

KUALITAS JASA AUDIT DALAM PERSPEKTIF DIMENSI BUDAYA HOFSTEDE

[The Quality of Audit Services in The Perspective of Hofstede Cultural Dimensions]

Samirah Dunakhir^{1)*}, Mukhammad Idrus²⁾

¹⁾Program Studi Akuntansi S1/Jurusan Ilmu Akuntansi, Universitas Negeri Makassar

²⁾Program Studi Akuntansi S1/Jurusan Ilmu Akuntansi, Universitas Negeri Makassar

Diterima 17-2-2022 / Disetujui 4-3-2022

ABSTRACT

This study aims to understand the role of cultural values on the perception of the importance of service quality factors in providing audit services. Hofstede presents six national cultural values, four of which have been used extensively in the accounting and auditing research literature. In Hofstede's cultural perspective, Indonesia is a country with cultural values: high power distance; low uncertainty avoidance; collectivism; and feminists. The sample in this study is the practitioners in audit market. Data was collected by using semi-structured interview technique. Data analysis was carried out using qualitative descriptive analysis with a Content Analysis approach. The themes in the interview transcripts were highlighted using Nvivo's QSR software program. The results showed that the cultural value of "expect good treatment" was identified in the respondents' answers during interviews that discussed the quality factor of audit services. This cultural value is one of the cultural values mentioned by Hofstede held by community groups with a cultural dimension of "high power distance". This shows that in discussing the rules that must be applied in maintaining audit quality, local cultural values must be considered. Different community groups have different cultural values.

Keywords: Service quality, audit quality, culture, Hofstede

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami peranan nilai budaya terhadap persepsi pentingnya faktor kualitas layanan dalam pemberian jasa audit. Hofstede menyajikan enam nilai-nilai budaya nasional, yang mana empat diantaranya telah digunakan secara ekstensif dalam literature penelitian akuntansi dan auditing. Dalam perspektif budaya Hofstede, Indonesia adalah negara dengan nilai-nilai budaya: high power distance; low uncertainty avoidance; collectivism; dan feminist. Sampel dalam penelitian ini adalah para pelaku dalam praktek audit. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara semi structured. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan Content Analysis. Tema dalam transkrip wawancara dihighlight dengan memanfaatkan program perangkat lunak QSR Nvivo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai budaya "expect good treatment" teridentifikasi dalam jawaban para responden saat dilakukan wawancara yang membahas faktor kualitas layanan jasa audit. Nilai budaya ini merupakan salah satu nilai budaya yang disebutkan oleh Hofstede dipegang oleh kelompok masyarakat dengan dimensi budaya "high power distance" seperti Indonesia. Jawaban responden ini telah memposisikan faktor kualitas layanan jasa audit menjadi salah satu faktor penting untuk menjaga kualitas audit. Hal ini menunjukkan bahwa dalam pembahasan tentang aturan yang harus diterapkan dalam menjaga kualitas audit, haruslah memperhatikan faktor nilai budaya setempat. Beda kelompok masyarakat, beda pula nilai budaya yang dianut.

Kata kunci: Kualitas jasa audit, kualitas audit, budaya, Hofstede

*Korespondensi Penulis:

E-mail: samirah.dunakhir@unm.ac.id

Hofstede (2006) menyatakan bahwa relativisme budaya melibatkan penilaian ketika dihadapkan dengan kelompok atau masyarakat yang berbeda. Hofstede menegaskan bahwa ketika seseorang mencoba menerapkan norma sosial yang dianutnya kepada kelompok masyarakat lain yang berbeda, dia harus menyadari bahwa ada perbedaan sifat budaya antar masyarakat. Relativisme budaya memanifestasikan dirinya dalam beberapa cara; salah satu konsepnya adalah nilai (Taras, Kirkman, & Steel, 2010). Suatu budaya dibentuk oleh nilai-nilai (kecenderungan untuk memilih keadaan tertentu di atas yang lain). Nilai-nilai ini diperoleh sejak awal kehidupan dan membentuk cara sadar kita untuk belajar. Cohan (2010, p. 76) mendefinisikan konsep relativisme budaya sebagai "...sebuah filosofi yang mengakui nilai-nilai yang ditetapkan oleh setiap masyarakat untuk memandu hidupnya sendiri dan yang memahami nilainya bagi mereka yang menjalaninya, meskipun nilai-nilai itu mungkin berbeda dari nilai seseorang...". Pernyataan ini menyiratkan bahwa meskipun budaya tidak statis dan memberikan fleksibilitas dalam kerangkanya (Hofstede, 2011), namun tetap mengakui adanya nilai-nilai bersama dalam suatu kelompok. Abdolmohammadi and Sarens (2011) menjelaskan bahwa bahkan fakta-fakta dunia fisik dilihat melalui layar akulturatif, sehingga persepsi waktu, jarak, berat, ukuran, dan realitas lainnya dimediasi oleh konvensi dari setiap kelompok tertentu. Selain itu, Oppong (2019) mendefinisikan prinsip relativisme budaya sebagai berikut: penilaian didasarkan pada pengalaman, dan pengalaman ditafsirkan oleh setiap individu dalam kerangka enkulturasinya sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa setiap masyarakat memiliki nilai-nilainya sendiri yang digunakan untuk membuat penilaian.

Ada tiga jenis relativisme budaya (Oppong, 2019): relativisme deskriptif, relativisme normatif, dan relativisme epistemologis. Relativisme deskriptif didasarkan pada teori determinisme budaya. Teori ini menyatakan bahwa karakteristik sosial dan psikologis manusia dihasilkan oleh budaya. Relativisme normatif dibangun di atas relativisme deskriptif tetapi terdiri dari dua penilaian: satu mengenai budaya itu sendiri, dan yang lainnya mengenai produk sosial dan psikologis yang diduga.

