

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
No. DAFTAR : 1464/per-ump/2012  
TANGGAL : 31-3-2012

**PEMAHAMAN MAHASISWA AKUNTANSI DAN PRAKTISI  
AKUNTANSI TERHADAP KEBIJAKAN BERIKLAN  
BAGI KANTOR AKUNTAN PUBLIK  
(Studi Kasus FE UMP dan KAP Kota Palembang)**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**NAMA : SENAWATI  
NIM : 22 2008 081**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI  
2012**



**PEMAHAMAN MAHASISWA AKUNTANSI DAN PRAKTISI  
AKUNTANSI TERHADAP KEBIJAKAN BERIKLAN  
BAGI KANTOR AKUNTAN PUBLIK  
(Studi Kasus FE UMP dan KAP Kota Palembang)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**OLEH :**

**NAMA : SENAWATI  
NIM : 22 2008 081**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI  
2012**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Senawati  
NIM : 22.2008.081  
Program Studi : Akuntansi

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Palembang,.....2012



Senawati

Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**JUDUL** : PEMAHAMAN MAHASISWA AKUNTANSI  
DAN PRAKTISI AKUNTANSI TERHADAP  
KEBIJAKAN BERIKLAN BAGI KANTOR  
AKUNTAN PUBLIK (STUDI KASUS FE  
UMP DAN KAP KOTA PALEMBANG)

**Nama** : SENAWATI  
**Nim** : 22.2008.081  
**Fakultas** : Ekonomi  
**Program Studi** : Akuntansi  
**Mata Kuliah Pokok** : Pemeriksaan Akuntansi

Diterima dan disyahkan  
Pada Tanggal: .....

Pembimbing,



Betri Sirajuddin, S.E., Ak., M.Si  
NIDN: 0116106902

Palembang, Maret 2012

a.n Dekan

Ketua Program Studi Akuntansi



Drs. Sunardi, SE., M.Si  
NIDN: 0206046303

## **PERSEMBAHAN & MOTTO**

### **MOTTO:**

“Kita tidak akan mendapatkan apapun dari kebohongan namun kita akan mendapatkan banyak hal dari kejujuran”.

Senawati

### **Kupersembahkan untuk:**

1. Allah SWT
2. Orang tuaku ( Bapak dan Mamak Tercinta)
3. H. Baharuddin dan Hj. Rosmini  
(Mak Nduk dan Bapak Aji)
4. Pembimbing Skripsiku
5. Almamaterku



## PRAKATA

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil a'lamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt, karena atas Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pemahaman Mahasiswa Akuntansi dan Praktisi Akuntansi Terhadap Kebijakan Beriklan bagi KAP (studi kasus FE UMP dan KAP kota Palembang). Skripsi ini penulis ajukan dalam rangka memenuhi syarat untuk mengikuti ujian komprehensif pada Universitas Muhammadiyah Palembang Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi.

Ucapan terima kasih, penulis sampaikan kepada kedua orang tua Zainuddin & Warsem atas doa dan perhatian selama ini semoga Allah selalu merahmati serta bapak Betri Sirajuddin, SE., Ak., M.Si yang telah membimbing dan memberikan pengarahan serta saran-saran dengan tulus dan ikhlas dalam menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, disampaikan juga terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mengizinkan, membantu penulis dalam penyelesaian studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang:

1. Bapak H. M. Idris, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PRAKATA</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Sebelumnya.....	8
B. Landasan Teori.....	10
1. Pemahaman, Akuntan Publik dan Persyaratan menjadi Akuntan Publik.....	10
2. Iklan Kantor Akuntan Publik.....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Tempat Penelitian.....	21
C. Operasionalisasi Variabel.....	22
D. Populasi dan Sampel.....	23
E. Data yang Diperlukan.....	25
F. Teknik Pengumpulan Data.....	26

G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	27
1. Analisis Data.....	27
2. Teknik Analisis.....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian.....	30
1. Gambaran Singkat Tentang Universitas Muhammadiyah Palembang.....	30
2. Gambaran Singkat Tentang Kantor Akuntan Publik di Kota Palembang.....	34
3. Pembahasan.....	41
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	104
B. Saran.....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>106</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>107</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel III.1 Tempat Penelitian .....	22
Tabel III.2 Operasionalisasi Variabel .....	22
Tabel III.3 Jumlah Auditor.....	23
Tabel III.4 Mahasiswa yang mengikuti mata kuliah Praktek Audit .....	24
Tabel III.5 Probability Sampling.....	25
Tabel IV.1 Daftar mahasiswa yang mengikuti mata kuliah Praktek Audit.....	35
Tabel IV.2 Daftar jumlah dan preaentase dianalisa .....	37
Tabel IV.3 Rekapitulasi jawaban kuisisioner berdasarkan populasi.....	39
Tabel IV.4 Rekapitulasi jawaban kuisisioner berdsarkan sampel.....	41
Tabel IV.5 Pengetahuan mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi tentang kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 1.....	42
Tabel IV.6 Pengetahuan mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi tentang kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 2.....	44
Tabel IV.7 Pengetahuan mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi tentang kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 3.....	45
Tabel IV.8 Pengetahuan mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi tentang kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 4.....	47
Tabel IV.9 Pengetahuan mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi tentang kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 5.....	48
Tabel IV.10 Motivasi mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 1.....	49
Tabel IV.11 Motivasi mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 2.....	51

