



DINAMIKA

Majalah Ilmiah Pendidikan, Agama, Sains, Teknologi dan Seni

VOLUME VI NO 3 SEPT - DES 2008

ISSN : 1693 - 1912



PENERBIT
FAKULTAS PERTANIAN UNIVA MEDAN

Redaksi
Jl. Sisingamangaraja No. 10 Km. 5.5 Medan
Telp 061-77832607



Mulai Terbit Tanggal 3 April 2003 dan
Diterbitkan oleh Fakultas Pertanian UNIVA Medan
ISSN : 1693 – 1912

Pembina :
Dekan Fakultas Pertanian UNIVA Medan

Ketua Pengarah :
Armansyah., Ir., M.T

Wakil Ketua Pengarah :
M. Idris, Dr., Ir., M.P
Amirruddin, SP., M. P

Sekretaris Penyunting :
Suriadi Damanik, drs., M. Kes

Penyunting :
Siti Aminah, Ir
Hanurawaty, Siregar, SH
Dini Mufriah., Ir

Illustrator :
Nikmah Zuraidah., dra
Wenny Astuti

Keuangan :
Siti Aisyah, SE

Sirkulator :
Rudi Hermawan, Ir

Alamat Redaksi :
Fakultas Pertanian UNIVA
Jl. Sisingamangaraja No. 10 Km. 5,5 Medan Telp. (061) 77832607

DAMPAK KUALITAS JASA AUDIT TERHADAP LOYALITAS KLIEN

Oleh: Widia Astuty *)

Intisari

Kantor Akuntan Publik (KAP) adalah satu dari banyak perusahaan yang bergerak di sektor jasa. Bisnis jasa Kantor Akuntan Publik mempunyai perbedaan dengan bisnis jasa lain. Salah satu perbedaan itu adalah Kantor Akuntan Publik dalam menjalankan bisnisnya tidak dapat memihak kepada pengguna jasanya dan harus berdasarkan Standar Profesional Akuntan Publik dan Aturan Etika Kompartemen Akuntan Publik, serta peraturan lainnya yang berlaku. Kondisi ini menyebabkan bisnis jasa Kantor Akuntan Publik rawan dengan situasi konflik kepentingan, sebagai perusahaan bisnis jasa Kantor Akuntan Publik harus menjaga kelangsungan hidupnya dari hasil usaha jasanya dengan kebutuhan memperoleh dan mempertahankan klien tetapi disisi lain harus tetap menjaga kualitas jasa audit dengan bersikap independen yaitu tidak boleh memihak kepada pengguna jasanya.

Keyword : Kantor Akuntan Publik, Kualitas jasa audit, Klien

I Pendahuluan

Latar Belakang

Pada saat ini dukungan industri sektor jasa semakin terasa terhadap kemajuan perekonomian suatu negara. Koepp, (dalam Cronin dan Taylor, 1992) memberikan suatu ramalan bahwa peningkatan pada sektor jasa dapat mencapai hingga batas yang dominan pada perekonomian suatu negara. Kondisi ini didukung oleh data yang diolah dari *Jakarta Stock Exchange Fact Books* Bursa Efek Jakarta pada tahun 2005 mengenai jumlah bisnis di sektor jasa yang ada adalah 187 dan bisnis disektor non jasa 150 perusahaan. Dapat dipahami jika

banyak pihak yang tertarik untuk mencurahkan perhatiannya pada bisnis di sektor jasa.

Fenomena yang terjadi diantara manajemen dan auditor adalah adanya situasi konflik kepentingan. Situasi konflik kepentingan diantara manajemen dan auditor ditunjukkan oleh terjadinya kasus-kasus akuntansi yang mengindikasikan rendahnya kualitas jasa audit di Bursa Efek. Kasus-kasus Akuntansi di Indonesia, seperti : kasus akuntansi Kimia Farma dan Lippo dan kasus lainnya yang tidak dipublikasikan. Semua kasus akuntansi pada tahun 2002 tersebut terbukti karena kesalahan Akuntan dan Kantor Akuntan

*) Dosen Fak. Ekonomi Univ. Muhammadiyah Sumatera Utara

Publik *The Big-Five* yang dalam menyelesaikan konflik kepentingan dengan manajemen, Akuntan Publik dan Kantor Akuntan Publik menunjukkan tidak independen. Berdasarkan hal tersebut diperlukan perhatian yang berkelanjutan terhadap situasi yang dapat memicu konflik kepentingan.