Relativisme epistemologis memandang hampir semua karakteristik sosial dan psikologis manusia sebagai ditentukan secara budaya.

Relativisme budaya, berdasarkan teori determinisme budaya, digunakan oleh Riahi-Belkaoui (2018) untuk mempromosikan relativisme budaya dalam akuntansi. Relativisme budaya dalam model akuntansi dikembangkan untuk menjelaskan pengaruh budaya terhadap persepsi konsep akuntansi dan audit oleh peserta dari kelompok yang berbeda.

Studi lintas budaya dalam penelitian audit mempertimbangkan pengaruh latar belakang budaya pada penerapan Standar Internasional Audit (ISA). Cowperthwaite (2014) khawatir bahwa beberapa negara mungkin mengalami kesulitan dengan implementasinya. Asumsi budaya dapat berbeda dari yang terkandung dalam standar yang akan diadopsi, sebagai akibat dari perbedaan budaya nasional. Nilai-nilai budaya yang diyakini relevan dalam situasi ini adalah jarak kekuasaan (*power distance*), penghindaran ketidakpastian, dan individualisme/kolektivisme (Cowperthwaite, 2014). Misalnya, dalam budaya dimana jarak kekuasaan rendah (*low power distance*) atau dimana kekuasaan seseorang tidak mempengaruhi hubungan sosial dalam masyarakat, dorongan untuk beralih ke audit ISA mungkin datang dari pemimpin lokal dalam profesi atau adanya dorongan dari bawah ke atas. Namun, dalam budaya dengan jarak kekuasaan yang tinggi (*high power distance*) atau kekuasaan seseorang sangat mempengaruhi hubungan sosial masyarakat, maka dorongan untuk perubahan akan datang dari mereka yang berkuasa atau dari atas ke bawah.

Studi lain dalam audit lintas budaya meneliti tentang pengaruh budaya pada persepsi independensi auditor dan praktik etika. Persepsi independensi auditor dapat berbeda karena perbedaan budaya. "Construal of self and Chinese accountants' aggressive financial reporting judgments" (2017) menemukan perbedaan yang signifikan antara responden mereka yang berasal dari Inggris, Australia, India dan Malaysia dalam hal persepsi mereka tentang independensi auditor eksternal. Stevenson (2002) juga menemukan bahwa posisi yang diambil oleh para profesional di Prancis dan Italia dalam

masalah independensi auditor sangat berbeda dengan posisi yang diambil oleh profesi di Inggris. Kosmala (2007) menyelidiki dampak budaya pada pembangunan independensi auditor di Polandia dan Republik Ceko. Studi ini dimotivasi oleh meningkatnya tekanan untuk harmonisasi sistem tata kelola perusahaan dan akuntabilitas, tetapi tidak mempertimbangkan kekhasan budaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interpretasi kemerdekaan dipersepsikan berbeda di negara-negara tersebut.

Selain itu, banyak studi lintas budaya dalam audit telah berusaha menemukan hubungan antara budaya dan persepsi perilaku etis dan tidak etis. Ini karena budaya memainkan peran penting dalam mendefinisikan standar etika (Cohen, Hayes, Krishnamoorthy, Monroe, & Wright, 2009). Dimensi budaya dapat mempengaruhi penerimaan dan penerapan kode etik internasional yang berkaitan dengan integritas, objektivitas, kerahasiaan, dan perilaku profesional auditor. Misalnya, bawahan di negara-negara dengan jarak kekuasaan yang tinggi akan cenderung lebih loyal kepada pimpinan mereka karena menghormati posisi pimpinan, bahkan ketika pimpinan bertindak tidak etis. Hal ini juga didukung oleh Armstrong, Chung, and Chung (2020). Studinya menemukan hubungan antara dua dimensi budaya Hofstede: penghindaran ketidakpastian dan individualisme dan persepsi etis. Teoh, Serang, and Lim (1999) menyelidiki persepsi praktik tidak etis antara mahasiswa Indonesia yang kolektivistik dan mahasiswa Australia yang individualistis. Mereka menemukan perbedaan persepsi antara kedua negara, yaitu siswa Indonesia cenderung merasakan jumlah keuntungan yang lebih besar jika keuntungan ini lebih berdampak pada kelompok yang dekat atau cukup dekat. Demikian pula, Tsui and Windsor (2001) menunjukkan bahwa rata-rata skor penalaran etis yang diperoleh di Australia dan Cina berbeda. Hal ini dapat dijelaskan oleh dimensi budaya Hofstede. Daratan Cina diklasifikasikan sebagai kelompok masyarakat yang berorientasi jangka panjang, penghindaran ketidakpastian yang lemah, individualisme yang rendah, dan jarak kekuasaan yang besar. Australia, sebaliknya, diklasifikasikan sebagai kelompok masyarakat dengan penghindaran ketidakpastian yang kuat, individualisme

yang tinggi, jarak kekuasaan yang kecil dan orientasi jangka pendek.

Beberapa penelitian lain telah memberikan bukti bahwa nilai-nilai budaya Hofstede dapat mempengaruhi persepsi tindakan etis yang diambil oleh auditor. Arnold, Bernardi, Neidermeyer, and Schmee (2007), misalnya, meneliti pengaruh budaya suatu negara terhadap penerapan kode etik di Eropa. Penulis menggunakan konstruksi budaya Hofstede untuk memeriksa apakah persepsi etisitas suatu aktivitas berhubungan dengan elemen yang ditemukan dalam kode etik perusahaan, dan berbeda di setiap negara. Mereka menemukan bahwa perbedaan persepsi tentang etika berhubungan terutama dengan negara peserta. Bukti menunjukkan bahwa perbedaan negara ini terkait dengan dimensi budaya Hofstede. Roxas and Stoneback (2004) juga menemukan bahwa berbagai budaya memandang dilema etika secara berbeda. Studi mereka meneliti pengaruh dimensi budaya yang berbeda pada tiga elemen persepsi dari proses pengambilan keputusan etis (dilema, tindakan, dan konsekuensi). Mereka menunjukkan bahwa budaya memiliki efek pada setiap elemen dari proses pengambilan keputusan etis. Studi lintas budaya audit lainnya telah meneliti dampak budaya pada pilihan auditor (Hope, Kang, Thomas, & Yoo, 2008); kemampuan auditor untuk melakukan prosedur analitis (Hughes, Sander, Higgs, & Cullinan, 2009); dan penilaian auditor (Nasution & Östermark, 2012). Studi ini memberikan dukungan kuat untuk dampak dimensi budaya pada profesi audit.

