



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

Widyatama, Endang Kiswara ¹

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

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

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

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

Keywords: auditor, media communication, familiarity, fraud

PENDAHULUAN

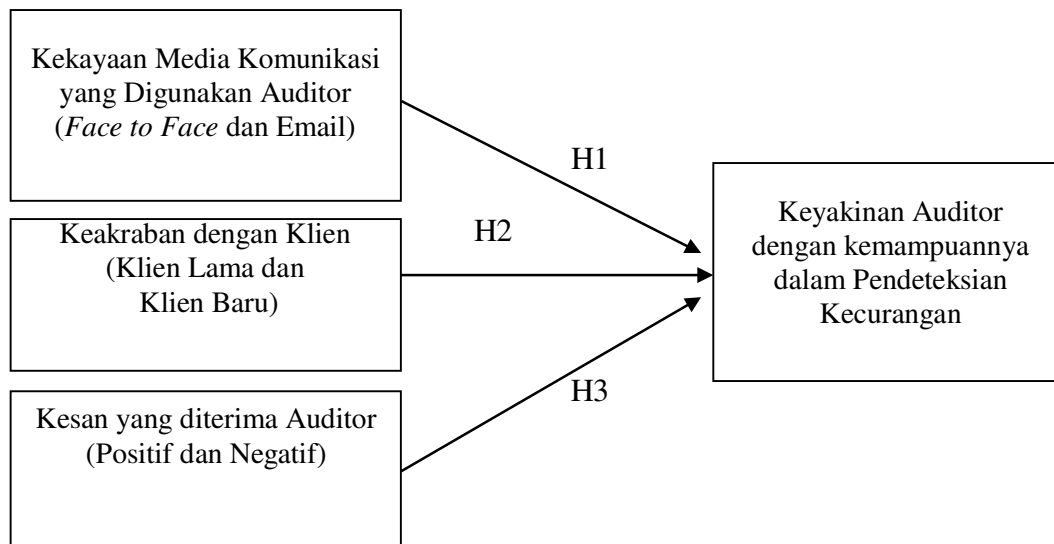
Dewasa ini persaingan bisnis semakin kompetitif dan kompleks, karena pelaku bisnis harus bersaing dengan pesaing baik dari dalam negeri maupun dari negara lain. Kondisi persaingan yang semakin kompetitif menimbulkan tantangan untuk menghadapinya. Tantangan bagi pihak internal perusahaan adalah bagaimana perusahaan melaporkan hasil usahanya melalui laporan keuangan kepada pihak yang berkepentingan, diantaranya pemegang saham (investor) dengan jujur dan dapat dipercaya untuk tujuan pengambilan keputusan. Untuk menciptakan laporan keuangan yang bermanfaat maka informasinya harus dapat diandalkan (*reliable*) yaitu bebas dari pengertian yang menyesatkan, kesalahan yang material, dan dapat diandalkan bagi penggunaannya sebagai penyajian yang tulus dan jujur (*faithfull representation*) dari yang seharusnya disajikan. Hal ini dapat diartikan bahwa laporan keuangan harus bebas dari kecurangan. Dalam pelaporan keuangan, tidak seluruh pelaku bisnis menyadari pentingnya laporan keuangan yang bersih dan terbebas dari kecurangan. Hal ini terbukti dengan Pelaporan keuangan kepada publik yang telah diwarnai adanya skandal kecurangan keuangan (*corporate fraud*) oleh manajemen perusahaan pada beberapa perusahaan besar di Indonesia, yaitu: Laporan keuangan PT.Kimia Farma pada tahun 2001, PT. Kimia Farma melakukan pencatatan harga pokok produksinya terlalu rendah sehingga laba 2001 *over stated*. Berdasarkan penyelidikan Bapepam, disebutkan bahwa KAP yang mengaudit laporan keuangan PT Kimia Farma telah mengikuti standar audit yang berlaku, namun gagal mendeteksi kecurangan tersebut. Selain itu, KAP tersebut juga tidak terbukti membantu manajemen melakukan kecurangan tersebut.

