -2LL akhir. Hasil penelitian keseluruhan model yaitu terdapat penurunan nilai -2LL awal ke -2LL akhir sehingga model regresi dapat diterima karena model yang dihipotesiskan sesuai dengan data.

Uji Hipotesis

Pada penelitian ini, hipotesis akan diuji dengan regresi logistik, karena variabel terikatnya adalah opini audit going concern. Tahapan analisis data pada penelitian ini adalah statistik deskriptif, menilai kelayakan model regresi, menilai keseluruhan model (overall fit model), koefisien determinasi, uji multikolinearitas, matrik klasifikasi, dan model regresi logistik yang terbentuk.

$$\text{Ln GCAO1-GCAO} = \alpha + 1\text{OPS} + 2\text{RA} + 3\text{PPER} + 4\text{PPEN} + 5\text{PRF} + e$$

Keterangan:

GCAO	= Opini Audit <i>Going Concern</i>
OPS	= Opinion Shopping
RA	= Reputasi Auditor
PPER	= Pertumbuhan Perusahaan
PPEN	= Pertumbuhan Penjualan
PRF	= Profitabilitas
α	= Konstanta
123456	= Koefisien Regresi
e	= <i>error</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Opini Audit Going Concern	141	0	1	.37	.484
Opinion Shopping	141	0	1	.43	.496
Reputasi Auditor	141	0	1	.24	.429
Pertumbuhan Perusahaan	141	-.923	2.594	.04768	.338241
Pertumbuhan Penjualan	141	-.998	8.371	.05196	.996423
Profitabilitas	141	-1.369	34.071	.28779	2.956338
Valid N (listwise)	141				

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif di atas, menunjukkan jumlah sampel (N) sebanyak 141 data perusahaan selama tahun 2018-2020. Interpretasi dari setiap variabel adalah sebagai berikut:

Opinion Shopping

Nilai tertinggi (maksimum) sebesar 1 dan nilai terendah (minimum) sebesar 0 didapat 80 dari 141 perusahaan, artinya mayoritas perusahaan tidak menerima opini audit dari auditor. Variabel *opinion shopping* memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,43 dan standar deviasi sebesar 0,496, artinya menunjukkan data penelitian bervariasi karena nilai standar deviasi lebih besar dari nilai rata-rata (*mean*).

Reputasi Auditor

Nilai tertinggi (maksimum) sebesar 1 dan nilai terendah (minimum) sebesar 0 didapat 107 dari 141 perusahaan, artinya mayoritas perusahaan tidak diaudit oleh *The Big Four*. Variabel reputasi auditor memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,24 dan standar deviasi sebesar 0,429, artinya menunjukkan data penelitian bervariasi karena nilai standar deviasi lebih besar dari nilai rata-rata (*mean*).

Pertumbuhan Perusahaan

Nilai tertinggi (maksimum) sebesar 2,594 didapat oleh PT Intikeramik Alamasri Industri Tbk pada tahun 2018. Nilai terendah (minimum) sebesar -0,923 didapat PT Magna Finance TBK pada tahun 2020. Variabel pertumbuhan perusahaan memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,04768 dan standar deviasi sebesar 0,338241, artinya menunjukkan data penelitian bervariasi karena nilai standar deviasi lebih besar dari nilai rata-rata (*mean*).

Pertumbuhan Penjualan

Nilai tertinggi (maksimum) sebesar 8,371 didapat oleh PT Eterindo Wahanatama Tbk pada tahun 2019. Nilai terendah (minimum) sebesar -0,998 didapat PT Eterindo Wahanatama Tbk pada tahun 2020. Variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,05196 dan standar deviasi sebesar 0,996423, artinya menunjukkan data penelitian bervariasi karena nilai standar deviasi lebih besar dari nilai rata-rata (*mean*).

Profitabilitas

Nilai tertinggi (maksimum) sebesar 34,071 didapat oleh PT PT Alumindo Light Metal Industry Tbk pada tahun 2018. Nilai terendah (minimum) sebesar -1,369 didapat PT Magna Finance Tbk pada tahun 2019. Variabel profitabilitas memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,28777 dan standar deviasi sebesar 2,956310, artinya menunjukkan data penelitian bervariasi karena nilai standar deviasi lebih besar dari nilai rata-rata (*mean*).

Opini Audit Going Concern

Nilai tertinggi (maksimum) sebesar 1 dan nilai terendah (minimum) sebesar 0 didapat 89 dari 141 perusahaan, artinya mayoritas perusahaan mendapatkan opini wajar tanpa pengecualian tidak dengan paragraf penjas (*non going concern*). Variabel opini audit *going concern* memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,37 dan standar deviasi sebesar 0,484, artinya menunjukkan data penelitian bervariasi karena nilai standar deviasi lebih besar dari nilai rata-rata (*mean*).