Dalam literatur kualitas layanan, perspektif pelanggan sangat penting dalam mengukur kualitas jasa layanan. Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) mengembangkan model kualitas jasa layanan berdasarkan wawancara kelompok konsumen dan eksekutif perusahaan. Model tersebut menyajikan sepuluh faktor penentu kualitas layanan yang kemudian dikelompokkan menjadi lima dimensi kualitas layanan: jaminan, empati, keandalan, daya tanggap, dan berwujud. Kajian Parasuraman, Zeithaml dan Berry telah diakomodasi dalam pengembangan model kualitas audit dan telah diakui sebagai faktor "kualitas jasa".

Faktor kualitas jasa model AUDITQUAL terdiri dari dimensi daya tanggap, empati, dan layanan non-audit.

Responsiveness berkaitan dengan respon yang tepat waktu dan memadai dari penyedia layanan. Salah satu ukuran kualitas auditnya adalah kesediaan perusahaan audit untuk fleksibel dalam menjadwalkan waktu kunjungan audit. Dalam melakukan audit, diharapkan auditor dapat memberikan tanggapan yang tepat waktu dan substantif, seperti yang diminta oleh klien. Empati berkaitan dengan kesiapan auditor untuk proaktif dan memberikan kontribusi terhadap kebutuhan klien. Auditor yang lebih memberikan perhatian individual kepada kliennya akan lebih memperhatikan kebutuhan kliennya. Ini akan mengarahkan mereka untuk memberikan layanan audit yang lebih bertanggung jawab kepada klien-klien tersebut. Sedangkan dimensi jasa non-audit mengacu pada kemampuan auditor untuk menawarkan jasa lain yang berhubungan dengan akuntansi, seperti jasa tambahan perpajakan.

Argumen utama dari banyak penelitian tentang layanan non-audit yang disediakan oleh auditor adalah bahwa layanan non-audit dapat mempengaruhi independensi dan objektivitas auditor. Ada kekhawatiran bahwa auditor akan mendapatkan keuntungan ekonomi dengan memberikan layanan non-audit kepada klien audit (Davis, Soo, & Trompeter, 2009). Namun, sebagian besar studi tentang pengaruh jasa non-audit terhadap independensi auditor menunjukkan hasil yang beragam. Misalnya, ditemukan bahwa biaya yang lebih tinggi yang dibayarkan oleh pembeli jasa non-audit dikaitkan dengan peningkatan proporsional dalam upaya audit. Namun, ditemukan juga bahwa melakukan layanan non-audit untuk klien audit tidak akan membuat auditor mengorbankan objektivitasnya.

Studi lintas budaya pada kualitas layanan telah memberikan bukti pengaruh latar belakang budaya pada persepsi kualitas layanan (Ladhari, Ladhari, & Morales, 2011). Furrer, Liu, and Sudharshan (2000) menyelidiki hubungan antara persepsi kualitas layanan dan posisi dimensi budaya Hofstede. Mereka menunjukkan bahwa pentingnya dimensi SERVQUAL berkorelasi dengan dimensi budaya Hofstede. Misalnya, masyarakat dengan jarak kekuasaan yang besar, kolektivisme tinggi, maskulinitas tinggi, penghindaran ketidakpastian netral dan orientasi jangka pendek menganggap

jaminan sebagai dimensi SERVQUAL yang paling penting. Sebaliknya, negara-negara dengan jarak kekuasaan kecil, individualisme tinggi, feminitas sedang, penghindaran ketidakpastian rendah dan orientasi jangka panjang, tingkat keandalan dan daya tanggap dengan kepentingan tinggi, tetapi jaminan dengan kepentingan rendah. Ladhari, Pons, Bressolles, and Zins (2010) juga menganalisis pengaruh budaya dan nilai-nilai pribadi pada kualitas layanan yang dirasakan. Data didasarkan pada kuesioner survei pengguna bank Kanada dan Prancis. Hasilnya menegaskan bahwa jarak kekuasaan dan penghindaran ketidakpastian mempengaruhi kualitas layanan yang dirasakan. Selain itu, daya tanggap dan empati dapat dianggap berbeda. Misalnya, orang Jerman dan Amerika percaya bahwa "keandalan" adalah dimensi terpenting untuk SERVQUAL. Namun, orang Jerman lebih menghargai "ketanggapan" daripada orang Amerika dan menganggap "empati" sebagai dimensi yang sangat penting yang mempengaruhi kualitas layanan secara keseluruhan di sebuah restoran (Witkowski & Wolfenbarger, 2002).

Dalam budaya Indonesia, kolektivisme dan feminisme diasumsikan sebagai dua nilai budaya yang lebih berkontribusi pada persepsi pentingnya faktor kualitas layanan daripada nilai-nilai lainnya. Ozdemir and Hewett (2010) melakukan penelitian untuk mengeksplorasi pengaruh kolektivisme pada pentingnya kualitas layanan dan kualitas hubungan untuk niat perilaku. Salah satu temuan penting adalah bahwa pentingnya kualitas layanan meningkat di negara kolektivistis tinggi. Temuan ini dapat dijelaskan oleh karakteristik dalam masyarakat kolektivistis. Orang tidak hanya terikat dengan anggota keluarga dan teman mereka tetapi juga mengembangkan hubungan dengan penyedia layanan dan karyawan layanan. Oleh karena itu, penyedia layanan yang mampu menunjukkan kehangatan kepada pelanggan dapat membangun kepercayaan dengan mereka. Kepercayaan pelanggan merupakan elemen penting dalam industri jasa (Schumann et al., 2010). Selain itu, penelitian ini menyarankan bahwa konteks interaksi sosial yang tinggi menyediakan lingkungan di mana interaksi sosial dan kegiatan membangun hubungan adalah tujuan utama.