¹ Corresponding author

Untuk meminimalisasi kecurangan yang terjadi dalam suatu laporan keuangan, perusahaan selalu menggunakan jasa auditor eksternal untuk mengaudit laporan keuangan perusahaan, dengan dilakukannya audit laporan keuangan oleh auditor eksternal diharapkan mampu membatasi praktek *fraudulent financial statement* yang biasanya dikaitkan dengan terjadinya manajemen laba, sehingga diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat umum terhadap laporan keuangan. Akuntan publik sebagai pihak luar kemudian akan mengeluarkan laporan audit yang merupakan alat utama yang dipakai oleh auditor independen dalam mengkomunikasikan hasil pekerjaannya kepada pemakai jasanya. Berdasarkan *Statement on Auditing Standards (SAS) Nomor 99 – Consideration of Fraud in a Financial Statement Audit*, profesi akuntan ditekankan kembali pentingnya pendeteksian kecurangan. Auditor diminta untuk menentukan potensi kecurangan dalam manajemen. Untuk mengetahui kerentanan suatu perusahaan terhadap kecurangan dan kesadaran suatu manajemen terhadap aktivitas kecurangan, para auditor harus mengumpulkan informasi dari manajemen dan auditor internal (*American Institute Public Accountants (AICPA)*., 2002).

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Penelitian ini menguji keyakinan pengaruh media komunikasi dan keakraban dengan klien, serta kesan yang diterima dari klien terhadap keyakinan auditor dalam pendeteksian kecurangan. Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Cefaratti dan Barkhi (2013) menunjukkan bahwa auditor lebih yakin dengan kemampuannya dalam mendeteksi kecurangan ketika auditor berkomunikasi dengan klien secara *face to face*, auditor lebih yakin dengan kemampuannya dalam mendeteksi kecurangan ketika mengaudit klien lama yang sudah pernah diaudit olehnya, dan ketika klien memberikan kesan yang negatif berdasarkan penilaian auditor maka auditor akan menganggap bahwa klien memberikan informasi yang tidak sebenarnya. Berikut adalah kerangka pemikiran penelitian ini :



Perbandingan dari Media Komunikasi yang digunakan auditor dalam berkomunikasi dengan klien

Menurut Carlson dan George (2004), komunikasi melalui email mungkin akan menghilangkan isyarat adanya penipuan, namun komunikasi menggunakan media yang lebih kaya seperti melalui tatap muka akan lebih mampu menampilkan adanya isyarat penipuan. Oleh karena itu, sedikitnya isyarat yang ada akan mempengaruhi keyakinan auditor untuk mendeteksi adanya penipuan. Hipotesis yang akan diuji adalah :

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

Perbandingan keakraban auditor dengan Klien

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

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

Kesan yang Diterima oleh Auditor dari Sikap klien.

Beberapa isyarat penipuan hanya tersedia dalam bentuk komunikasi tatap muka. Isyarat penipuan seperti gelisah, menghindari kontak mata dan perilaku klien yang tidak menyenangkan (Zuckerman et al., 1981) dapat hadir dalam komunikasi tatap muka, tetapi tidak ada dalam komunikasi email. Auditor dapat menggunakan kehadiran isyarat ini dalam komunikasi tatap muka untuk menilai kebenaran informasi yang disampaikan oleh klien audit. Ketika menggunakan komunikasi melalui email, penelitian sebelumnya telah menemukan bahwa isyarat penipuan yang ada memiliki bentuk yang berbeda dengan komunikasi tatap muka. Rasio kesalahan ketik dalam email lebih tinggi untuk penipu daripada informasi yang benar, kesan negatif akan lebih tinggi untuk penipu selama awal komunikasi terjadi, kurang leksikal dan keragaman isi yang ditampilkan dalam komunikasi email yang berisi informasi yang menipu (Zhou, Burgoon, dan Twitchell, 2003). Oleh karena itu, meskipun keakraban dan kekayaan media, isyarat penipuan yang terlihat secara jelas pada kedua model komunikasi yaitu tatap muka dan media email dan mereka menghasilkan kesan negatif dari informasi yang diberikan oleh klien. Ketika terdapat adanya isyarat penipuan, auditor lebih mungkin untuk beranggapan bahwa informasi adalah tidak benar. Untuk menguji apakah kesan negatif dalam proses komunikasi dianggap lebih mungkin mengandung informasi yang menipu daripada kesan positif dalam komunikasi, dapat dirumuskan hipotesis :