Sebagai upaya untuk memberikan perhatian terhadap situasi yang dapat memicu konflik kepentingan maka Pemerintah dan Badan Pengawas Pasar Modal di Amerika berkaitan dengan adanya skandal akuntansi tahun 2002 dimana Kantor Akuntan Publik yang melakukan jasa audit di Bursa Efek Amerika harus melaksanakan peraturan yang bertujuan untuk lebih meningkatkan kualitas jasa audit yaitu *The Sarbanes-Oxley Act of 2002*. *The Sarbanes-Oxley Act of 2002* memiliki pengaruh cukup luas terhadap praktik di Bursa Efek Amerika, terutama merubah *landscape* profesi akuntan dan perubahan fundamental terhadap pengaturan profesi akuntan yang dampaknya menyebar ke berbagai penjuru dunia, termasuk Indonesia.

Tujuan Penulisan

Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui dampak kualitas jasa audit terhadap loyalitas klien.

Uraian Teoritis

Kualitas Jasa Audit

2.1. Kualitas Jasa Audit Menurut Perspektif Auditor

Menurut Khomsiyah dan Indriyantoro, (1998) untuk dapat memenuhi kualitas audit yang baik maka auditor dalam menjalankan profesinya sebagai pemeriksa harus berpedoman pada kode etik, standar profesi dan standar Akuntansi Keuangan yang berlaku di Indonesia. Setiap auditor harus mempertahankan integritas dan objektivitas dalam melaksanakan tugasnya dengan bertindak adil tanpa dipengaruhi tekanan atau permintaan pihak tertentu untuk memenuhi kepentingan pribadinya.

Kualitas Jasa audit berdasarkan Standar profesional Akuntan Publik (2001), audit yang dilaksanakan auditor dapat dikatakan berkualitas jika memenuhi ketentuan atau standar pengauditan.

Standar Pengauditan mencakup mutu profesional (*professional qualities*), auditor independen, pertimbangan (*judgement*) yang digunakan dalam pelaksanaan audit dan penyusunan laporan audit.

Akuntan publik dalam melaksanakan jasa audit harus mentaati standar auditing, standar pengendalian mutu, kode etik dan aturan etika kompartemen akuntan publik. Standar auditing yang telah ditetapkan dan disahkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia, (IAI, SPAP, 2001:150.1 dan 2) terdiri dari sepuluh (10) standar yang dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok besar yaitu :

- 1) Standar Umum
- 2). Standar Pekerjaan Lapangan
- 3). Standar Pelaporan

Perbaikan dan peningkatan kinerja K.A.P yang terus dilakukan dari segi standar auditing, standar pengendalian mutu dan kualitas jasa audit itu sendiri merupakan upaya untuk meningkatkan kepercayaan klien atas kredibilitas dan independensi KAP terhadap klien, investor dan pihak ketiga atau masyarakat yang mempunyai kepentingan terhadap laporan keuangan

klien yang diaudit. Salah satu upaya standarisasi profesi adalah dengan melakukan modifikasi dalam bentuk SPAP yaitu standar auditing, standar atestasi, standar jasa akuntansi dan review, standar jasa konsultan , standar pengendalian mutu, dan aturan etika Kompartemen Akuntan Publik (IAI, SPAP, 2001).

2.2. Pengertian Kualitas Jasa Audit Menurut Perspektif Klien dan Auditor

Pengertian kualitas jasa audit menurut klien dan auditor diungkapkan oleh Behn et.al. 1997 . Kualitas jasa audit menurut perspektif klien dan auditor digunakan sebagai usaha memperkecil perbedaan kepentingan di antara klien dan auditor. Dukungan teori dari kualitas jasa audit menurut perspektif klien dan auditor dijelaskan sebagai berikut :

1) Pengalaman Melakukan Audit

Wooten (2003) berpendapat bahwa pengalaman dengan klien akan mengarahkan pada audit yang berkualitas tinggi. Penugasan staff pada audit yang berulang akan memperoleh pemahaman yang lebih baik akan proses bisnis klien

dan kekuatan serta kelemahan khusus dari sistem akuntansi klien. Staf auditor akan lebih siap untuk mengidentifikasi area yang paling berisiko dan mengandung kesalahan dari periode sebelumnya dan meluangkan lebih banyak waktu pada area tersebut.