Feminitas adalah nilai budaya untuk hubungan yang hangat dan kepedulian terhadap orang lain. Nilai ini melibatkan penggunaan intuisi dan berjuang untuk konsensus, menekankan solidaritas dan kualitas hidup, dan menyelesaikan konflik dengan kompromi dan negosiasi. Selain itu, budaya feminin lebih berfokus pada hubungan yang harmonis. Dalam masyarakat feminin, penyedia layanan diharapkan lebih empatik. Oleh karena itu, sebagai akibat dari nilai budaya kolektivisme dan feminisme mereka, maka diduga faktor kualitas layanan audit menjadi salah satu faktor utama dalam menilai kualitas suatu audit.

Beberapa peneliti terdahulu banyak berfokus pada kualitas layanan audit yang bersifat kuantitatif dan banyak dilakukan di negara maju, namun hanya sedikit penelitian yang bersifat kualitatif khususnya di konteks Indonesia. Maka disana terdapat keterbatasan studi tentang layanan jasa audit secara kualitatif. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan mengisi keterbatasan isu penelitian tersebut diatas. Tujuan penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan pentingnya faktor kualitas layanan terhadap kualitas jasa audit.

METODE PENELITIAN

Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk memahami masalah dengan menyelidiki perspektif individu dalam situasi penelitian. Oleh karena itu, untuk memahami pengaruh budaya terhadap pandangan partisipan terhadap faktor kualitas audit, maka penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

Metode wawancara, dalam bentuk semi terstruktur, dilakukan untuk mengumpulkan data. Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang sama kepada semua orang yang diwawancarai. Namun, pendekatan ini masih memungkinkan pewawancara untuk mengajukan pertanyaan kepada orang yang diwawancarai jika mereka sendiri tidak menyentuh topik tertentu. Itulah mengapa metode ini dipilih.

Sampel untuk tahap wawancara terdiri dari dua belas orang yang diwawancarai. Young and Casey (2019) merekomendasikan enam hingga delapan wawancara untuk sampel yang homogen dan dua belas hingga

dua puluh sumber data "ketika mencari bukti yang tidak membenarkan atau mencoba mencapai variasi maksimum". Moser and Korstjens (2018) menyarankan setidaknya enam peserta dalam suatu penelitian dengan tujuan untuk memahami esensi pengalaman. Penelitian ini bertujuan untuk memahami keterlibatan nilai-nilai budaya pada persepsi kualitas audit di kalangan auditor dan para pelaku yang berkepentingan terhadap audit di Indonesia. Dengan demikian, dua belas orang yang diwawancarai dianggap memadai.

Responden dipilih secara acak dari dua sumber: 1) Situs web BAPEPAM_LK untuk auditor; dan 2) Situs web BEI untuk klien dan pengguna laporan audit. Hal ini didasarkan oleh persyaratan bahwa semua responden memiliki pemahaman tentang pasar audit di Indonesia. Tidak ada pertimbangan gender karena tujuan utamanya adalah untuk menjelaskan peran budaya dalam persepsi kualitas jasa audit di Indonesia.

Para responden dihubungi mengenai wawancara melalui e-mail. Setelah menerima respon balik dari responden, maka peneliti kemudian mengirim surat resmi mengenai penelitian dan rencana wawancara. Surat pengantar yang menjelaskan tujuan, isi, dan metode wawancara kemudian dikirimkan kepada responden.

Pertanyaan wawancara semi-terstruktur yang sama ditanyakan kepada setiap peserta. Setiap wawancara dimulai dengan pertanyaan umum mengenai isu-isu yang relevan dengan peserta. Hal ini memungkinkan peserta untuk menjawab pertanyaan dengan bebas dan mengemukakan ide mereka sendiri. Setiap wawancara berlangsung dari 40 menit hingga satu jam. Panduan wawancara disiapkan, bersama dengan daftar pertanyaan. Pertanyaan-pertanyaan tersebut dirancang agar orang yang diwawancarai dapat menjawab secara terbuka. Tidak ada definisi kualitas audit yang diberikan. Hanya ketika orang yang diwawancarai membutuhkan lebih banyak penjelasan tentang istilah yang diberikan.

Sembilan wawancara (75%) direkam, sementara tiga (25%) tidak direkam karena responden menolak untuk direkam. Wawancara yang direkam sepenuhnya ditranskrip oleh peneliti. Catatan wawancara yang tidak direkam dikumpulkan dan diketik segera setelah wawancara. Untuk menjaga reliabilitas dan validitas isi, transkrip

diserahkan kepada orang yang diwawancarai untuk konfirmasi guna menghindari salah tafsir.

Penelitian ini menerapkan langkah-langkah dalam metode analisis: *Content Analysis* untuk menganalisis wawancara. Langkah-langkah tersebut adalah: Setelah menyalin semua wawancara penting, data diorganisasikan dan kemudian diberi kode. Kode-kode tersebut diharapkan dapat memberikan tema atau temuan utama dari data wawancara. Untuk membantu pengorganisasian dan pengkodean, program perangkat lunak QSR NVivo digunakan. Perangkat lunak ini membantu untuk menyimpan dan mengatur data, dan untuk menemukan semua teks yang terkait dengan kode tertentu (dan juga saling terkait). Interpretasi data dibentuk dengan membandingkan temuan dengan informasi yang dirangkum dari literatur.