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

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

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

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

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen, yaitu: kekayaan media, keakraban dengan klien, dan kesan yang diterima auditor. Kekayaan media komunikasi dioperasionalkan melalui percobaan dengan membuat manipulasi media komunikasi yang digunakan auditor selama komunikasi dengan klien berlangsung. Komunikasi melalui email digunakan untuk mewakili bentuk komunikasi yang tidak banyak memberikan isyarat komunikasi. Penjelasan dari komunikasi secara tatap muka digunakan untuk mewakili bentuk komunikasi yang memberikan banyak isyarat komunikasi. Penilaian variabel pertama dilakukan dengan melakukan manipulasi sampel pada kasus auditor berkomunikasi dengan klien melalui *face to face* dan pada kasus auditor berkomunikasi melalui email. Untuk menguji Keakraban dengan klien audit dioperasionalkan dengan menyediakan subjek dengan informasi yang berasal dari klien lama atau klien baru. Klien lama yang dimaksud adalah dimana auditor pernah melakukan audit pada klien yang pernah diaudit pada tahun sebelumnya, sedangkan yang dimaksud klien baru adalah klien audit yang baru pertama kali diaudit oleh auditor. Penilaian variabel kedua dilakukan melalui manipulasi sampel pada kasus auditor berhubungan dengan klien lama dan pada kasus auditor berhubungan dengan klien baru. Kesan yang diterima auditor dioperasionalkan melalui kesan yang diterima oleh auditor dari klien audit dengan memberikan isyarat deskriptif visual untuk kasus komunikasi secara tatap muka. Sebagai contoh, kesan negatif yang diterima auditor dioperasionalkan dalam skenario tatap muka dengan sikap klien yang kurang menyenangkan merujuk pada penelitian Vrij dan Mann (2004). Penilaian variabel ketiga dilakukan dengan manipulasi sampel pada kasus komunikasi dengan klien melalui *face to face* dimana auditor akan mendapat kesan pertama ketika bertemu dan berkomunikasi dengan klien.

Penentuan Sampel

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

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan jenis data primer Data primer yang diajukan pada responden berupa kuesioner yang terstruktur. Kuesioner yang diberikan pada responden berisi beberapa pernyataan terkait dengan penelitian. Dalam kuesioner akan diberikan desain eksperimen penelitian. Desain ini akan dilampirkan bentuk cerita pendahuluan (*story board*) untuk memberikan stimulus pada responden. Stimulus ini digunakan agar responden lebih memahami keadaan yang terjadi dalam eksperimen. Selain itu, cerita pendahuluan yang diajukan akan membantu responden untuk menjawab kuesioner sesuai dengan desain eksperimen. Terdapat 4 (empat) bentuk cerita pengantar dalam kuesioner penelitian. Desain penelitian ini dirancang dengan 4 bentuk kasus untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan di atas, masing-masing terdiri dari kasus pertama untuk manipulasi sampel kasus komunikasi auditor dengan klien melalui *face to face* yang terdiri dari 6 (enam) pertanyaan, kasus kedua untuk manipulasi sample komunikasi dengan klien melalui email yang terdiri dari 5 (lima) pertanyaan, kasus ketiga untuk manipulasi audit dalam mengaudit klien lama yang terdiri dari 2 (dua) pertanyaan, dan kasus yang keempat untuk manipulasi audit dalam mengaudit klien baru yang terdiri dari 2 (dua) pertanyaan.