2) Memahami Industri Klien

Shockley dan Holt (1983) menemukan bahwa para bankir yang menjadi sampel penelitian mereka, cenderung membedakan Kantor Akuntan Publik berdasarkan pada pasar dalam industri perbankan yang dipahami Kantor Akuntan Publik. Oleh karenanya mereka menyimpulkan bahwa memahami industri klien dapat menjadi sumber kualitas audit. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Woolf (1997:11) bahwa auditor tidak hanya memperhatikan akun-akun dalam laporan keuangan, tetapi juga memperhatikan keadaan dan lingkungan bisnis klien. Begitu pula Gupta (1991:29-30) bahwa auditor perlu memahami industri klien untuk memungkinkan auditor mengidentifikasi kejadian dan praktek bisnis yang menurut auditor berpengaruh pada laporan keuangan klien.

3) Responsif Atas Kebutuhan Klien

Mahon (1982) dalam penelitian tentang kualitas jasa audit dengan melakukan suatu interview terhadap pihak-pihak kliennya, menyimpulkan bahwa yang membuat klien memutuskan pilihannya terhadap suatu Kantor Akuntan Publik adalah kesungguhan Kantor Akuntan Publik tersebut memperhatikan kebutuhan kliennya. Adanya keunggulan ini akan memberikan tingginya nilai yang diterima klien dan membuat klien tetap loyal.

4) Taat Pada Standar Umum

Tim (2001) mengatakan, kredibilitas auditor tergantung pada : (1) kemungkinan auditor mendeteksi kesalahan yang material dan kesalahan penyajian dan (2) kemungkinan auditor akan melaporkan apa yang ditemukannya. Kedua hal tersebut mencerminkan terlaksananya standar umum, sebab, seorang auditor harus memiliki keahlian, independensi dan cermat sebagai syarat dari mutu pelaksanaan audit, Standar profesional Akuntan Publik (2001), dengan adanya kedua hal tersebut akan memberikan tingginya nilai yang diterima klien dan membuat klien tetap loyal.

5) Independensi

Boynton dan Johnson (2006:56) mendefinisikan auditor independen sebagai berikut : *Independence is the cornerstone of the auditing profession. It means that the auditor neutral about the entity and, therefore, objective.* Arens (2006) mendefinisikan independensi sebagai suatu pendapat yang tidak bias dalam kinerja pengujian audit (*audit test*), evaluasi hasil dan penerbitan laporan audit. Independensi secara esensial merupakan sikap pikiran seseorang yang dicirikan oleh pendekatan integritas dan objektivitas tugas professional auditor. Hal ini senada dengan *American Institute of Certified Public Accountant (AICPA)* yang menyatakan bahwa independensi adalah suatu kemampuan untuk bertindak berdasarkan integritas dan objektivitas. Meskipun integritas dan objektivitas tidak dapat diukur secara pasti , tetapi keduanya merupakan hal yang mendasar bagi profesi akuntan publik. Integritas merupakan prinsip moral yang tidak memihak, jujur , memandang dan mengemukakan fakta seperti apa adanya.

6) Sikap hati-hati

Kesalahan dapat dideteksi jika auditor memiliki keahlian dan kecermatan. Ahli diartikan sebagai ahli akuntansi dan audit, Standar profesi Akuntan Publik (2001). Menurut Mautz dan Sharaf, (1993) Cermat menekankan pada pencarian tipe-tipe kesalahan yang mungkin ada melalui sikap hati-hati. Dengan sikap kehati-hatian ini akan memberikan tingginya nilai yang diterima klien dan membuat klien tetap loyal.

7) Komitmen yang Kuat Terhadap Kualitas Audit

Jeffrey dan Weatherholt (1996) menguji hubungan antara komitmen profesi, pemahaman etika dan sikap ketaatan pada aturan. Hasilnya menunjukkan bahwa akuntan dengan profesi yang kuat, perilakunya lebih mengarah pada aturan dibanding akuntan dengan komitmen profesi yang rendah.