Dimensi budaya yang dikembangkan oleh Hofstede (2011) adalah konsep kunci (kategori pengkodean) yang digunakan. Hal ini dikarenakan penelitian ini berusaha mengidentifikasi fenomena budaya dalam data teks wawancara. Oleh karena itu, proses pengkodean dimulai dengan membaca transkrip wawancara dan menyoroti semua teks yang, pada kesan pertama, tampak mewakili dimensi budaya Hofstede. Langkah selanjutnya adalah menerapkan kode pada semua bagian yang disorot, menggunakan kode budaya yang telah ditentukan sebelumnya untuk jarak kekuasaan, individualisme/kolektivisme, maskulinitas/feminitas, dan penghindaran ketidakpastian. Setiap teks yang dianggap penting dan diulang antar partisipan, tetapi yang tidak dapat dikategorikan dengan kode budaya awal, diberi kode baru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas jasa layanan merupakan faktor kualitas audit yang menunjukkan ekspektasi kualitas audit dari sudut pandang klien. Hal ini dapat didorong oleh faktor-faktor seperti: diskusi informal antara direktur keuangan dan kantor akuntan publik; komunikasi eksternal seperti berbagai pesan langsung dan tidak langsung yang disampaikan oleh perusahaan audit (KAP) kepada pelanggan. Hasil wawancara menunjukkan beberapa

nilai budaya teridentifikasi dalam jawaban para responden saat dilakukan wawancara yang membahas faktor kualitas layanan jasa audit. Rangkuman nilai budaya yang muncul saat membahas alasan dan pendapat responden terkait faktor kualitas pelayanan jasa audit disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Rangkuman nilai budaya mengenai faktor kualitas pelayanan jasa audit

| Faktor Kualitas Jasa Audit | Dimensi Budaya | Karakteristik dimensi budaya |
|-----------------------------------|--|--|
| Kualitas Jasa | Jarak kekuasaan yang besar (<i>Large power distance</i>) | Harapan pelayanan yang baik (<i>Expect good treatment</i>) |

Seperti terlihat pada tabel, hanya ada satu tema budaya yang dapat dikaitkan dengan jawaban narasumber mengenai faktor kualitas jasa pelayanan audit. Tampaknya semua klien mengharapkan perlakuan yang baik dari auditor. Tema ini tidak dapat diidentifikasi dalam tanggapan pengguna laporan keuangan. Bagian berikut menjelaskan kode ini secara rinci.

Studi telah menemukan bahwa ada hubungan yang signifikan antara nilai "jarak kekuasaan" dan kualitas layanan yang dirasakan (Furrer et al., 2000). Mereka menunjukkan bahwa ada hubungan antara nilai budaya nasabah bank, yang meliputi nilai jarak kekuasaan, dan harapan mereka terhadap kualitas layanan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa masing-masing nilai budaya Hofstede memiliki hubungan positif/negatif dengan persepsi faktor kualitas layanan.

Kualitas layanan terdiri dari tiga faktor kualitas audit lainnya. Ini adalah faktor daya tanggap, empati, dan layanan non-audit yang diturunkan dari literatur kualitas layanan. Faktor kualitas layanan diintegrasikan ke dalam konsep kualitas audit sebagai akibat pentingnya memahami kualitas, tidak hanya dari perspektif perusahaan audit atau auditor

(yang terutama menekankan pada bagian teknis) tetapi juga dari perspektif klien audit dan pemangku kepentingan lainnya.

Studi sebelumnya telah menemukan hubungan antara persepsi kualitas layanan dan faktor budaya. Salah satu studi menunjukkan bahwa dalam budaya dengan jarak kekuasaan yang besar, pelanggan yang kuat mengharapkan penyedia layanan lebih lemah dari mereka; oleh karena itu, selama hubungan layanan mereka, mereka akan mengharapkan perlakuan yang sangat baik dan lebih mementingkan daya tanggap, keandalan, dan empati (Furrer et al., 2000). Nilai “jarak daya besar” ini tampaknya dianut oleh beberapa responden:

...adalah umum bahwa ada beberapa permintaan khusus dari klien. Jika tidak melanggar aturan, maka tidak masalah... (RA3).

...mungkin karena terkadang sangat sulit bagi kita untuk mengatakan “tidak” untuk menghindari masalah lebih lanjut... (RA4).

Nilai budaya “mengharapkan perlakuan yang baik (*Expect good treatment*)” berarti bahwa klien lebih mementingkan empati dan daya tanggap. Klien mengharapkan bahwa proses audit disampaikan dengan penuh perhatian oleh auditor, dan hal itu untuk kepentingan mereka juga, seperti yang disarankan oleh seorang klien:

Dengan hubungan yang erat semuanya bisa tersampaikan dengan baik, karena kami juga berharap, auditor ada untuk membantu kami, dalam arti yang positif, seperti mencari kepatuhan, bukan sekedar mencari kesalahan. Jadi, misalnya, jika ada ketidaksesuaian, kami mengharapkan auditor untuk mengomunikasikannya kepada kami dan membantu memperbaikinya (RK1).

Pada akhirnya, hasil ini menunjukkan bahwa nilai budaya Indonesia, dalam kategori dimensi budaya Hofstede, termasuk *high power distance* (jarak kekuasaan yang besar). Nilai ini dilihat oleh

para responden secara positif meskipun mereka menyadari konsekuensi buruk dari nilai ini terhadap pekerjaan mereka. Seorang auditor menjelaskan kekhawatirannya bahwa kegagalan audit dapat mengakibatkan:

Faktor budaya yang positif adalah kebiasaan kami memperlakukan tamu kami dengan layanan terbaik, siapa pun mereka. Tapi, ini bisa berdampak negatif juga jika layanan itu bisa memengaruhi penilaian kami (RA2).

