

Studi Eksperimental *Halo Effect* dalam Penilaian Risiko Bisnis Klien pada Auditor Berpengalaman

Rr. Puruwita Wardani^{1,*}

¹ Bisnis; Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya; Jl. Dinoyo 42-44 Surabaya 60265, telp/fax +62 31 5678478/ +62 31 5610818; e-mail: puruwita@ukwms.ac.id.

* Korespondensi: e-mail: puruwita@ukwms.ac.id

Diterima: 18 April 2019 ; Review: 23 April 2019; Disetujui: 26 April 2019

Cara sitasi: Wardani RP. 2019. Studi Eksperimental *Halo Effect* Positif dan Negatif pada Auditor Berpengalaman di Surabaya. *Jurnal Online Insan Akuntan*. 4 (1): 55-72.

Abstrak: Audit berbasis risiko merupakan penekanan utama dalam pengauditan. Penilaian risiko sangat penting dalam perencanaan audit yang dimulai dari pemahaman bisnis klien. Informasi awal tentang bisnis klien dapat mempengaruhi penilaian auditor bias atas risiko bisnis klien. Bias informasi awal tentang klien yang dialami oleh auditor merupakan *halo effect*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *halo effect* baik positif maupun negatif pada auditor yang memiliki pengalaman dalam menentukan risiko bisnis klien. Partisipan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 55 auditor berpengalaman yang mengikuti audit training pada salah satu perguruan tinggi di Surabaya pada tanggal 25 Maret 2019. Hasil dari penelitian ini pertama adalah auditor yang mengalami *halo effect* positif akan memberikan penilaian awal yang lebih rendah daripada penilaian akhir terhadap risiko bisnis klien. Kedua, auditor yang mengalami efek halo negatif akan memberikan penilaian awal yang lebih tinggi daripada penilaian akhir terhadap risiko bisnis klien. Artinya *halo effect* positif maupun negatif mempengaruhi auditor dalam menentukan risiko bisnis klien. Berdasarkan *belief adjustment theory*, auditor yang terkena *halo effect* akan merevisi keputusan penilaian risikonya setelah memperoleh informasi tambahan mengenai bisnis klien. Hal ini membuktikan bahwa supervisi dalam audit berjalan dengan baik sehingga meskipun auditor terkena bias informasi di awal, namun dengan sikap skeptisme profesional yang dijalankannya, auditor dapat dengan tepat melakukan penilaian atas risiko bisnis klien. Hasil ini memberikan kontribusi bagi auditor untuk selalu mengutamakan sikap skeptisme profesional dalam menentukan penilaian risiko bisnis klien.

Kata kunci: *Halo Effect* Positif, *Halo Effect* Negatif, Penilaian Risiko Bisnis Klien, *Belief Adjustment Theory*

Abstract: Risk based audit is an important thing in auditing. Risk assessment is important in audit planning and it's started from understanding client business. Prior information about client can influence the evaluation of client business risks to be biased. This bias from prior information occurred to auditor is called halo effect. This research goal is to analyze the influence of positive and negative halo effect to the experience auditors in deciding client business risks. Participants in this research were 55 auditors who joined in audit training in one of university in Surabaya in 25 of March, 2019. The result of this research was auditor who got positive halo effect would assess client business risk in information prior lower than the next information. It was also happened to auditor who got negative halo effect would assess client business risk in information prior higher than the next information. It meant that positive and negative halo effect can influence experience auditors in assessing client business risks. Based on belief adjustment theory, auditors who received halo effect would revise the risk assessment after auditor got additional information about client business. This result proved that audit supervision was effective even though auditor got halo effect in prior understanding of client. Professional skepticism will make auditor assess client business risks properly.

Keywords: Positive Halo Effect, Negative Halo Effect, Assessment Client Business Risk, Belief Adjustment Theory

1. Pendahuluan

Auditor merupakan seorang yang independen yang memiliki tanggung jawab kepada publik dalam memeriksa kewajaran laporan keuangan apakah suatu laporan keuangan telah sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum sehingga auditor perlu mengakumulasi bukti-bukti yang kompeten untuk pengambilan keputusan audit [Arens *et al*, 2012]. Auditor dalam melaksanakan pengauditan mendasarkan pada audit berbasis risiko sehingga auditor perlu melakukan pemahaman bisnis klien secara mendalam agar dapat menilai risiko bisnis klien. Penilaian risiko bisnis klien ini merupakan tahap awal dalam perencanaan audit sebagai dasar untuk melakukan pengujian audit dalam rangka pengumpulan bukti yang kompeten. Bukti yang kompeten menurut Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI) dalam Standar Audit SA 500 merupakan bukti yang cukup dan tepat. Kecukupan merupakan ukuran kuantitas bukti audit yang diperlukan yang dipengaruhi oleh penilaian auditor atas risiko salah saji material serta dipengaruhi pula oleh kualitas dari bukti audit tersebut, sedangkan ketepatan merupakan ukuran tentang kualitas bukti audit dimana bukti audit relevan dan andal dalam mendukung kesimpulan yang dijadikan basis opini auditor [IAPI, 2013: SA 500.2]. Bukti yang diperoleh auditor adalah berupa informasi-informasi yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan audit.