8) Keterlibatan Pimpinan Kantor Akuntan Publik

Kolb (1995) mengatakan untuk tujuan perbaikan kinerja peran yang dimainkan oleh pimpinan adalah sangat

besar. Perbaikan kinerja yang terus-menerus dapat dilakukan dengan komunikasi yang harmonis. Clampit dan Downs (1995) menyimpulkan bahwa kepuasan berkomunikasi yang diterima oleh seluruh pekerja berdampak pada produktivitas. Kesimpulan Verona (1995) menyatakan bahwa pimpinan puncak memiliki korelasi yang lebih kuat dibandingkan dengan supervisor terhadap komitmen organisasi. Keunggulan ini akan memberikan tingginya nilai yang diterima klien dan membuat klien tetap loyal.

B) Melakukan Pekerjaan Lapangan Yang Tepat

Standar pekerjaan lapangan yang pertama mengharuskan bahwa pekerjaan harus direncanakan sebaik-baiknya dan jika digunakan asisten harus disupervisi dengan semestinya. Standar Profesional Akuntan Publik (2001); dengan perencanaan yang matang dan tepat akan memberikan tingginya nilai yang diterima klien dan membuat klien tetap loyal.

C) Keterlibatan Komite Audit

Komite audit berfungsi untuk memberikan pandangan mengenai

masalah-masalah yang berhubungan dengan kebijakan keuangan, akuntansi dan pengendalian intern.

Menon dan William (1994) menyatakan bahwa dengan melibatkan komite audit dalam pelaksanaan audit dapat membantu auditor.

11) Standar Etika yang Tinggi

Rest (1986) menyatakan bahwa pemahaman (kesadaran) moral merupakan bagian dari kapasitas keseluruhan individual untuk mererangka dan memecahkan masalah-masalah etika. Sehingga untuk meningkatkan akuntabilitasnya, seorang auditor harus menegakkan etika profesional yang tinggi, agar timbul kepercayaan dari masyarakat.

12) Tidak Mudah Percaya

Standar Profesional Akuntan Publik (2001) menyatakan bahwa audit atas laporan keuangan berdasarkan atas standar auditing yang ditetapkan Ikatan Akuntan Publik harus direncanakan dan dilaksanakan dengan sikap skeptisme profesional. Hal ini mengandung arti bahwa auditor tidak boleh menganggap manajemen sebagai orang yang tidak jujur namun juga tidak boleh menganggap

manajemen sebagai orang yang tidak jujur namun juga tidak boleh menganggap bahwa manajemen sebagai orang yang tidak diragukan lagi kejujurannya. Adanya sikap tidak mudah percaya tersebut akan memberikan hasil audit yang bermutu dan akan memberikan tingginya kualitas jasa audit dan tingginya nilai yang diterima klien yang dapat membuat klien tetap loyal.

13) Komisaris Independen.

Aturan yang mengatur dewan komisaris independen bagi perusahaan publik dikeluarkan salah satunya oleh Direksi Bursa Efek Jakarta melalui Surat Keputusan No. :Kep-339/BEJ/07-2001 dan Kep-305/BEJ/07-2004 tentang Komisaris independen yang jumlahnya secara proporsional sebanding dengan jumlah saham yang dimiliki oleh bukan pemegang saham pengendali dengan ketentuan jumlah komisaris independent sekurang-kurangnya 30 % dari seluruh jumlah anggota komisaris.

14) Pengetahuan staff auditor dan auditor eksternal yang cukup

Standar Profesional Akuntan Publik (2001) menyatakan bahwa staff auditor dan auditor harus mempunyai

pengetahuan yang cukup. Auditor harus memperoleh pengetahuan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan sifat bisnis satuan usaha, organisasinya dan karakteristik operasinya. Hal tersebut mencakup misalnya, tipe bisnis, tipe produk dan jasa, struktur modal, pihak yang mempunyai hubungan yang istimewa, lokasi dan metode produksi, distribusi serta kompensasi.

15) Realisasi Janji yang sesuai jadwal.