Pengujian statistik menggunakan uji T berpasangan (*paired sample t-test*) yaitu dua sampel yang berpasangan diartikan sebagai sebuah sampel dengan subjek yang sama namun mengalami dua perlakuan atau pengukuran yang berbeda (Ghozali, 2011). Penetapan tingkat signifikansi yang dipilih adalah 5% ($\delta = 0,05$), digunakan tingkat signifikansi 5% ($\delta = 0,05$) tersebut karena dinilai cukup memadai dalam perbandingan kedua variabel yang akan diuji dan lazim digunakan bagi penelitian ilmu-ilmu sosial. Uji T berpasangan ini digunakan untuk menguji hipotesis 1, hipotesis 2, dan analisis tambahan. Analisis tambahan hanya digunakan untuk memberikan penjelasan

mengenai kecukupan informasi yang diterima dari media komunikasi yang digunakan dan tidak dirumuskan dalam hipotesis.

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

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Sampel Penelitian

Responden penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Profesi Akuntansi (PPA) di Universitas Diponegoro Semarang. Meskipun 75 kuesioner disebar kepada responden secara acak tanpa kualifikasi khusus, peneliti hanya menggunakan Sebanyak 57 responden yang digunakan sebagai data penelitian, karena peneliti menginginkan sampel Mahasiswa Pendidikan Profesi Akuntansi yang bekerja pada Kantor Akuntan Publik. Jumlah tersebut dinilai cukup untuk analisis statistik guna membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengujian Hipotesis 1 diuji dengan menggunakan dasar jawaban dari responden terhadap pertanyaan No. 2 untuk sampel dengan komunikasi *face to face* dibanding dengan komunikasi Melalui email. Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut :

Tabel 1
Uji perbedaan Keyakinan dalam mendeteksi kesalahan pada klien dengan komunikasi secara *face to face* dan melalui email

Statistik	<i>Face to face</i>	Email
Mean	4,3684	3,6491
Std. Dev	0,5865	0,7904
T		5,776
Sig		0,000

Sumber: Data primer diolah, 2014

Hasil pengujian menunjukkan bahwa keyakinan pada kemampuan auditor dalam mendeteksi penipuan pada komunikasi *face to face* adalah sebesar 4,3684 sedangkan pada komunikasi lewat email adalah sebesar 3,6491. Nilai t hasil pengujian diperoleh 5,776 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi di bawah 0,05 yang menunjukkan bahwa terdapat perbedaan keyakinan pada kemampuan auditor dalam mengaudit laporan keuangan dengan data awal melalui pertemuan langsung dibanding dengan melalui email dimana auditor lebih yakin terhadap kemampuannya dalam mendeteksi penipuan jika pertemuan dilakukan secara *face to face* atau dengan kata lain Hipotesis 1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa auditor yakin dalam mendeteksi penipuan ketika berkomunikasi dengan klien audit secara *face to face*. Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Cefarati dan Barkhi pada tahun 2013 yang mengungkapkan bahwa auditor lebih percaya diri dengan kemampuannya untuk mendeteksi penipuan dengan komunikasi melalui *face to face* dibandingkan dengan komunikasi melalui email. Hal ini dilandasi teori kekayaan media yang telah dikemukakan oleh Daft dan Lengel (1986) dimana dijelaskan bahwa media yang kaya lebih tepat untuk mengurangi ketidakjelasan. Semakin tinggi tingkatan kekayaan media, ia mampu memberikan informasi lebih banyak dan mengurangi kerancuan, yang akan mengurangi tingkat ambiguitas dan ketidakpastian di sisi penerima informasi. Melalui pertemuan secara langsung auditor akan memperoleh lebih banyak isyarat komunikasi sehingga akan memperoleh kejelasan untuk membuktikan kebenaran informasi yang

disampaikan oleh klien. Dengan banyaknya isyarat komunikasi yang menghasilkan lebih banyak kejelasan dalam melalui pertemuan langsung secara *face to face*, auditor akan lebih yakin dengan kemampuannya untuk mendeteksi kecurangan daripada komunikasi melalui email.