Keputusan audit merupakan suatu pengambilan kesimpulan atas berbagai hal mengenai audit yang dilakukan oleh auditor. Keputusan audit merupakan hal yang sangat penting dan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan audit diantaranya adalah gender [Pasanda dan Paranoan, 2013, Komalasari dan Hernawati, 2015, Zulaikha, 2016], pengalaman audit [Pasanda dan Paranoan, 2013, Zulaikha, 2016], kompleksitas tugas [Komalasari dan Hernawati, 2015, Zulaikha, 2016], independensi [Zulaikha, 2016], *mood* [Rokhmania, 2013; Chung, Cohen, Monroe, 2008; dan Noland, Hardin, Prescott, 2015; Wardani, 2018], analisis stratejik [Kochetova-Kozloski dan Messier, Jr, 2011], dan penentuan risiko [O'Donnel dan Schultz, Jr, 2005]. Penentuan risiko yang dilakukan oleh auditor, salah satunya adalah penentuan risiko bisnis klien. Risiko bisnis klien merupakan risiko dimana klien gagal mencapai tujuan organisasinya [Arens *et al*, 2012]. Penentuan risiko bisnis klien dilakukan auditor dengan lebih dahulu auditor memahami mengenai bisnis dan industri klien. Pemahaman bisnis klien dapat dilakukan oleh auditor melalui pemahaman atas

industri dan lingkungan eksternal, operasi dan proses bisnis, manajemen dan tata kelola, tujuan dan strategi perusahaan, serta pengukuran dan kinerja perusahaan [Arens *et al*, 2012]. Auditor dapat keliru di dalam menentukan risiko bisnis klien jika tidak memperoleh bukti yang mendalam mengenai bisnis klien. Auditor yang menentukan risiko bisnis klien dengan bukti yang tidak cukup dan tepat dapat bias dalam menentukan risiko bisnis klien. Keputusan audit yang dilakukan oleh auditor dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya adalah oleh *halo effect*. *Halo effect* dapat terjadi jika auditor sangat terkesan atas pemahaman awal mengenai bisnis klien. Keputusan yang bias ini dapat disebabkan auditor melakukan pengambilan keputusan secara holistik yang dipengaruhi oleh efek halo [O'Donnell and Schultz, Jr, 2005, Utami and Wijono, 2014]. *Halo effect* merupakan suatu bias kognitif [Jensen and Smith, 2016]. Bias kognitif muncul pada saat auditor memiliki kesan awal yang sangat kuat mengenai bisnis klien sehingga mengakibatkan auditor salah dalam menilai risiko bisnis klien. Namun, pada saat auditor mendapatkan bukti tambahan mengenai klien, auditor dapat menyesuaikan keputusannya dengan merevisi risiko bisnis klien. Penyesuaian yang diambil oleh auditor sesuai dengan teori model penyesuaian kepercayaan (*belief adjustment theory*). *Belief adjustment theory* menekankan pada adjustment atau penyesuaian berupa adaptasi dalam pengambilan suatu keputusan dan *belief adjustment theory* ini juga tidak terlepas dari *procedural theory of judgment* yang dikemukakan oleh Lopes [1982] dalam Hogarth dan Einhorn [1992] yang memfokuskan pada pengaruh dari variabel-variabel pada strategi pemrosesan informasi.

Penelitian terdahulu yang meneliti mengenai keputusan audit yang dipengaruhi oleh *halo effect* diantaranya adalah O'Donnell dan Schultz, Jr [2005], Utami, *et al* [2014], Utami dan Wijono [2014], Octavian dan Utami [2016], Jensen dan Smith [2016]. O'Donnell dan Schultz, Jr [2005] meneliti mengenai apakah perspektif holistik yang diperoleh auditor dalam penentuan risiko stratejik mempengaruhi luas penyesuaian atas penilaian risiko suatu akun ketika auditor menghadapi perubahan dalam akun yang tidak konsisten dengan informasi mengenai operasional klien. Hasil penelitian O'Donnell dan Schultz, Jr [2005] adalah bahwa *halo effect* yang muncul selama penilaian stratejik mempengaruhi keputusan auditor dengan cara auditor mengubah toleransi untuk pertimbangan fluktuasi yang tidak konsisten. Utami *et al* [2014] meneliti mengenai *halo effect* dalam prosedur analitis dan memberikan hasil bahwa efek halo

muncul selama auditor melakukan prosedur analitik dan ketika auditor memperoleh informasi mengenai klien dalam lingkup yang holistik. Utami dan Wijono [2014] meneliti mengenai pengujian eksperimen atas efek halo dan efek resensi mengenai model penyajian informasi. Penelitian Utami dan Wijono [2014] menghasilkan 3 (tiga) kesimpulan yaitu (1) terdapat bias halo tinggi ketika individu telah meyakinkan klien daripada tidak meyakinkan klien, (2) terdapat *halo effect* dan primasi ketika individu telah mampu meyakinkan klien dan informasi yang disajikan secara simultan dan berurutan, dan (3) terdapat *halo effect* dan primasi pada informasi yang disajikan baik positif – negatif dan negatif - positif dengan berurutan, baik pendek maupun panjang dimana individu telah mampu meyakinkan klien. Octavian dan Utami [2016] meneliti mengenai *halo effect* dan keputusan audit atas bentuk dan cara penyajian informasi. Hasil dari penelitian Octavian dan Utami [2016] adalah grup yang mendapatkan perlakuan penyajian informasi dalam bentuk visual dengan urutan informasi positif-negatif akan menimbulkan *halo effect* yang tinggi dan menghasilkan keputusan audit dengan keakuratan yang rendah. Jensen dan Smith [2016] meneliti mengenai *halo effect* dalam keberadaannya pada faktor risiko kecurangan dan memberikan hasil bahwa auditor kemungkinan tidak secara langsung dipengaruhi oleh *halo effect*, namun auditor dapat dipengaruhi oleh *halo effect* ketika melakukan pemrosesan informasi atau bukti yang lain.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian mengenai *halo effect* masih penting untuk diteliti untuk kondisi pengauditan saat ini yang telah mengadopsi *International Standards on Auditing* dimana penekanan audit adalah audit berbasis risiko. Dengan demikian, penelitian ini akan menganalisis pengaruh *halo effect*, baik *halo effect* positif maupun *halo effect* negatif pada auditor berpengalaman dalam pengambilan keputusan mengenai penentuan risiko bisnis klien. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi kantor akuntan publik untuk memperhatikan *halo effect* dalam pengambilan keputusan audit agar keputusan yang diambil oleh auditor tidak bias. Obyek dalam penelitian ini adalah auditor eksternal berpengalaman yang menghadiri pelatihan audit yang diadakan oleh Institut Akuntan Publik Indonesia di salah satu perguruan tinggi di Surabaya pada tanggal 25 Maret 2019.

Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

A. Teori Kognitif, Teori Penyesuaian Keyakinan (*Belief Adjustment Theory*) dan *Halo Effect*

Efek halo yang terdapat dalam pengambilan keputusan oleh auditor dapat dijelaskan melalui teori kognitif [Utami and Wijono, 2014]. Teori kognitif dapat dijelaskan melalui psikologi kognitif. Psikologi kognitif mempelajari mengenai bagaimana seseorang menerima, mempelajari, mengingat, dan memikirkan mengenai suatu informasi yang diterimanya sehingga psikologi kognitif juga mempelajari bagaimana seseorang menerima berbagai macam bentuk informasi kemudian mengapa seseorang mengingat beberapa fakta namun melupakan fakta yang lainnya [Sternberg and Sternberg, 2012]. Teori kognitif akan menghasilkan firasat, kepercayaan, dan asumsi seseorang untuk memberikan penilaian atas seseorang atau suatu informasi yang diterimanya dan hal ini berkaitan dengan efek halo dimana seseorang akan memiliki asumsi ketika merespon apa yang dilihatnya [Octavian and Utami, 2016]. Penilaian informasi yang diperoleh oleh auditor tidak terlepas dari keyakinan yang dipegang auditor atas informasi yang diperoleh. Hal ini sesuai dengan *belief adjustment theory* yang dikemukakan oleh Hogarth dan Einhorn [1992] yang menyebutkan bahwa auditor akan melakukan adaptasi pada lingkungan yang ada dan mengolah informasi yang diperolehnya untuk pengambilan keputusan audit yang tepat dengan penekanan apakah pada informasi awal (*primacy effect*) yang digunakan atau pada informasi berikutnya yang lebih dipentingkan (*recency effect*). Efek halo dapat terjadi pada auditor dalam menilai bisnis klien disebabkan oleh kesan auditor secara menyeluruh pada klien yang diperoleh dari kesan pertama yang sangat kuat sehingga dapat mengakibatkan bias pada saat melakukan penilaian risiko bisnis klien.

B. Pengembangan Hipotesis

Auditor melakukan pengumpulan bukti audit dalam memahami bisnis klien untuk menilai risiko bisnis klien. Pemahaman atas bisnis klien ini merupakan tahap awal dalam pengauditan yaitu tahap perencanaan. Pengakumulasian bukti merupakan tindakan yang harus dilakukan oleh auditor agar tidak bias dalam pengambilan keputusan audit. Metodologi dalam perencanaan suatu audit dimulai dari pemahaman akan bisnis klien dalam rangka untuk menilai bisnis klien. Auditor di dalam menilai risiko bisnis klien melalui pemahaman atas bisnis klien dapat dipengaruhi oleh kesan

pertama dari bisnis klien. *Halo effect* terbukti mempengaruhi keputusan auditor dalam penyajian bukti audit visual dan non visual [Octavian and Utami, 2016], penentuan salah saji material [Utami *et al*, 2014], dan penilaian risiko strategik [O'Donnel and Schultz, 2005].

Halo effect positif memberikan informasi yang positif, hal-hal baik, serta prestasi yang diraih oleh klien sehingga auditor dapat memberikan penilaian yang positif atau risiko bisnis klien yang rendah di awal. Profil bisnis klien yang baik serta didukung oleh berbagai pencapaian bisnis serta penghargaan yang diperoleh oleh klien dapat dijadikan data yang berharga bagi auditor dalam menilai risiko bisnis klien yang rendah. Informasi awal tersebut dapat mempengaruhi kesan awal auditor dalam menilai risiko bisnis klien sebagai bias kognitif dimana pada kenyataannya bisnis klien dapat sebaliknya setelah auditor melakukan pemahaman yang lebih mendalam. Namun, setelah auditor memperoleh informasi tambahan mengenai klien yang diaudit, berdasarkan *belief adjustment theory*, auditor akan merevisi penilaian risikonya terhadap bisnis klien jika informasi tambahan yang diperoleh merupakan informasi yang negatif yang dapat mempertinggi penilaian risiko bisnis klien. Dengan demikian, auditor yang mengalami *halo effect* positif akan memberikan penilaian awal yang lebih rendah daripada penilaian akhirnya terhadap risiko bisnis klien, sehingga hipotesis pertama penelitian ini adalah:

H1: Auditor yang mengalami *halo effect* positif akan memberikan penilaian awal yang lebih rendah daripada penilaian akhir terhadap risiko bisnis klien.