UJI MULTIKOLINIERITAS

Tabel 1. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	ollinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.013	.033		.384	.702		
Opinion Shopping	.805	.046	.825	17.340	.000	.977	1.023
Reputasi Auditor	.076	.053	.067	1.426	.156	.993	1.008
1 Pertumbuhan Perusahaan	-.134	.068	-.094	-1.966	.051	.977	1.023
Pertumbuhan Penjualan	.003	.023	.005	.115	.909	.969	1.032

a. Dependent Variable: Opini Audit Going Concern

Berdasarkan hasil uji Multikolinieritas diatas, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 untuk variabel *opinion shopping*, reputasi auditor, pertumbuhan perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas, sehingga variabel tersebut dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel dibawah:

UJI KELAYAKAN MODEL REGRESI
Hosmer and Lemeshow"s Goodness of Fit Test.

Tabel 2. Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1		6.1458	.631

Berdasarkan uji kelayakan model regresi menunjukkan bahwa besarnya nilai statistik *Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit* sebesar 6,145 dengan probabilitas signifikansi lebih besar dari 5% (0,631 > 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol tidak dapat ditolak yang berarti bahwa model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan bahwa model diterima (model fit) karena sesuai dengan data observasinya

UJI KESULURUHAN MODEL (OVERALL MODEL FIT)

Membandingkan nilai antara -2 Log Likelihood (-2LL) pada awal (Block Number = 0) dengannilai -2 Log Likelihood (-2LL) pada akhir (Block Number = 1).

Block 0: Beginning Block

Tabel 3. Iteration History^{abc}

Iteration	-2 Log likelihood		Coefficients	
	Constant			
Step 0	1	185.649		-.525
	2	185.644		-.537
	3	185.644		-.537

a. Constant is included in the model.

b. Initial -2 Log Likelihood: 185.644

c. Estimation terminated at iteration number 3 because parameter estimates changed by less than .001.

Block 1: Method = Enter

Tabel 3. Iteration History^{abcd}

Iteration	-2 Log likelihood		Coefficients					
	Constant		OS_X1	RA_X2	PP_X3	SG_X4	PROF_X5	
Step 1	1	82.187	-1.950	3.220	.304	-.536	.011	.022
	2	70.098	-2.989	4.473	.685	-.970	.000	.048
	3	67.701	-3.728	5.200	1.038	-1.138	-.066	.074
	4	67.412	-4.071	5.520	1.208	-1.158	-.180	.090
	5	67.400	-4.137	5.580	1.241	-1.152	-.240	.096
	6	67.400	-4.139	5.583	1.242	-1.152	-.245	.096
	7	67.400	-4.139	5.583	1.242	-1.152	-.245	.096

a. Method: Enter

b. Constant is included in the model.

c. Initial -2 Log Likelihood: 185.644

d. Estimation terminated at iteration number 7 because parameter estimates changed by less than .001.

Berdasarkan hasil olah data diatas menunjukkan -2 Log L awal (*block number 0*) sebesar 185,644 dan -2 Log L akhir (*block number 1*) sebesar 67,400. Model tersebut dapat dikatakan baik atau diterima karena terjadi penurunan nilai dari -2 Log L awal ke -2 Log L akhir. Dapat disimpulkan, model regresi dalam penelitian ini dapat diterima karena model yang dihipotesiskan sesuai dengan data.

KOEFISIEN DETERMINASI (NAGELKARKE R SQUARE)

Tabel 4. Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	67.400 ^a	.568	.776

a. Estimation terminated at iteration number 7 because parameter estimates changed by less than .001.

Berdasarkan hasil olah data, menunjukkan *Snell R Square* sebesar 0,568 dan nilai *Nagelkerke R²* adalah 0,776. Hal ini berarti bahwa opini audit *going concern* dapat dijelaskan oleh ke-5 variabel independen, yaitu *opinion shopping*, reputasi auditor, pertumbuhan perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas sebesar 77,6%, sedangkan sisanya sebesar 22,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

PENGUJIAN HIPOTESIS
Uji Regresi Model Logistik

Tabel 5. Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	
Step 1 ^a	OS_X1	5.583	.882	40.109	1	.000	265.854
	RA_X2	1.242	.868	2.047	1	.152	3.462
	PP_X3	-1.152	.876	1.728	1	.189	.316
	SG_X4	-.245	.827	.088	1	.767	.783
		.096.251		.1471	.701	1.101	
Constant	-4.139.855		23.4211		.000	.016	

a. Variable(s) entered on step 1: OS_X1, RA_X2, PP_X3, SG_X4, PROF_X5.