Budaya telah didefinisikan secara berbeda diberbagai disiplin ilmu. Para filsuf, misalnya, telah mengkonseptualisasikan budaya sebagai proses pembuatan makna yang kreatif, sedangkan para antropolog menganggap budaya sebagai jalinan makna (Liu, Volčič, & Gallois, 2011). Sebagian besar ahli sepakat bahwa budaya mengarahkan perilaku manusia karena merupakan bagian dari kehidupan manusia. Liu et al. (2011) mendefinisikan budaya sebagai “cara hidup tertentu dari sekelompok orang, yang terdiri dari simpanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, tradisi, agama, gagasan tentang waktu, peran, hubungan spasial, pandangan dunia, materi objek, dan wilayah geografis”. Definisi ini menekankan budaya sebagai karakteristik yang terdiri dari sekelompok orang.

Meskipun konsep budaya telah ditafsirkan dengan cara yang berbeda, definisi budaya mengkomunikasikan ide yang sama (Lenkeit, 2009). Definisi awal budaya terdiri dari beberapa komponen spesifik yang disusun dalam tiga kategori: kognitif, perilaku, dan artefaktual. Komponen perilaku menjelaskan “bagaimana kita bertindak atau melakukan diri kita sendiri”. Ciptaan artefaktual atau material manusia menjelaskan bahwa “apa yang diciptakan manusia, dari artefak hingga fitur, adalah produk dari aktivitas budaya manusia”. Proses kognitif melibatkan belajar, mengetahui, dan memahami. Kategori ini menjelaskan bahwa “apa yang orang pikirkan, bagaimana mereka berpikir, apa yang mereka yakini, dan apa yang mereka hargai adalah bagian dari budaya” (Lenkeit,

2009). Proses-proses ini menciptakan sistem nilai suatu budaya.

Salah satu konsepsi budaya berbasis nilai yang telah digunakan secara luas dalam penelitian empiris dikemukakan oleh Hofstede. Dia menggambarkan budaya sebagai "pemrograman kolektif dari pikiran yang membedakan anggota satu kelompok manusia dari yang lain." Dalam pengertian ini, "kebudayaan" dimaksudkan untuk menggambarkan suatu masyarakat yang utuh, yang terdiri dari sifat-sifat manusia yang menyeluruh. Karakteristik ini mempengaruhi respon masyarakat terhadap lingkungannya.

Hofstede, melakukan salah satu studi perbandingan budaya tingkat bangsa yang paling komprehensif. Dia meneliti nilai-nilai orang di 53 negara. Respondennya adalah karyawan IBM di posisi yang sama. Studi ini menemukan empat dimensi budaya. Menurut Hofstede (2011), "dimensi adalah aspek budaya yang dapat diukur relatif terhadap budaya lain". Keempat dimensi budaya nasional tersebut didefinisikan sebagai:

1. *Power distance* - Jarak kekuasaan (besar versus kecil). Dimensi ini melibatkan cara orang-orang dalam suatu masyarakat menghadapi ketidaksetaraan. Ketimpangan dapat terjadi di bidang-bidang seperti prestise, kekayaan, dan kekuasaan.
2. *Uncertainty avoidance* - Penghindaran ketidakpastian (kuat versus lemah). Dimensi ini adalah tentang bagaimana masyarakat manusia mengembangkan cara untuk mengatasi ketidakpastian masa depan - apakah ia mencoba mengelola melalui domain teknologi, hukum dan agama, atau membiarkannya terjadi.
3. Individualisme versus Kolektivisme. Dimensi ini berkaitan dengan cara orang hidup bersama. Ini menggambarkan hubungan antara individu dan kolektif dalam masyarakat tertentu.
4. Maskulinitas versus Feminitas. Maskulinitas menggambarkan budaya yang lebih menyukai nilai-nilai seperti prestasi, kepahlawanan,

ketegasan, dan kesuksesan materi. Sementara itu, masyarakat yang lebih feminin cenderung memiliki nilai-nilai seperti hubungan, kesopanan, kepedulian terhadap yang lemah, dan kualitas hidup.

Menurut hasil penelitian Hofstede, Indonesia memiliki skor jarak kekuasaan (*power distance*) yang besar. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia cenderung menerima ketidaksetaraan. Oleh karena itu, dapat diterima jika dalam interaksi sosial (seperti dalam suatu organisasi), ada anggota yang kurang kuat. Apalagi peran kelompok profesi, termasuk asosiasi profesi akuntansi/auditing, sangat dipengaruhi oleh penguasa.

Mengenai dimensi individualisme/kolektivisme, Indonesia dianggap sebagai salah satu negara paling kolektif di dunia (skor rendah pada indeks individualisme Hofstede). Menurut Hofstede (2011), hal ini berkaitan dengan kekuatan kelompok (keluarga). Orang-orang dalam masyarakat ini hidup bersama. Setiap orang tumbuh dengan pola berpikir sebagai bagian dari kelompok "kita", sebagaimana ditegaskan oleh Rahardjo (1994). Dia menekankan Indonesia sebagai negara kekeluargaan, di mana oposisi dan konflik tidak dapat dibayangkan.

Dalam hal maskulinitas dan feminitas, budaya nasional Indonesia berada pada sisi feminin. Artinya, bagi masyarakat Indonesia, relasi itu penting. Hal ini ditegaskan oleh Jones (2007). Dia menerapkan karya Hofstede ke lingkungan praktis mengenai dua negara: Australia dan Indonesia. Ia menjelaskan bahwa tenaga kerja Indonesia akan memiliki ikatan yang kuat dan menjaga hubungan pribadi.

Pada dimensi penghindaran ketidakpastian (*uncertainty avoidance*), Indonesia memiliki nilai penghindaran ketidakpastian yang lemah, dengan sedikit bias menuju moderat. Artinya, masyarakat Indonesia cenderung merencanakan acara di masa depan. Mereka tidak memiliki banyak ketakutan untuk membuat keputusan atau hal yang tidak diketahui.