Halo effect negatif memberikan informasi awal yang negatif atau kelemahan yang ada di perusahaan. Profil bisnis klien yang sedang menurun serta permasalahan yang sedang dialami perusahaan menjadikan auditor menilai risiko bisnis klien yang tinggi. Namun, setelah auditor melakukan pengumpulan bukti, berdasarkan *belief adjustment theory*, auditor akan merevisi penilaian risikonya terhadap bisnis klien jika informasi tambahan yang diperoleh merupakan informasi yang positif yang dapat mengurangi penilaian auditor terhadap risiko bisnis klien. Dengan demikian, auditor yang mengalami *halo effect* negatif akan memberikan penilaian risiko awal yang lebih tinggi daripada penilaian akhirnya terhadap risiko bisnis klien, sehingga hipotesis kedua penelitian ini adalah:

H2: Auditor yang mengalami efek halo negatif akan memberikan penilaian awal yang lebih tinggi daripada penilaian akhir terhadap risiko bisnis klien.

2. Metode Penelitian

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan sampel auditor dari beberapa kantor akuntan publik yang ada di Surabaya sebagai obyek penelitiannya. Data diambil pada saat acara pelatihan audit yang diadakan oleh Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI) di salah satu perguruan tinggi di Surabaya pada tanggal 25 Maret 2019. Eksperimen ini langsung dipandu oleh peneliti untuk memberikan arahan mengenai mekanisme eksperimen ini. Sebelum diujikan ke partisipan, skenario eksperimen akan dilakukan pilot test terlebih dahulu agar skenario eksperimen dipahami oleh partisipan.

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain eksperimental faktorial *between subjects* 2x1. Pengujian dilakukan untuk menganalisis *halo effect* dalam pengambilan keputusan audit. Desain penelitian dapat dilihat pada tabel 1. Skenario diberikan kepada partisipan secara *random* (acak) dan penempatan partisipan dilakukan secara acak untuk mengontrol variabel *nuisance* [Ghozali, 2008].

<i>Halo Effect</i> Positif	<i>Halo Effect</i> Negatif
Sel A	Sel B

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2019)

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

A. *Halo Effect*

Halo effect merupakan suatu penilaian seseorang terhadap suatu informasi yang diterimanya sebagai penilaian secara menyeluruh sebagai sesuatu yang lebih baik atau lebih buruk dan penilaian ini mendasari untuk pengambilan suatu keputusan [Thorndike, 1920]. Penilaian *halo effect* positif dalam penelitian ini dengan menggunakan informasi awal berupa profil dan informasi yang bersifat positif perusahaan teh, yaitu berupa profil perusahaan yang memiliki cabang di berbagai tempat di Indonesia, peningkatan permintaan pasar yang tajam, serta perolehan penghargaan atas prestasi berupa kepuasan konsumen. Informasi berikutnya adalah berupa informasi perusahaan yang bersifat negatif atas kejadian yang dialami oleh

perusahaan teh tersebut, yaitu berupa adanya hutang jangka panjang yang jatuh tempo, adanya konflik internal dalam keluarga sehingga mengakibatkan muncul permasalahan utang, serta gagalnya investasi dalam pengembangan pengelolaan teknologi.

Penilaian *halo effect* negatif berupa informasi sebaliknya, yaitu informasi awal berupa informasi negatif berupa adanya permasalahan/konflik internal keluarga yang mengakibatkan munculnya utang dalam jumlah yang besar, pengembangan dalam teknologi yang tidak berhasil, serta adanya utang jangka panjang yang jatuh tempo sehingga menyebabkan perusahaan kesulitan dalam melunasi. Informasi positif yang diberikan setelah informasi negatif ini adalah perusahaan memperoleh suntikan dana untuk pelunasan utangnya serta adanya kontrak di beberapa negara untuk pemasaran produknya. Selain itu, perusahaan mampu melayani konsumennya dengan baik sehingga mampu meraih penghargaan dengan kategori kepuasan konsumen.

B. Prosedur Penilaian Risiko

Pemahaman bisnis klien merupakan aktivitas yang harus dilakukan oleh auditor di dalam perencanaan audit dalam rangka untuk menilai risiko bisnis klien termasuk pengendalian internal klien. Menurut Standar Audit (SA) 315, prosedur penilaian risiko dilakukan auditor merupakan prosedur audit yang dilaksanakan untuk memperoleh suatu pemahaman atas entitas dan lingkungannya termasuk pengendalian internal entitas untuk menyediakan dasar bagi pengidentifikasian dan penilaian risiko kesalahan penyajian material, baik di tingkat laporan keuangan maupun asersi [IAPI, 2013: SA 315.2]. Prosedur penilaian risiko mencakup permintaan keterangan dari manajemen dan pihak perusahaan, melakukan prosedur analitis, dan melakukan observasi serta inspeksi [IAPI, 2013: SA 315.2 – SA 315.3].

Analisis Data

A. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif akan ditunjukkan berupa data penelitian secara umum serta karakteristik demografi dari partisipan [Nahartyo and Utami, 2016]. Pada penelitian ini, partisipan diminta untuk mengisi identitas diri berupa jenis kelamin, umur, lama pengalaman sebagai auditor, posisi partisipan di kantor akuntan publik, pendidikan terakhir, jumlah training audit yang diikuti dalam 2 tahun terakhir, sertifikasi CPA yang dimiliki atau tidak, serta jumlah klien yang diaudit dalam 1 tahun terakhir.

B. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini berupa skenario yang dikembangkan untuk menguji keputusan penilaian auditor dalam menentukan risiko bisnis klien yang dipengaruhi oleh efek halo. Terdapat 2 (dua) model skenario, yaitu halo effect positif dan halo effect negatif. Skenario berupa profil dan kasus pada perusahaan teh yang diberi nama PT Rosela.