Tabel IV.12	Motivasi mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 3.....	52
Tabel IV.13	Motivasi mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 4.....	54
Tabel IV.14	Motivasi mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 5.....	55
Tabel IV.15	Minat mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 1.....	57
Tabel IV.16	Minat mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 2.....	59
Tabel IV.17	Minat mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 3.....	60
Tabel IV.18	Minat mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 4.....	63
Tabel IV.19	Minat mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 5.....	64
Tabel IV.20	Manfaat iklan bagi KAP atas pernyataan no.1.....	66
Tabel IV.21	Manfaat iklan bagi KAP atas pernyataan no.2.....	68
Tabel IV.22	Manfaat iklan bagi KAP atas pernyataan no.3.....	69
Tabel IV.23	Manfaat iklan bagi KAP atas pernyataan no.4.....	71
Tabel IV.24	Manfaat iklan bagi KAP atas pernyataan no.5.....	72
Tabel IV.25	Jenis-jenis iklan bagi KAP atas pernyataan no.1.....	73
Tabel IV.26	Jenis-jenis iklan bagi KAP atas pernyataan no.2.....	75

Tabel IV.27	Jenis-jenis iklan bagi KAP atas pernyataan no.3 .....	76
Tabel IV.28	Jenis-jenis iklan bagi KAP atas pernyataan no.4 .....	78
Tabel IV.29	Jenis-jenis iklan bagi KAP atas pernyataan no.5 .....	79
Tabel IV.30	Aturan beriklan dan penawaran jasa bagi KAP atas pernyataan no.1 .....	81
Tabel IV.31	Aturan beriklan dan penawaran jasa bagi KAP atas pernyataan no.2 .....	82
Tabel IV.32	Aturan beriklan dan penawaran jasa bagi KAP atas pernyataan no.3 .....	84
Tabel IV.33	Aturan beriklan dan penawaran jasa bagi KAP atas pernyataan no.4 .....	85
Tabel IV.34	Aturan beriklan dan penawaran jasa bagi KAP atas pernyataan no.5 .....	86
Tabel IV.35	Pengaruh iklan bagi profesi akuntan publik pernyataan no.1 .....	88
Tabel IV.36	Pengaruh iklan bagi profesi akuntan publik pernyataan no.2 .....	89
Tabel IV.37	Pengaruh iklan bagi profesi akuntan publik pernyataan no.3 .....	91
Tabel IV.38	Pengaruh iklan bagi profesi akuntan publik pernyataan no.4 .....	92
Tabel IV.39	Pengaruh iklan bagi profesi akuntan publik pernyataan no.5 .....	94

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I	Format Kuesioner
Lampiran II	Lembar Persetujuan Perbaikan Skripsi
Lampiran III	Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
Lampiran IV	Surat Keterangan Riset dari Tempat Penelitian
Lampiran V	Sertifikasi Membaca dan Hapalan Al-Qu'ran
Lampiran VI	Sertifikasi TOEFL
Lampiran VII	Biodata Penulis

## ABSTRAK

Senawati /22.2008.081/ 2012/ Pemahaman Mahasiswa Akuntansi dan Praktisi Akuntansi Terhadap Kebijakan Beriklan bagi KAP (studi kasus FE UMP dan KAP kota Palembang)/ Pemeriksaan Akuntansi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemahaman mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi terhadap kebijakan beriklan bagi KAP.

Penelitian ini termasuk penelitian komparatif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis kualitatif dan kuantitatif.

Penelitian ini memberi masukan kepada mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi, bahwa mereka harus memperoleh pemahaman tentang manfaat, jenis-jenis, aturan dan pengaruh iklan bagi KAP.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktisi akuntansi mempunyai pemahaman yang baik tentang kebijakan beriklan bagi KAP sedangkan mahasiswa akuntansi mempunyai pemahaman yang kurang tentang kebijakan beriklan bagi KAP.