Adanya keunggulan untuk tepat janji sesuai jadwal dapat meningkatkan nilai yang diterima klien dan loyalitas.

Loyalitas

Griffin (2002:5) menyatakan definisi loyalitas sebagai :

"The concept of customer loyalty is geared more to behavior than to attitude and a loyal customer will exhibit purchase behavior defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit."

Konsep loyalitas lebih mengarah kepada perilaku (*behavior*) dibandingkan dengan sikap (*attitude*). Loyalitas merupakan komitmen pelanggan untuk

tetap bertahan menggunakan layanan dari penyedia layanan; dimana penggunaan layanan itu mengikuti pola penggunaan yang konsisten dan dalam waktu yang lama.

Selanjutnya Griffin (2002:31) menyatakan bahwa karakteristik konsumen yang loyal adalah :

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur (*repeat purchase*)
2. Membeli di luar lini produk/jasa (*purchase across product lines*)
3. Mengajak orang lain (*refers others*)
4. Menunjukkan kekebalan dari tarikan persaingan (tidak mudah terpengaruh oleh tarikan persaingan produk sejenis lainnya/*immunity*)

Menurut Griffin (2002) konsumen yang loyal merupakan aset tak ternilai bagi perusahaan, sehingga sukses tidaknya suatu perusahaan dalam menciptakan pelanggan yang loyal sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai, dan secara terus menerus berupaya untuk memperbaikinya.

Berdasarkan pengertian loyalitas pelanggan, peraturan rotasi Kantor Akuntan Publik, maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas klien audit Kantor Akuntan Publik adalah : Loyalitas lebih mengarah kepada perilaku (*behavior*) dibandingkan dengan sikap (*attitude*). Kedua bahwa pengertian klien audit sudah merupakan tahapan loyalitas pelanggan, sehingga loyalitas klien audit merupakan komitmen klien untuk tetap bertahan menggunakan jasa dari penyedia jasa; dimana penggunaan jasa itu mengikuti pola penggunaan yang konsisten dan dalam jangka panjang sesuai dengan peraturan rotasi Kantor Akuntan Publik.

Dampak Kualitas Jasa Audit Terhadap Loyalitas Klien

Dampak *The Sarbanes-Oxley Act of 2002* dirasakan oleh Kantor Akuntan Publik yang melakukan jasa audit di Bursa Efek Jakarta, yaitu adanya peraturan Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam) Nomor : Kep-20/PM/2002 per-tanggal 12 Nopember 2002 dan Surat Keputusan Menteri Keuangan Nomor: 423/KMK-06/2002 dan peraturan perubahannya Surat Keputusan Menteri Keuangan Nomor: 359/KMK-06/2003. Isi peraturan

yang paling penting terhadap bisnis jasa audit Kantor Akuntan Publik antara lain adalah : (1) Pembatasan terhadap 8 jenis jasa (Pasal, 6) (2) Rotasi untuk Kantor Akuntan Publik Pasal 6 ayat 4 , bahwa pemberian jasa audit umum atas laporan keuangan dari suatu entitas dapat dilakukan oleh Kantor Akuntan Publik paling lama 5 tahun buku berturut-turut dan oleh seorang akuntan publik paling lama 3 tahun berturut-turut.

Selanjutnya peraturan Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam) Nomor VIII.A.1 tentang Pendaftaran Akuntan yang melakukan kegiatan di Pasar Modal, yaitu Akuntan yang melakukan kegiatan di pasar modal wajib terlebih dahulu terdaftar di Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam) dan memenuhi persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan. Peraturan-peraturan tersebut mengindikasikan bahwa Pemerintah dan Badan Pengawas Pasar Modal di Indonesia memberikan kesempatan kepada semua Kantor Akuntan Publik untuk bersaing dalam kualitas jasa audit, karena yang berhasil memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan oleh Badan Pengawas Pasar Modal dapat dipilih oleh semua perusahaan

di Bursa Efek Jakarta dan perusahaan di Bursa Efek Jakarta diharapkan tidak meragukan kualitas jasa audit Kantor Akuntan Publik tersebut, sehingga diharapkan tidak berpindah Kantor Akuntan Publik sampai batas waktu rotasi yang ditetapkan oleh peraturan.