C. Cek Manipulasi

Pengecekan manipulasi dilakukan dalam penelitian untuk memastikan bahwa subyek telah menerima manipulasi sesuai yang dirancang oleh peneliti [Nahartyo and Utami, 2016]. Partisipan diberikan pertanyaan atas informasi yang diberikan untuk memastikan bahwa partisipan memahami peran yang sedang dilakukannya. Pertanyaan cek manipulasi yang pertama adalah pertanyaan untuk peran dan tugas partisipan serta pertanyaan untuk pengantar penilaian risiko bisnis klien. Jumlah pertanyaan untuk tugas partisipan dan pengantar penilaian risiko bisnis klien adalah sebanyak 5 pertanyaan dengan nilai masing-masing adalah 20 untuk tiap pertanyaan. Pertanyaan cek manipulasi berikutnya adalah pertanyaan seputar skenario dari informasi awal. Jumlah pertanyaan seputar skenario awal adalah 3 pertanyaan, dimana penilaiannya berupa jumlah benar dibagi dengan 3 dan dikalikan 100. Pertanyaan cek manipulasi terakhir adalah untuk pertanyaan seputar skenario dari informasi selanjutnya yang terdiri dari 3 pertanyaan. Penilaian untuk pertanyaan ini sama dengan pertanyaan cek manipulasi untuk pertanyaan skenario awal. Nilai minimal untuk cek manipulasi pertama untuk lolos adalah 60, sedangkan untuk cek manipulasi kedua dan ketiga adalah minimal 66,67 untuk dapat dinyatakan lolos. Apabila partisipan mencapai nilai di bawah nilai yang telah ditentukan, maka dianggap tidak lolos, dan data partisipan tersebut tidak akan digunakan.

D. Prosedur Eksperimen

Prosedur eksperimen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Partisipan diberikan modul 1 atau modul 2. Modul 1 merupakan modul untuk *halo effect* positif, sedangkan modul 2 adalah modul untuk *halo effect* negatif. Partisipan diminta untuk membaca salah satu skenario yang dibagikan secara random yang merupakan skenario pengambilan keputusan penilaian risiko bisnis klien. Dalam eksperimen ini terdapat 2 jenis skenario yang dibagikan secara acak kepada partisipan. Partisipan yang

memperoleh skenario pertama diminta untuk membaca informasi positif mengenai klien kemudian partisipan diminta untuk menilai awal risiko bisnis klien. Partisipan setelah menilai awal risiko bisnis klien akan diminta untuk membaca informasi negatif yang merupakan lanjutan dari informasi pertama kemudian partisipan diminta untuk menilai risiko bisnis klien.

Partisipan yang memperoleh skenario kedua diminta untuk membaca informasi negatif mengenai klien, selanjutnya partisipan diminta untuk menilai awal risiko bisnis klien. Partisipan setelah melakukan penilaian awal risiko bisnis klien diminta untuk membaca informasi positif yang merupakan kelanjutan dari informasi pertama, kemudian partisipan diminta untuk menilai risiko bisnis klien. Skala penilaian risiko bisnis klien adalah dari 10 sampai dengan 100, dimana semakin tinggi menunjukkan risiko bisnis klien semakin tinggi.

E. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *one sample t-test* untuk menguji dan menganalisis perbedaan penilaian risiko pada informasi awal dan informasi akhir pada masing-masing auditor yang terkena *halo effect* positif dan negatif. Hal ini dikarenakan pengujian dilakukan untuk masing-masing partisipan yang memperoleh *halo effect* positif maupun untuk partisipan yang memperoleh *halo effect* negatif. Apabila hasil signifikansi dari *halo effect* positif maupun *halo effect* negatif adalah kurang dari 0,05, maka hipotesis dalam penelitian ini diterima.

3. Hasil dan Pembahasan

A. Gambaran dan Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah auditor berpengalaman yang mengikuti audit training di salah satu perguruan tinggi di Surabaya pada tanggal 25 Maret 2019. Partisipan diperoleh dengan cara menjawab pertanyaan penilaian risiko dari kasus yang terdapat dalam skenario yang diberikan secara acak dan diperoleh 55 partisipan. Hasil dari cek manipulasi diperoleh hasil bahwa semua partisipan memperoleh nilai di atas 60 untuk pertanyaan cek manipulasi peran dan tugas dan pertanyaan pengantar penilaian risiko, pertanyaan seputar skenario awal dan pertanyaan seputar skenario tambahan, sehingga semua data partisipan dalam penelitian ini dapat digunakan. Rata-rata nilai cek manipulasi untuk untuk peran dan seputar penilaian risiko adalah 95,64. Rata-rata

penilaian cek manipulasi untuk skenario awal adalah 99,39, sedangkan nilai rata-rata cek manipulasi skenario selanjutnya adalah 100. Dengan demikian semua data partisipan dapat digunakan untuk diolah pada penelitian ini.

Tabel 2 dan 3 berikut ini adalah deskriptif statistik dari penelitian ini:

Tabel 2. Deskriptif Statistik: *Halo Effect Positive*
One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Halo_Positif	27	22.9630	25.23959	4.85736

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2019)

Tabel 3. Deskriptif Statistik: *Halo Effect Negative*
One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Halo_Negatif	28	-23.2143	21.43959	4.05170

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2019)

Dari Tabel 2 dan 3 di atas dapat diperoleh hasil bahwa auditor yang terkena *halo effect* positif memiliki rata-rata 22,9630 dalam melakukan penilaian risiko bisnis klien, sedangkan auditor yang terkena *halo effect* negatif memiliki rata-rata -23,2143 dalam melakukan penilaian risiko bisnis klien. Hasil ini merupakan rata-rata penilaian risiko bisnis klien setelah memperoleh informasi tambahan dikurangi dengan penilaian risiko bisnis klien awal. Sedangkan data demografi partisipan ditunjukkan dalam Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Karakteristik Demografi Partisipan (Posisi)

Posisi	Jumlah
Junior Auditor	16 (29,09%)
Senior Auditor	23 (41,82%)
Supervisor	3 (5,45%)
Manager	3 (5,45%)
Partner	10 (18,19%)

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2019)

Tabel 5. Karakteristik Demografi Partisipan (Jenis Kelamin)

Laki-laki	Perempuan
29 orang (53%)	26 orang (47%)

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2019)

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa partisipan penelitian ini tersebar pada semua level, yaitu junior auditor, senior auditor, supervisor, manager, dan partner.