Tabel 2
Uji perbedaan mengenai kemungkinan adanya penipuan informasi pada klien baru dan klien lama

Statistik	Klien baru	Klien lama
Mean	4,3158	4,0877
Std. Dev	0,7111	0,6623
T		4,068
Sig		0,000

Sumber: Data primer diolah, 2014

Tabel 3
Uji perbedaan mengenai kemungkinan adanya penipuan informasi pada klien baru dan klien lama

Statistik	Klien baru	Klien lama
Mean	3,9649	4,2105
Std. Dev	0,5966	0,6192
T		-4,270
Sig		0,000

Sumber: Data primer diolah, 2014

Pengujian Hipotesis 2 diuji dengan menggunakan dasar jawaban dari responden terhadap pertanyaan No. 1 dan No. 2 untuk sampel kasus perbandingan antara klien baru dibanding dengan klien lama. Pada hasil pengujian menggunakan dasar jawaban terhadap pertanyaan No. 1 menunjukkan bahwa penilaian akan kemungkinan adanya kesalahan data yang diinformasikan pada auditor dari klien baru adalah sebesar 4,3158 sedangkan pada klien lama adalah sebesar 4,0877. Nilai t hasil pengujian diperoleh -4,068 dengan signifikansi sebesar 0,000. Pada hasil pengujian menggunakan dasar jawaban terhadap nomor 2 menunjukkan keyakinan auditor dengan kemampuannya dalam mendeteksi penipuan pada klien baru adalah sebesar 3,9649 sedangkan pada klien lama adalah sebesar 4,2105. Nilai t hasil pengujian diperoleh -4,270 dengan signifikansi sebesar 0,000.

Nilai signifikansi di bawah 0,05 yang menunjukkan bahwa terdapat perbedaan penilaian akan kemungkinan adanya kesalahan data yang diinformasikan oleh klien baru dibanding klien lama dimana informasi dari klien baru dinilai kemungkinan memiliki informasi yang tidak benar dan juga terdapat perbedaan keyakinan dalam mengaudit laporan keuangan dengan klien baru dibanding klien lama dimana auditor lebih yakin terhadap kemampuannya dalam mendeteksi kecurangan dengan klien lama atau dengan kata lain Hipotesis 2 diterima. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Cefaratti Meghann dan Reza Barkhi pada tahun 2013. Dalam teori saluran ekspansi yang dikemukakan oleh Carlson dan Zmud, 1994 dalam Cefaratti dan Barkhi 2013, dikatakan bahwa seorang individu cenderung menangkap lebih banyak isyarat ketika berkomunikasi dengan orang yang telah akrab. Keakraban menghasilkan peningkatan jumlah isyarat yang terdeteksi akan mempengaruhi jumlah isyarat yang tersedia bagi penerima untuk tujuan menentukan kebenaran informasi yang disampaikan. Sehingga ketika auditor mengaudit klien baru tidak memiliki banyak kejelasan dibanding klien lama yang telah diaudit tahun sebelumnya. Menurut Penelitian telah dilakukan Brewer dan Chapman pada tahun 2002 menemukan bahwa pemeriksaan tahun sebelumnya yang dilakukan auditor mempengaruhi

penilaian auditor (Brewer dan Chapman, 2002). Selain itu Fairchild (2007) juga menemukan bahwa kemampuan auditor untuk mendeteksi *fraud* (kecurangan) meningkat pada masa perikatan yang panjang, dimana masa perikatan yang panjang berarti auditor semakin akrab dengan klien. Sehingga auditor akan lebih mampu mendeteksi kecurangan pada klien yang telah akrab daripada klien baru.

Pengujian Hipotesis 3 diuji dengan menggunakan dasar jawaban dari responden terhadap pertanyaan No. 1 untuk sampel dengan komunikasi *face to face* karena dari identifikasi kuesioner *face to face* disajikan jawaban mengenai kesan pertama. Hipotesis 3 diuji menggunakan independent sample t-test dimana responden menilai sendiri kesan pertama yang positif atau negatif dari klien, kemudian diuji rata-rata responden antara yang mendapat kesan yang negatif dan kesan yang positif. Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4
Uji perbedaan mengenai kemungkinan adanya informai yang salah pada kesan negatif dan kesan positif

Statistik	Kesan negatif	Kesan positif
Mean	4,2381	3,8889
Std. Dev	0,5389	0,5225
T		2,406
Sig		0,020