Sementara itu, studi komprehensif oleh Duff (2009) telah menyajikan faktor kualitas audit yang diambil dari kualitas audit yang ada dan literatur kualitas layanan dalam satu model, model AUDITQUAL. Model terdiri dari empat faktor: kompetensi, independensi, hubungan, dan kualitas layanan. Kualitas layanan menjadi fokus penelitian ini. Hal ini didasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Dunakhir (2016), yang menemukan bahwa faktor “kualitas layanan” merupakan salah satu faktor kualitas audit dengan nilai yang cukup tinggi.

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa faktor “kualitas layanan” dalam persepsi kualitas jasa audit, menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh para pelaku di pasar audit Indonesia. Faktor ini merupakan salah satu dimensi dalam faktor kualitas audit yang menjadi penting dikarenakan oleh adanya peran nilai-nilai budaya yang dipegang oleh para responden dalam wawancara. Hal ini diduga bahwa sebagai akibat dari nilai-nilai budaya Indonesia yang dikategorikan oleh Hofstede sebagai *high power distance*, kolektivisme dan feminisme, maka responden menilai faktor kualitas layanan dalam proses audit termasuk penting sebagai penentu kualitas audit. Hasil studi kualitatif mengkonfirmasi hal ini tetapi hanya pada nilai budaya *high power distance*.

Temuan dari studi kualitatif ini menegaskan bahwa perbedaan persepsi tentang pentingnya faktor kualitas audit di Indonesia disebabkan oleh karakteristik budaya. Hal ini sejalan dengan sebuah kerangka konseptual yang telah dikembangkan oleh Dunakhir and Idrus (2020). Kerangka konseptual tersebut menyarankan pengaruh atas nilai-nilai budaya Hofstede terhadap persepsi kualitas audit. Nilai budaya ini tercermin dalam hasil penelitian kali ini. Nilai budaya yang paling umum ditemukan dalam teks wawancara terkait dengan faktor “kualitas layanan” adalah: *expect good treatment*; layanan yang baik menentukan proses yang baik yang akan membawa hasil dengan kualitas yang baik pula. Budaya *high power distance* menjadikan proses audit sebagai suatu proses

yang melibatkan faktor daya tanggap dan empati. Ini adalah karakteristik masyarakat dengan nilai budaya *high power distance*. Dalam jenis masyarakat ini, posisi situasi sosial, termasuk bisnis, adalah hal yang penting dan tidak dapat diabaikan. Posisi merupakan nilai-nilai yang sudah dalam lingkungan masyarakat sekitar. Hal ini terbawa dalam kehidupan sehari-hari termasuk dalam kehidupan pekerjaan atau bisnis.

SIMPULAN

Di Indonesia, kekhawatiran tentang kualitas audit muncul setelah krisis keuangan Asia 1997-1998 ketika banyak perusahaan dan bank runtuh. Hal ini menyebabkan adanya perubahan peraturan terkait audit. Sejak September 2002, telah dilakukan rotasi mitra auditor yang diamanatkan setiap tiga tahun dan rotasi perusahaan audit setiap enam tahun. Peraturan-peraturan tersebut merupakan cerminan dari persepsi kurangnya independensi auditor, yang dipandang sebagai penyebab kualitas audit yang buruk. Independensi auditor adalah faktor yang diterima secara luas yang diyakini paling meningkatkan kualitas audit. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa tidak dapat diasumsikan bahwa pemangku kepentingan audit di seluruh dunia akan memiliki persepsi yang sama tentang faktor-faktor apa yang paling mempengaruhi kualitas audit. Persepsi akan mengarah pada interpretasi dan penerapan peraturan, yang dipengaruhi secara signifikan oleh budaya nasional para profesional yang menerapkan peraturan dan standar tersebut. Dengan demikian, penting bagi profesi (yaitu praktisi audit, perusahaan audit internasional) untuk mengakui pengaruh perbedaan budaya lintas negara

Implikasi secara teoritis dari penelitian ini ialah perlunya diformulasikan ulang terkait panduan dan standar kualitas layanan audit untuk auditor dan penggunaannya. Secara praktis, penelitian ini bias menjadi acuan dalam praktek layanan jasa audit bagi auditor.

Saran untuk penelitian selanjutnya ialah perlunya studi secara komprehensif terkait kualitas jasa layanan secara kuantitatif