Penyebaran partisipan di semua level memberikan kontribusi yang besar untuk hasil penelitian ini. Jumlah partisipan terbesar adalah pada level Senior Auditor yaitu sebanyak 41,82%. Berdasarkan Tabel 5, dapat dilihat bahwa partisipan terbesar adalah laki-laki yaitu sebanyak 53% dibandingkan perempuan yaitu sebanyak 47%.

B. Analisis Data

Tabel 6 dan 7 berikut ini merupakan hasil olahan *one sample t-test* untuk auditor yang terkena *halo effect* positif (Tabel 6) dan *halo effect* negatif (Tabel 7):

Tabel 6. *One-Sample Test Halo Effect* Positif

Test Value = 0						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Halo_Positif	4.727	26	.000	22.96296	12.9785	32.9474

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2019)

Tabel 7. *One-Sample Test Halo Effect* Negatif

Test Value = 0						
	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Halo_Negatif	-5.730	27	.000	-23.21429	-31.5277	-14.9009

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2019)

Berdasarkan Tabel 6 di atas, untuk auditor yang mendapatkan *halo effect* positif diperoleh hasil uji t sebesar 4,727 dengan signifikansi sebesar 0,000, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan hasil auditor dalam melakukan penilaian risiko yang signifikan pada auditor yang mendapatkan *halo effect* positif sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam hal ini auditor terbukti mengalami *halo effect* positif. Hasil ini membuktikan bahwa auditor yang terkena *halo effect* positif akan memberikan penilaian awal risiko bisnis klien yang lebih rendah dibandingkan pada penilaian risiko bisnis klien setelah auditor menerima informasi tambahan, sehingga hasil rata-rata penilaian risiko bisnis klien adalah positif. Berdasarkan Tabel 2, diperoleh hasil bahwa auditor yang mengalami *halo effect* positif maka hasil penilaian risiko akhir dibandingkan penilaian risiko awal akan lebih tinggi pada penilaian risiko akhir yaitu nilai *mean* adalah positif. *Mean* dari Tabel 2 yaitu sebesar 22,9630.

Berdasarkan pada Tabel 7, untuk auditor yang mendapatkan *halo effect* negatif diperoleh hasil uji t sebesar -5,730 dengan signifikansi sebesar 0,000. Artinya bahwa auditor juga mengalami *halo effect* negatif. Hasil ini membuktikan bahwa auditor akan memberikan penilaian awal terhadap risiko bisnis klien lebih tinggi dibandingkan penilaian risiko setelah auditor mendapatkan informasi tambahan, sehingga menghasilkan hasil yang negatif. Hasil penelitian ini sesuai dengan Tabel 3 dimana auditor yang mengalami *halo effect* negatif akan memberikan hasil penilaian risiko akhir yang lebih rendah dibandingkan pada penilaian risiko awal. Hal ini terbukti dari nilai rata-rata yang menunjukkan hasil yang negatif yaitu sebesar -23,2143.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil dari Tabel 7, maka hipotesis pertama penelitian yang menyatakan bahwa auditor yang mengalami *halo effect* positif akan memberikan penilaian awal yang lebih rendah daripada penilaian akhir terhadap risiko bisnis klien, **diterima**. Hasil penelitian ini juga didukung dengan Tabel 2, dimana auditor yang mengalami *halo effect* positif maka hasil penilaian risiko akhir dibandingkan penilaian awal akan lebih tinggi pada penilaian risiko akhir sehingga menghasilkan mean yang positif.

Berdasarkan hasil dari Tabel 7, maka hipotesis kedua penelitian ini yang menyatakan bahwa auditor yang mengalami efek halo negatif akan memberikan penilaian awal yang lebih tinggi daripada penilaian akhir terhadap risiko bisnis klien, **diterima**. Hasil penelitian ini didukung oleh Tabel 3 dimana auditor yang terkena *halo effect* negatif akan memberikan hasil penilaian risiko akhir yang lebih rendah dibandingkan awal, sehingga hasilnya adalah negatif.

Sesuai dengan *belief adjustment theory* yang dikemukakan oleh Hogarth dan Einhorn [1992], auditor akan melakukan penyesuaian pada kondisi yang ada dan mengolah informasi yang diperolehnya untuk pengambilan keputusan audit. Demikian pula dalam kasus ini, auditor akan melakukan revisi atas penilaian awal yang telah dilakukannya. Auditor yang mengalami *halo effect* positif memberikan penilaian awal atas risiko bisnis klien yang lebih rendah daripada informasi tambahan yang diperoleh selanjutnya. Auditor tidak akan gegabah di dalam melakukan penilaian risiko melalui informasi yang diterimanya.