Kotler (1997) dalam Sivadas dan Baker-Prewitt (2000:73) menyatakan bahwa dalam sebuah lingkungan persaingan yang tajam, perusahaan harus berorientasi kepada pelanggan. Begitu juga untuk Kantor Akuntan Publik harus mempunyai strategi bisnis menciptakan kualitas jasa audit yang tinggi berorientasi pelanggan (sebut klien).

Kualitas jasa audit yang berorientasi kepada pelanggan bukan berarti memihak kepada klien, tetapi Kantor Akuntan Publik dapat menggali informasi kualitas jasa audit dari klien. Pearce III dan Robinson Jr. (1997:79) mengatakan konsumen dapat menjadi kuat manakala produk atau jasa yang ditawarkan dalam suatu industri bersifat standar. Kekuatan tersebut membuat konsumen bebas melakukan pergantian perusahaan tempatnya melakukan pembelian. Sama halnya untuk industri jasa audit. Industri

jasa audit adalah menawarkan jasa yang telah memiliki standar tertentu. Klien dengan sendirinya memiliki kebebasan dalam memilih Kantor Akuntan Publik yang ada, sehingga bagaimanapun usaha Kantor Akuntan Publik untuk meningkatkan

kualitas jasa auditnya, tetap klien yang menentukan pilihannya.

Kondisi di Bursa Efek Jakarta berdasarkan data pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Kondisi Klien Terhadap Kantor Akuntan Publik

<i>Periode Indonesian Capital Market Directory</i>	2003	2004	2005
Jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (BEJ) yang mencantumkan nama auditor	307	325	331
Jumlah perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta (BEJ) berpindah Kantor Akuntan Publik :	85	101	108
1) Jumlah perusahaan yang pindah sebelum batas waktu rotasi 1-2 tahun (kurang dari 3 tahun)	29	69	79
2) Jumlah perusahaan yang pindah karena telah sesuai batas waktu 3,4 dan 5 tahun	56	20	18
3) Jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (BEJ) pindah lebih dari 5 tahun	-	12	11
Jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (BEJ) yang tidak berpindah Kantor Akuntan Publik (KAP) : KAP berganti dan menambah rekan, <i>delisted</i>	222	224	223

Sumber : *Indonesian Capital Market Directory* 2003-2005 (diolah)

Berdasarkan pada Tabel 1. menunjukkan bahwa klien yang berpindah Kantor Akuntan Publik pada tahun 2003-2005 mengalami peningkatan dari jumlah 85, 101 dan 108. Peningkatan jumlah klien yang berpindah Kantor Akuntan Publik pada tahun 2003-2005 yang paling besar

ditunjukkan oleh rotasi kurang dari peraturan yang ditetapkan yaitu : sejumlah 29,69 dan 79 klien. Mengacu pada peraturan Rotasi untuk Kantor Akuntan Publik Pasal 6 ayat 4 , bahwa pemberian jasa audit umum atas laporan keuangan dari suatu entitas dapat dilakukan oleh

Kantor Akuntan Publik paling lama 5 tahun buku berturut-turut dan oleh seorang akuntan publik paling lama 3 tahun berturut-turut, maka perpindahan klien audit terhadap Kantor Akuntan Publiknya yang terlalu cepat dari batas waktu rotasi memerlukan perhatian.

Penutup

Teori kualitas jasa audit berkembang karena adanya hubungan yang cocok dan saling menguntungkan antara Kantor Akuntan Publik dengan pengguna jasanya secara langsung (klien) maupun pengguna jasa yang tidak secara langsung (investor, kreditor, pemerintah). Sejalan dengan usaha untuk meningkatkan kualitas jasa audit dengan diterbitkannya Standar Profesional Akuntan Publik, Aturan Etika Kompartemen Akuntan Publik dan peraturan lainnya

Pada perkembangan selanjutnya kondisi yang dihadapi Kantor Akuntan Publik adalah persaingan tajam diantara sesama Kantor Akuntan Publik .