dan kualitatif dengan menggunakan berbagai konteks dan populasi yang lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdolmohammadi, M. J., & Sarens, G. (2011). An investigation of the association between cultural dimensions and variations in perceived use of and compliance with internal auditing standards in 19 countries. *The International Journal of Accounting*, 46(4), 365-389.
- Armstrong, R. W., Chung, R. K., & Chung, A. M. (2020). The Level of Guanxi and its Relation to Behavior for MBA Student Managers in Taiwan and China. *The Level of Guanxi and its Relation to Behavior for MBA Student Managers in Taiwan and China*, 25, 64-88.
- Arnold, D. F., Bernardi, R. A., Neidermeyer, P. E., & Schmee, J. (2007). The Effect of Country and Culture on Perceptions of Appropriate Ethical Actions Prescribed by Codes of Conduct: A Western European Perspective among Accountants. *Journal of Business Ethics*, 70(4), 327-340.
- Cohan, J. A. (2010). *Cultural Relativism Primitive Mind and Modern Man* (pp. 22-28): Sharjah, UAE: Bentham Science Publishers.
- Cohen, J., Hayes, C., Krishnamoorthy, G., Monroe, G. S., & Wright, A. (2009). *The impact of the Sarbanes-Oxley Act on the financial reporting process: experiences of directors*. Paper presented at the International Symposium on Audit Research, Maastricht.
- Construal of self and Chinese accountants' aggressive financial reporting judgments. (2017). *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 30(08), 1771-1795.
- Cowperthwaite, P. (2014). Review Engagements—A Value-Adding Client Service: IFAC [žiūrėta 2014 m. gruodžio 30 d.]. Prieiga per internetą: < [http://www ...](http://www...).
- Davis, L. R., Soo, B. S., & Trompeter, G. M. (2009). Auditor Tenure and the Ability to Meet or Beat Earnings Forecasts*. *Contemporary Accounting Research*, 26(2), 517-548.
- Duff, A. (2009). Measuring audit quality in an era of change: An empirical investigation of UK audit market stakeholders in 2002 and 2005. *Managerial Auditing Journal*, 24(5), 400-422.
- Dunakhir, S. (2016). Factors associated with audit quality: evidence from an emerging market. *Asia Pasific Journal of Advanced Business and Social Studies*, 2(2), 523-533.
- Dunakhir, S., & Idrus, M. (2020). *Cultural Values and Perceived Audit Quality: A Conceptual Framework*. Retrieved from
- Furrer, O., Liu, B. S.-C., & Sudharshan, D. (2000). The Relationships between Culture and Service Quality Perceptions. *Journal of Service Research*, 2(4), 355-371. doi:10.1177/109467050024004
- Hofstede, G. (2006). What Did GLOBE Really Measure? Researchers' Minds versus Respondents' Minds. *Journal of International Business Studies*, 37(6), 882-896.
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. *Online readings in psychology and culture*, 2(1), 2307-0919.
- Hope, O.-K., Kang, T., Thomas, W., & Yoo, Y. K. (2008). Culture and auditor choice: A test of the secrecy hypothesis. *Journal of Accounting and Public Policy*, 27(5), 357-373.
- Hughes, S. B., Sander, J. F., Higgs, S. D., & Cullinan, C. P. (2009). The impact of cultural environment on entry-level auditors' abilities to perform analytical procedures. *Journal of*

- International Accounting, Auditing and Taxation*, 18(1), 29-43.
- Jones, M. L. (2007). Hofstede-culturally questionable?
- Kosmala, K. (2007). (Un)realised independence in the CEE region: Insights from interpretive cultural theory. *Critical Perspectives on Accounting*, 18(3), 315-342. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.cpa.2005.11.013>
- Ladhari, R., Ladhari, I., & Morales, M. (2011). Bank service quality: comparing Canadian and Tunisian customer perceptions. *International Journal of Bank Marketing*, 29(3), 224-246.
- Ladhari, R., Pons, F., Bressolles, G., & Zins, M. (2010). Culture and personal values: How they influence perceived service quality. *Journal of Business Research*, 64(9), 951-957.
- Lenkeit, R. E. (2009). *Introducing Cultural Anthropology*. New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Liu, S., Volčič, Z., & Gallois, C. (2011). *Introducing Intercultural Communication: Global Cultures and Contexts*. London: SAGE Publications Ltd.
- Moser, A., & Korstjens, I. (2018). Series: Practical guidance to qualitative research. Part 3: Sampling, data collection and analysis. *European journal of general practice*, 24(1), 9-18.
- Nasution, D., & Östermark, R. (2012). The impact of social pressures, locus of control, and professional commitment on auditors' judgment: Indonesian evidence. *Asian Review of Accounting*, 20(2), 163-178.
- Oppong, S. (2019). When the ethical is unethical and the unethical is ethical: Cultural Relativism in Ethical Decision-Making. *Polish Psychological Bulletin*, 50(1), 18-28.
- Ozdemir, V. E., & Hewett, K. (2010). The effect of collectivism on the importance of relationship quality and service quality for behavioral intentions: a cross-national and cross-contextual analysis. *Journal of International Marketing*, 18(1), 41-62.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Rahardjo, S. (1994). Between two worlds: Modern state and traditional society in Indonesia. *Law and Society Review*, 493-502.
- Riahi-Belkaoui, A. (2018). The Problematics of Truth in Business and Accounting. Available at SSRN 3206970.
- Roxas, M. L., & Stoneback, J. Y. (2004). The importance of gender across cultures in ethical decision-making. *Journal of Business Ethics*, 50(2), 149-165.
- Schumann, J. H., Wangenheim, F. v., Stringfellow, A., Yang, Z., Praxmarer, S., Jimenez, F. R., . . . Komor, M. (2010). Drivers of trust in relational service exchange: understanding the importance of cross-cultural differences. *Journal of Service Research*, 13(4), 453-468.
- Stevenson, J. E. (2002). Auditor Independence: A Comparative Descriptive Study of the UK, France and Italy. *International Journal of Auditing*, 6(2), 155-182. doi:10.1111/j.1099-1123.2002.tb00011.x
- Taras, V., Kirkman, B. L., & Steel, P. (2010). Examining the impact of Culture's consequences: A three-decade, multilevel, meta-analytic review of Hofstede's cultural value dimensions. *Journal of Applied Psychology*, 95(3), 405-439.
- Teoh, H. Y., Serang, D. P., & Lim, C. C. (1999). Individualism-Collectivism Cultural Differences Affecting Perceptions of Unethical Practices: Some Evidence from Australian and Indonesian Accounting Students. *Teaching Business Ethics*, 3(2), 137-153. doi:10.1023/a:1009832018849

- Tsui, J., & Windsor, C. (2001). Some Cross-Cultural Evidence on Ethical Reasoning. *Journal of Business Ethics*, 31(2), 143-150. doi:10.1023/a:1010727320265
- Witkowski, T. H., & Wolfinbarger, M. F. (2002). Comparative service quality: German and American ratings across service settings. *Journal of Business Research*, 55(11), 875-881.
- Young, D. S., & Casey, E. A. (2019). An examination of the sufficiency of small qualitative samples. *Social Work Research*, 43(1), 53-58.