Auditor akan melakukan revisi atas penilaian risiko pada saat terjadi hal-hal yang tidak sesuai dengan penentuan pada penilaian risiko awal. Auditor akan merevisi keputusan penilaian risiko bisnis klien pada saat mengetahui bahwa penilaian awal yang telah dilakukan ternyata mengandung kesalahan atau bias. Auditor merevisi penilaian atas risiko bisnis klien agar tidak bias atau salah dalam menilai risiko bisnis klien. Demikian pula untuk auditor yang mengalami *halo effect* negatif, hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah bahwa auditor menilai informasi awal yang diterima berupa kegagalan klien dalam mencapai tujuan bisnisnya dengan cara menetapkan risiko bisnis klien yang tinggi. Namun auditor kemudian merevisi penilaian awal atas risiko bisnis klien lebih rendah setelah memperoleh informasi tambahan bahwa klien melakukan usaha dalam mengatasi risikonya sehingga berdampak pada prestasi yang membanggakan yang diperoleh oleh klien. Meskipun penilaian risiko bisnis klien lebih rendah setelah auditor menerima informasi tambahan daripada informasi awal yang diperoleh, namun penurunan risiko bisnis klien yang dilakukan oleh auditor tersebut tidak banyak berdasarkan data penelitian yang diperoleh.

Auditor dalam hal ini tetap mengutamakan audit berbasis risiko sehingga tetap memberikan penilaian risiko bisnis klien dalam *range* yang masih tinggi meskipun penilaian risiko bisnis klien pada informasi tambahan diturunkan dari semula tinggi menjadi rendah. Artinya bahwa *halo effect* mempengaruhi auditor dalam melakukan pengambilan keputusan meskipun auditor tersebut telah memiliki pengalaman. Auditor dalam menjalankan tugasnya menjunjung tinggi etika profesi. Selain itu, *auditor in charge* sangat penting di dalam menyelesaikan permasalahan audit yang ada dan yang dialami oleh anggota tim yang lain dalam pengambilan keputusan audit. Kesan awal sangat mempengaruhi auditor dalam melakukan pengambilan keputusan. Keputusan yang diambil oleh auditor berdasarkan bukti yang ada diperoleh melalui berbagai pengujian dalam prosedur audit yang diterapkan untuk memperoleh keyakinan atas keputusan yang diambilnya. Keyakinan yang baik dapat dibangun oleh auditor dengan mengembangkan pemikiran yang kritis melalui skeptisme profesional.

Skeptisme profesional sangat penting dalam mengurangi bias yang muncul dalam rangka pengambilan keputusan oleh auditor. Auditor yang terkena *halo effect* negatif harus lebih berhati-hati dalam menentukan penilaian risiko dibandingkan dengan auditor yang terkena *halo effect* positif. Hal ini karena auditor yang terkena *halo effect*

negatif terlebih dahulu menilai risiko bisnis klien yang tinggi, kemudian setelah memperoleh informasi tambahan yang positif, auditor akan melakukan revisi atas penentuan risiko bisnis klien. Selain itu, auditor tetap harus berpegang pada prinsip bahwa dasar dari pengauditan adalah risiko, sesuai dengan standar audit yang diterbitkan oleh IAPI yang telah mengadopsi *International Standards on Auditing (ISA)*. Auditor merevisi keputusan penilaian risiko bisnis klien dikarenakan auditor menggunakan sikap skeptisme profesional dalam menganalisis informasi tambahan yang diperoleh serta adanya supervisi yang ketat sehingga auditor harus merevisi penilaian risiko bisnis klien.

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, auditor masih dapat dipengaruhi oleh kesan pertama atas informasi yang diterima awal. Penelitian ini mendukung hasil dari penelitian Octavian dan Utami [2016], Utami *et al* [2014], dan O'Donnel dan Schultz [2005] dimana *halo effect* mempengaruhi keputusan audit. Hasil dari penelitian ini memberikan kontribusi bagi auditor untuk berhati-hati di dalam menerima informasi awal atas klien dalam rangka untuk penilaian risiko bisnis klien.

4. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, *halo effect* mampu mempengaruhi penilaian risiko yang dilakukan oleh auditor, baik itu auditor junior, auditor senior, supervisor, manager, bahkan partner. Auditor yang terkena *halo effect* positif memberikan penilaian risiko awal lebih rendah daripada penilaian risiko selanjutnya setelah menggali informasi yang lebih dalam yang bersifat negatif. Selain itu, auditor yang terkena *halo effect* negatif memberikan penilaian risiko awal yang lebih tinggi daripada penilaian risiko setelah auditor memperoleh informasi selanjutnya melalui tahapan-tahapan prosedur audit. Auditor melakukan pekerjaan secara profesional sehingga auditor melakukan penyesuaian atas kondisi yang ada dengan cara merevisi penilaian risiko bisnis klien setelah auditor memperoleh informasi lebih lanjut mengenai bisnis klien. Berdasarkan *belief adjustment theory*, auditor akan merevisi penilaian risiko atas bisnis klien sesuai dengan kondisi dan bukti yang memadai. Pada auditor yang terkena *halo effect* positif, revisi yang dilakukan sangat signifikan, sedangkan pada auditor yang terkena *halo effect* negatif, revisi atas penilaian risiko yang dilakukan tidak terlalu jauh dari penilaian sebelumnya, hanya diturunkan sedikit dan minimal sama dengan