Persaingan tajam ini dapat memicu konflik kepentingan antara klien dan auditor. Konflik kepentingan antara klien dan auditor dapat merendahkan kualitas jasa audit. Begitu juga Kantor Akuntan Publik sebagai perusahaan harus memahami bagaimana klien mereka mempersepsikan jasa yang mereka beli. Kantor Akuntan Publik harus mampu mendeteksi dimensi-dimensi kualitas jasa audit menurut perspektif klien. Perlunya untuk melihat perspektif klien adalah selain dapat menciptakan keunggulan bersaing, juga dikarenakan kualitas jasa merupakan keseluruhan kesan klien terhadap jasa yang ditawarkan. Loyalitas merupakan hubungan harmonis yang berkelanjutan antara perusahaan dengan pelanggan yang mampu menciptakan pelanggan-pelanggan yang berani menyampaikan pelbagai keluhan dan harapan atas produk/ jasa yang dikonsumsinya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Arens, A.A., Elder R.J., Beasley., Mark S. 2006. *Auditing and Assurance Service An Integrated Approach*, Upper Saddle River, New Jersey
- Badan Pengawas Pasar Modal .2002. *Peraturan Bapepam Nomor : Kep-20/PM/2002 tentang Bisnis Jasa Kantor Akuntan Publik*.
- _____, *Peraturan Bapepam Nomor VIII.A.1 tentang Pendaftaran Akuntan Yang Melakukan Kegiatan Di Pasar Modal*.
- Behn, B., K., Carcello, J., V., Dana R. Hermanson and Roger H. 1997. The Determinants of Audit Client Satisfaction Among Clients of Big 6 Firms, *Accounting Horizons*. Vol.11 No.1:pp 7-24.
- Clampit, PG and CW, Down, 1993. Employee Perception of the Relationship Between Communication and Productivity : A field Study. *The Journal of Business Communication*.
- Glyn, William J & James G, Barnes. 1996. *Understanding Service Management*. John Willey & Sons.
- Griffin, Jill. 2002. *Customer Loyalty, How to Earn It : How to Keep It*, Singapore : Lexington Books, hal : 4,21,35.
- Gupta, Kamal .1991. *Contemporary Auditing* Fourth Edition. Mc Graw Hill Publishing Company Limited: New Delhi.
- Ikatan Akuntan Indonesia , 2001. *Standar Profesional Akuntan Publik . Per 1 Januari 2001*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Jakarta Stock Exchange. 2005, *Indonesian Capital Market Directory*
- Khomsiyah , Nur Indriantoro, 1998. Pengaruh Orientasi Etika Terhadap Komitmen dan Sensitivitas Etika Auditor Pemerintah di DKI Jakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol.1 No.1.
- Lee, M., and Cunningham , L.F. 2001. A Cost/Benefit Approach to Understanding Service Loyalty. *Journal of Services Marketing*, 15(2):113-130.

- Mahon James J.1982. *The Marketing of Professional Accounting Services* . John Wiley & Sons. Canada
- Menon, Krishna Gopal and Joanne Deahl Williams.1994. *The Use of Audit Committees for Monitoring*. *Journal Of Accounting and Public Policy* Vol.13: 121-139
- Departemen Keuangan RI.2002, Keputusan Men-Keu RI Nomor 423/ KMK.06/2002 tentang Jasa Akuntan Publik, Jakarta : Departemen Keuangan RI.
- _____, Keputusan Men-Keu RI Nomor 423/ KMK.06/2002 tentang Jasa Akuntan Publik sebagaimana Keputusan Perubahannya Men-Keu Nomor 359/KMK.06/2003, Jakarta : Departemen Keuangan RI.
- Oliver,R.L.1999. When Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63 (Spesial Issue): 33-44.
- Stockley R. and R., Holt.1983. A Behavioral Investigation of Supplier Differentiation in Market for Audit Service : *Journal of Accounting Research* (Autumn) : 545 – 564.
- Tim. Paul R. 2004. *Seven Power Strategies for Building Customer Loyalty*, Amazon.,New York.
- Verona Federico.1996. Relationship Between Communication Satisfaction and organization Commitmen in three Guatemalan Organization. *The Journal of Business Communication* (April) Vol.33 No.2 : 111-140.
- Wolk Carel M and Charles W. Wootton.1997 Handling The Small Public Audit Client. *Journal Of Accountancy* (May) : 53-57.