Berdasarkan hasil olah data pada penelitian ini, bentuk persamaan regresi logistiknya yaitu:

$$\ln \text{GCAO1-GCAO} = -4,139 + 5,583\text{OPS} + 1,242\text{RA} - 1,152\text{PPER} - 0,245\text{PPEN} + 0,096\text{PRF} + e$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, menunjukkan bahwa:

- Nilai konstanta -4,139 dengan arah negatif. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel *opinion shopping*, reputasi audit, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas tidak berubah atau konstan, maka opini audit *going concern* akan menurun sebesar 4,139.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel *opinion shopping* adalah sebesar 5,583 dengan arah koefisien positif. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap adanya peningkatan sebesar satu pada *opinion shopping* maka opini audit *going concern* akan meningkat sebesar 5,583.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel reputasi auditor adalah sebesar 1,242 dengan arah koefisien positif. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap adanya peningkatan sebesar satu pada reputasi auditor maka opini audit *going concern* akan meningkat sebesar 1,242.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel pertumbuhan perusahaan adalah sebesar -1,152 dengan arah koefisien negatif. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap adanya peningkatan sebesar satu pada pertumbuhan perusahaan maka opini audit *going concern* akan menurun sebesar 1,152.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel pertumbuhan penjualan adalah sebesar -0,245 dengan arah koefisien negatif. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap adanya peningkatan sebesar satu pada

pertumbuhan penjualan maka opini audit *going concern* akan menurun sebesar 0,245.

- f. Nilai koefisien regresi untuk variabel profitabilitas adalah sebesar 0,096 dengan arah koefisien positif. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap adanya peningkatan sebesar satu pada profitabilitas maka opini audit *going concern* akan meningkat sebesar 0,096.

PEMBAHASAN

Penelitian ini merupakan studi analisis yang mempengaruhi opini audit *going concern* pada suatu perusahaan dengan *opinion shopping*, reputasi auditor, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas sebagai variabel independennya. Dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS, maka untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel tersebut dapat dilihat dari hasil nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh signifikan. Setelah dilakukan pengujian peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut:

- a. *Opinion Shopping*
mempunyai nilai signifikansi lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$). Sehingga H1 diterima yang artinya *opinion shopping* berpengaruh terhadap opini audit *going concern*
- b. Reputasi Auditor
mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 5% ($0,152 > 0,05$). Sehingga H2 ditolak yang artinya reputasi auditor tidak berpengaruh terhadap opini audit *going concern*
- c. Pertumbuhan Perusahaan
mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 5% ($0,189 > 0,05$). Sehingga H3 ditolak yang artinya pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap opini audit *going concern*
- d. Pertumbuhan Penjualan
mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 5% ($0,767 > 0,05$). Sehingga H4 ditolak yang artinya pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap opini audit *going concern*
- e. Profitabilitas
mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 5% ($0,701 > 0,05$). Sehingga H5 ditolak yang artinya profitabilitas tidak berpengaruh terhadap opini audit *going concern*

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh *opinion shopping*, reputasi auditor, pertumbuhan perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas terhadap opini audit *going concern* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020, dari 5 hipotesis yang diuji menggunakan analisis regresi logistik, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Opinion shopping* berpengaruh signifikan terhadap opini audit *going concern*. Hasil ini dibuktikan dengan nilai signifikansi (OS) $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis pertama diterima.
2. Reputasi auditor tidak berpengaruh signifikan terhadap opini audit *going concern*. Hasil ini dibuktikan dengan nilai signifikan (RA) $0,152 > 0,05$ sehingga hipotesis kedua ditolak.
3. Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap opini audit *going concern*. Hasil ini dibuktikan dengan nilai signifikan (PP) $0,189 > 0,05$ sehingga hipotesis ketiga ditolak.
4. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap opini audit *going concern*. Hasil ini dibuktikan dengan nilai signifikan (SG) $0,767 > 0,05$ sehingga hipotesis keempat ditolak.

Penelitian ini memiliki beberapa kelemahan dan keterbatasan antara lain, sebagai berikut:

1. Masih sedikitnya perusahaan yang memiliki laba negatif sehingga sampel penelitian menjadi kecil.
2. Variabel independen yang belum terbukti signifikan dapat menggunakan pengukuran variabel lain.
3. Periode penelitian yang dilakukan pendek yaitu tahun 2018-2020.

Beberapa saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini antara lain:

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pengukuran opini audit going concern yang lainnya karena masih banyak pengukuran opini audit going concern yang dapat digunakan selain dengan menggunakan variabel dummy.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang secara teoritis dapat mempengaruhi penerimaan opini audit going concern seperti rasio likuiditas, rasio aktivitas, leverage, dan solvabilitas.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperpanjang tahun pengamatan sehingga memperoleh sampel yang lebih besar sehingga dapat memberikan gambaran secara menyeluruh terhadap pemberian opini audit going concern yang diberikan oleh auditor.
4. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap opini audit going concern. Hasil ini dibuktikan dengan nilai signifikan (PROF) $0,701 > 0,05$ sehingga hipotesis kelima ditolak.