penilaian sebelumnya. Bagi auditor yang terkena *halo effect* negatif, auditor memperoleh informasi awal berupa informasi negatif tentang klien sehingga akan menilai risiko bisnis klien yang tinggi. Selanjutnya auditor akan menggali informasi sebanyak-banyaknya melalui tahapan prosedur audit yang dilakukan dan memperoleh hasil bahwa perusahaan ternyata mulai dipulihkan dari masalah yang sedang dihadapi. Pada auditor yang terkena *halo effect* negatif ini, penilaian auditor atas risiko bisnis klien setelah menggali informasi selanjutnya dan ternyata diperoleh bukti berupa informasi yang positif, ternyata tidak membuat auditor menurunkan penilaian atas risiko bisnis klien secara drastis. Auditor tetap menjunjung tinggi dasar penilaian audit adalah berbasis risiko. Auditor tidak gegabah didalam melakukan penilaian risiko dan justru auditor mengembangkan sikap skeptisme profesionalnya dalam rangka memperoleh bukti yang kompeten. Skeptisme profesional perlu dilakukan terus menerus oleh auditor selama melakukan pengauditan yang dimulai dari perencanaan agar dapat memperoleh bukti yang cukup dan tepat untuk pengambilan keputusan. Penggunaan skeptisme profesional dilakukan oleh auditor agar keputusan yang diambil tidak bias. Skeptisme profesional menyebabkan auditor memiliki pemikiran yang kritis dalam mengakumulasi dan menganalisis bukti audit berupa informasi mengenai klien. Bukti audit yang diperoleh auditor dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan penilaian risiko bisnis klien. Penelitian ini memberikan masukan yang berarti bagi auditor untuk berhati-hati dalam menilai risiko bisnis klien. Supervisi bagi auditor terutama dalam fase perencanaan untuk menilai entitas bisnis klien dalam rangka menilai risiko bisnis klien hendaknya dilakukan dengan mengakumulasi bukti yang memadai. Sikap skeptisme profesional hendaknya selalu dimiliki oleh auditor dalam rangka menilai risiko bisnis klien agar tidak terkena *halo effect* yang mendalam. Penelitian berikutnya diharapkan dapat memberikan kontribusi tambahan dengan menambahkan faktor pengalaman auditor dalam hubungannya dengan *halo effect* untuk melakukan penilaian risiko bisnis klien. Pengalaman diharapkan dapat memperkecil pengaruh *halo effect* dalam mempengaruhi keputusan auditor. Tujuan penggunaan pengalaman adalah agar peneliti selanjutnya dapat memperoleh bukti yang empiris berupa faktor yang dapat memitigasi *halo effect* pada auditor.

Referensi

- Arens AA., Elder RJ, Beasley MS. 2012. Auditing and Assurance Services: An Integrated Approach. Fourteenth Edition, England: Pearson Education Limited.
- Chung J, Cohen J, Monroe GS. 2008. The Effect of Moods on Auditors' Inventory Valuation Decision. <http://ssrn.com/abstract=1088421> diakses pada 2 April 2019.
- Ghozali I. 2008. Desain Penelitian Eksperimental. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hogarth R.M., Einhorn, H.J. 1992. Order Effects in Belief Updating: The Belief-Adjustment Model. *Cognitive psychology*, 24(1), pp.1-55.
- Institut Akuntan Publik Indonesia. 2013. Standar Audit ("SA") 315: Pengidentifikasian dan Penilaian Risiko Kesalahan Penyajian Material Melalui Pemahaman atas Entitas dan Lingkungannya. Jakarta: Salemba Empat.
- Jensen K, Smith M. 2016. The Halo Effect in the Presence of Fraud Risk Factors: An Examination of Auditor Skepticism. *Social Science Research Network*, <https://ssrn.com/abstract=3135339> (didownload 7 April 2019).
- Kochetova-Kozloski N., Messier Jr. W. F. 2011. Strategic Analysis and Auditor Risk Judgments. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 30(4), pp.149-171.
- Komalasari R., Hernawati E. 2015. Pengaruh Independensi, Kompleksitas Tugas, dan Gender terhadap Audit Judgment. *Neo-Bis*, 9(2), pp.66-86.
- Nahartyo E., Utami I., 2016. Panduan Praktis Riset Eksperimen. Indeks, Jakarta.
- Noland TG, Hardin JR, Prescott GL. 2015. The Effect of Moods on Accounting Judgment. *International Journal of Business and Social Science*. 6(4): 1 – 11.
- Octavian N, Utami I. 2016. Efek Halo dan Keputusan Audit: Studi Eksperimental Pengujian Bentuk dan Cara Penyajian Informasi. *KINERJA*. Volume 20, No. 2, 117-131.
- O'Donnell E., Schultz Jr, J.J. 2005. The Halo Effect in Business Risk Audits: Can Strategic Risk Assessment Bias Auditor Judgment About Accounting Details?. *The Accounting Review*, 80(3), pp.921-939.
- Pasanda E., Paranoan N. 2013. Pengaruh Gender dan Pengalaman Audit Terhadap Audit Judgment. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 4(3), pp.417-429.
- Rokhmania N. 2013. The Effect of Positive, Negative, Neutral Mood on Ethical Auditor Judgments. *Indonesian Accounting Review*, 3(1), pp.89-98.
- Sternberg JR, Sternberg K. 2012. *Cognitive Psychology*, California: Cengage Learning.
- Thorndike E. 1920. A Constant Error in Psychological Ratings. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 4 No. 1, 25-29.
- Utami I., Kusuma I., Gudono, Supriyadi. 2014. Halo Effect in Analytical Procedure: The Impact of Client Profile and Information Scope. *Global Journal of Business Research*, 8(1), pp.9-26.
- Utami I., Wijono S. 2014. Study on Decision Making Model on Information Presentation by Client's Management: An Experimental Test on Halo and

Recency Effect. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 17(2), pp.293-302.

Wardani R P. 2018. Pengaruh Mood Konstruktif dan Tidak Konstruktif Terhadap Pengambilan Keputusan dalam Audit. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 3(1).

Zulaikha. 2016. Pengaruh Interaksi Gender, Kompleksitas Tugas, dan Pengalaman Auditor terhadap Audit Judgment. *Simposium Nasional Akuntansi IX Padang*.