Sumber : Data primer diolah, 2014

Hasil pengujian menunjukkan bahwa penilaian akan kemungkinan adanya kesalahan data yang diinformasikan pada auditor pada kesan negatif adalah sebesar 4,2381 sedangkan pada kesan positif adalah sebesar 3,8889. Nilai t hasil pengujian diperoleh 2,406 dengan signifikansi sebesar 0,020. Nilai signifikansi di bawah 0,05 yang menunjukkan bahwa terdapat perbedaan penilaian akan kemungkinan adanya kesalahan data yang diinformasikan oleh kesan negatif dibanding kesan positif dimana informasi dari kesan negatif dinilai lebih kemungkinan memiliki informasi yang tidak benar atau dengan kata lain Hipotesis 3 diterima. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Cefaratti, Meghann dan Reza Barkhi pada tahun 2013 Menurut Ekspresi mikro yang dikemukakan Ekman pada tahun 1985, walaupun ekspresi wajah yang terlihat sesaat, tetapi dapat menampilkan tanda-tanda kebohongan seseorang. Hal ini menyebabkan auditor menilai bahwa terdapat penipuan informasi yang disampaikan oleh klien ketika ia mendapati kesan yang negatif.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh Media Komunikasi dan keakraban dengan klien terhadap keyakinan auditor dalam mendeteksi kecurangan. Teori komunikasi dan Isyarat penipuan digunakan untuk membantu mengidentifikasi variabel dalam penelitian. Teori komunikasi yang digunakan adalah teori kekayaan media dan teori saluran ekspansi yang digunakan untuk mengidentifikasi variabel kekayaan media komunikasi dan keakraban dengan klien. Variabel tersebut dianalisis menggunakan Partial Sample t-test. Sedangkan isyarat penipuan digunakan untuk mengidentifikasi kesan yang diterima auditor dari klien yang memberikan isyarat adanya penipuan. Variabel kesan dianalisis menggunakan Independent Sample t-test. Data Pengamatan yang dijadikan sampel dalam kuesioner berjumlah 57 responden yang berasal dari Auditor yang bekerja pada Kantor Akuntan Publik (KAP) di Semarang.

Dari hasil analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dari penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Auditor merasa yakin terhadap kemampuannya dalam mendeteksi kecurangan oleh klien dengan komunikasi melalui *face to face* dibanding melalui email.

2. Auditor merasa yakin terhadap kemampuannya dalam mendeteksi kecurangan pada klien lama dibanding pada klien baru karena Auditor merasa lebih mampu mendeteksi kesalahan data yang diinformasikan pada klien lama dibanding pada klien baru.
3. Ketika mendapat kesan negatif dari klien, auditor merasa terdapat kesalahan data yang disampaikan oleh klien audit daripada ketika mendapatkan kesan positif.

Penelitian ini memiliki keterbatasan. *Pertama*, Eksperimen adalah eksperimen semu yang hanya merupakan kasus dalam bentuk cerita sehingga keberhasilan penelitian ini bergantung pada manipulasi cerita yang dihadirkan peneliti agar responden memahami maksud dalam cerita tersebut sebelum menjawab pertanyaan. *Kedua*, Penelitian dilakukan dengan tidak mempertimbangkan adanya interaksi dari variabel komunikasi dan klien.

Atas dasar keterbatasan tersebut, untuk penelitian selanjutnya disarankan agar Mengembangkan instrumen kuesioner dengan contoh kasus eksperimen yang lebih mudah dipahami dan banyak dijumpai. *Kedua*, Menggunakan metode analisis yang berbeda misalnya dengan menerapkan metode ANOVA dua arah dengan melibatkan factor *within subject* dalam penelitian agar dapat secara tepat menggambarkan dilematis auditor secara individual.