REFERENSI

Jurnal

- Yoga Adi Haryanto, Sudarno (2019). *"Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas, dan Rasio Pasar Terhadap Opini Audit Going Concern Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia"*. Diponegoro Journal Of Accounting, Volume 08, Nomor 04 Tahun 2019, Halaman 1-13 ISSN (Online): 2337-3806.
- I Made Priyana Benny & A.A.N.B. Dwirandra (2016). *"Kemampuan Opini Audit Tahun Sebelumnya Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Pada Opini Audit Going Concern"*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana.14.2 Februari (2016). 835-861.
- Siti Istiana (2010). *"Pengaruh Kualitas Audit, Opinion Shopping, Debt Default Pertumbuhan Perusahaan, dan Kondisi Keuangan Perusahaan Terhadap Penerimaan Opini Audit Going Concern"*. Jurnal Akuntansi & Investasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Vol. 11 No. 1 Hal: 80-96, Januari 2010.
- I Dewa Made Endiana & Ni Nyoman Ayu Suryandari (2017). *"Opini Going Concern: Ditinjau Dari Agensi Teori dan Pemicunya"*. Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Akreditasi No. 32a/E/KPT/2017.
- Rizki Wulan Aprinia & Suwardi Bambang Hermanto (2016). *"Pengaruh Rasio Keuangan, Ukuran Perusahaan, dan Reputasi Auditor Terhadap Opini Going Concern"*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi : Volume 5, Nomor 9, September 2016 ISSN : 2460-0585.
- Hasan Mutsanna & Sukirno (2020). *"Faktor Determinan Opini Audit Going Concern Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahaun 2016-2018"*. Journal Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen Vol. 9 No. 2 Universitas Negeri Yogyakarta.
- Syardiana (2015). *"Pengaruh Investment Opportunity set, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Return On Asset Terhadap Nilai Perusahaan"*. Journal Universitas Islam Negeri Jakarta.
- Kusumajaya (2011). *"Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia"*. E-Journal Universitas Udayana, Denpasar Bali.
- Muhammad Jauhan Irfana, Dul Muid (2012). *"Analisis Pengaruh Debt Default, Kualitas Audit, Opinion Shopping, dan Kepemilikan Perusahaan Terhadap Penerimaan Opini Audit Going concern"*. Diponegoro Journal Of Accounting Vol. 1, No.1, pp. 656-665, Oct. 2012.
- Hidayanti (2014). *"Reputasi Auditor, Ukuran Perusahaan dan Opini Audit Tahun Sebelumnya dalam Memprediksi Pemberian Opini Audit Going Concern"*. Accounting analysis Journal 2014, Universitas Negeri Semarang.
- Ghea Windy Suksesi & Hexana Sri Lastanti (2016). *"Pengaruh Opini Audit Tahun Sebelumnya, Reputasi Auditor, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, dan Solvabilitas Terhadap Pemberian Opini Audit Going Concern"*. Artikel Skripsi, Universitas Trisakti, Seminar Nasional Cendekiawan 2016.
- Monica Krissindiastuti & Ni Ketut Rasmini (2016). *"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Opini Audit Going*

- Concern*". E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol. 14.1 Januari 2016: 451-481. ISSN: 2303-1018.
- Kesuma (2009). "*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Pasar Modal Serta Pengaruhnya Terhadap Harga Saham Perusahaan Real Estate Yang Go Public di Bursa Efek Indonesia*". Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 2009.
- Ulya (2012). "*Opini Audit Going Concern: Analisis Berdasarkan Faktor Keuangan dan Non Keuangan*". Accounting Analysis Journal, Universitas Negeri Semarang.
- Indira Januarti (2009). "*Analisis Pengaruh Faktor Perusahaan, Kualitas Auditor, Kepemilikan Perusahaan, Terhadap Penerimaan Opini Audit Going Concern*". Journal Nasional Akuntansi 12 (SNA 12), Universitas Diponegoro.
- Danang Heri Wibowo & Dr. Fatchan Achyani, S.E., M.Si (2018). "*Pengaruh Audit Tenure, Opini Audit Tahun Sebelumnya, Kondisi Keuangan Perusahaan, Kualitas Audit, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penerimaan Opini Audit Going Concern (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015)*". Artikel Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hafid Byusi & Fatchan Achyani (2017). "*Determinan Opini Audit Going Concern (Studi Empiris Pada Perusahaan Real Estate dan Property yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2015)*". E-Journal Reaksi (Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia, Universitas Muhammadiyah Surakarta.