REFERENSI

- American Institute Public Accountants (AICPA). 2002. *Consideration Of Fraud in a Financial Statement Audit. Statement on Auditing Standards* No. 99 .New York, NY: AICPA.
- Bapepam, *Kasus PT Kimia Farma Tbk*, Siaran Pers Bapepam, 27 Desember 2002
- Brewer, N. T. dan Chapman, G. B. 2002. *The fragile basic anchoring effect. Journal of Behavioral Decision Making*, 15, 65-77.
- Carlson, J. R. dan George, J. F. 2004. *Media Appropriateness in the conduct and discovery of deceptive communication : The relative influence of richness and synchronicity. Group Decision and Negotiation*. Vol. 13, No. 1, h. 5-28.
- Carlson, J. R., George, J. F., Burgoon, J. K., Adkins, M., dan White, C. H. 2004. *Deception in computer mediated communication. Group Decision and Negotiation*, Vol. 13, No. 1, h. 5-28.
- Carlson, J. R., dan Zmud, R. W. (1999). *Channel expansion theory and the experiential nature of media richness perceptions. Academy of Management Journal*, 42(2). 153-170.
- Cefaratti, Meghann dan Reza Barkhi. 2013. *The Effects of Communication Media and Client Familiarity on Auditors' Confidence in Deception Detection. Journal of Forensic and Investigative Accounting*. Vol. 5, No. 2, h.1-26.
- Daft, R. L. dan Lengel, R. H. 1986. *Organizational information requirements: Media richness and structural design. Management Science*, Vol. 32, h. 554-571.
- Dennis, A. R. dan Kinney, S. T. 1998. *Testing media richness theory in the new media: The effects of cues, feedback, and task equivocality. Information Systems Research*, 9(3), 256-274.
- Ekman, P. 1992. *Telling Lies*. New York: W.W. Norton.
- Ekman, P. dan Friesen, W. V. 1972. *Hand movements. Journal of Communication*, 22, 353-372.
- Fairchild, Richard. 2007. *Audit Tenure, Report Qualification, and Fraud. Working Paper Series*.
- Ghozali, Imam. 2008. *Desain Penelitian Eksperimental*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.



- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. 5 ed.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grice, H. P. 1989. *Studies in the Way of Words*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- IAPI. 2011. *Standar Profesional Akuntan Publik Per 31 Maret 2011*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lee, C., dan Welker, R. 2010. *Does familiarity with an interviewee's white lying make it easier to detect the interviewee's deception? Journal of Forensic and Investigative Accounting*, 2(1), 161-178.
- Levine, T. R dan McCornack, S. A. 1992. *Linking love and lies: A formal test of the McCornack and Parks model of deception detection. Journal of Social and Personal Relationships*, Vol. 9, h. 143-154.
- Menteri Keuangan. 2008. *Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 17/PMK.01/2008 tentang "Jasa Akuntan Publik"*. Jakarta.
- Morris, D. E. (1993). *Analysis of auditors' perceptions and over-reliance on negative information. Managerial Auditing Journal*, 8(6), 14-24.
- Mulyadi. 2002. *Auditing*, Edisi 6, Salemba Empat, Jakarta.
- Salmon, S. dan Joiner, T.A. 2005. *Toward an understanding communication channel preferences for the receipt of management information. Journal of American Academy of Business, Cambridge*, 7(2), 56-62.
- Sekaran, Uma, dan R. Bougie. 2011. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. 5 ed. West Sussex : John Wiley dan Sons Ltd.
- Sheer, V.C. dan Chen, L. 2004. *Improving media richness theory: A study of interaction goals, message valence, and task complexity in manager-subordinate communication. Management Communication Quarterly*, 18(1), 76-93
- Suhendi, "Pembobolan Bank Syariah Mandiri Bogor", <http://www.tribunnews.com/nasional/2013/10/23/pembobolan-bank-syariah-mandiri-bogor-kejahatan-terorganisir>. diakses 12 Juni 2014
- Vrij, A. dan Mann, S. 2004. *Detecting deception: The benefit of looking at a combination of behavioral, auditory, and speech content related cues in a systematic manner. Group Decision and Negotiation*, 13(1), 61-79.
- Zhou, L., Burgoon, J., dan Twitchell, D. 2003. *A longitudinal analysis of language behavior of deception in email. In H. Chen et al. (Eds), ISI 2003, LNCS 2665 (pp. 102-110)*. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.
- Zuckerman, M., Koestner, R., dan Driver, R. 1981. *Beliefs about cues associated with deception. Journal of Nonverbal Behavior*, 6(2), 105-114.