**Kata kunci:** Pemahaman dan Iklan.

## **ABSTRACT**

*Senawati /22.2008.081/ 2012/ The Understanding of the Student Accountancy and the Accountancy Practitioner of the Advertising policy for the KAP (A case study at Economic Fakultas and public accounting firm in Palembang)/ Auditing.*

*The purpose of this study was To know the understanding of the accountancy student and the accountancy practitioner of the advertising policy for the KAP.*

*This study includes a comparative study. The data used are the primary data and secondary data collection techniques in this study used interviews, questionnaires and documentation. The method of analyzing the data used quantitative and qualitative analysis methods.*

*This research is to advise the auditor the accounting students and accounting practitioners, that they should gain an understanding of the benefits, the types, rules and pengaruh ads for KAP.*

*The results suggest that accounting practitioners have a good understanding of development policy to advertise for KAP while accounting students have less understanding about the advertising policy for KAP.*

**Keywords:** *Understanding and Advertising*

# BAB 1

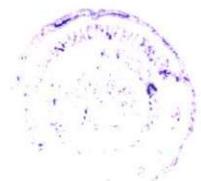
## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dunia telah memasuki era globalisasi dan transformasi yang cepat, yang ditandai dengan banyak hal seperti perkembangan teknologi, sosial dan salah satu dampak dari globalisasi itu sendiri adalah semakin berkembangnya dunia bisnis di Indonesia. Serta tidak ketinggalan isu tentang iklan yang dilakukan oleh akuntan publik, yang masih menjadi perbincangan kontroversial di tahun ini.

Semakin bertambahnya jumlah akuntan yang ada di Indonesia, khususnya di Palembang, yang berprofesi sebagai akuntan publik, secara tidak langsung menimbulkan persaingan diantara sesama akuntan publik itu sendiri dalam hal pemberian jasa kepada klien. Sebuah kantor akuntan publik dapat memberikan jasa baik itu jasa *assurance* maupun jasa *non assurance* kepada klien yang memerlukannya. Semakin bertambahnya jumlah akuntan publik yang ada maka bukan tidak mungkin lagi bagi persaingan untuk mendapatkan klien akan semakin ketat.

Salah satu keterampilan yang harus dimiliki akuntan agar dapat tetap bertahan dalam persaingan keras di abad 21 ini yaitu *Negotiation Skill* (bagaimana cara bernegosiasi dan mempengaruhi orang lain agar setuju dengan penawaran – penawaran kita, termasuk kemampuan untuk memahami struktur budaya dari lawan negosiasinya), ICAA ( *The Institute of Chartered Accountants in Australia*). Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan



Publik telah membuat peraturan yang mengizinkan Kantor Akuntan Publik melakukan periklanan, promosi dan kegiatan pemasaran lainnya untuk mendapatkan klien.

Aturan etika nomor 502 telah menyatakan anggota dalam menjalankan praktek akuntan publik diperkenankan mencari klien melalui pemasangan iklan, mengadakan promosi pemasaran, dan kegiatan pemasaran lainnya sepanjang tidak merendahkan citra profesi. Dalam hal ini merendahkan citra profesi di dalam Aturan Etika No. 502 adalah jika anggota dalam upaya memperoleh klien, memasang iklan, melakukan promosi pemasaran atau kegiatan pemasaran lainnya yang bersifat palsu, mendustai, menyesatkan, menipu atau memaksa serta berlebihan.

Pada Kode Etik Akuntan Indonesia pasal 6 ayat 8 menyebutkan bahwa seorang akuntan publik dilarang untuk mengiklankan atau mengizinkan orang lain untuk mengiklankan nama jasa yang diberikannya, kecuali yang sifatnya pemberitahuan. Akuntan publik juga tidak boleh menawarkan jasanya tertulis kepada calon klien kecuali atas permintaan calon klien yang bersangkutan. Serta dalam Pernyataan Etika Profesi nomor 4 lebih jauh dijelaskan dengan memuat contoh mengenai apa yang diperbolehkan atau apa yang tidak diperbolehkan dalam hubungannya dengan iklan bagi Kantor Akuntan Publik. Hal ini dirasakan sangat penting untuk menghindari terjadinya persaingan yang tidak sehat diantara sesama Kantor Akuntan Publik untuk mendapatkan klien.

Meskipun demikian dengan banyaknya peraturan resmi yang telah ditetapkan mengenai periklanan dan penawaran jasa Kantor Akuntan Publik,

fakta yang ada yaitu belum adanya Kantor Akuntan Publik yang menggunakan cara ini untuk mendapatkan klien. Iklan bagi profesi akuntan merupakan hal baru dalam lingkungan profesi akuntan sejak dikeluarkannya aturan Etika Profesi No. 502 tahun 2000. Aturan Etika nomor 502 dan Kode Etik Akuntan Indonesia pasal 6 ayat 8 serta peraturan lainnya belum tersosialisasi kepada akuntan publik sehingga akuntan publik belum mengetahui sepenuhnya bahwa iklan diperbolehkan, interpretasi Aturan Etika nomor 502 belum memberikan batasan yang jelas berkaitan dengan aspek – aspek teknis periklanan jasa akuntan publik. KAP di Indonesia belum mau beriklan mungkin karena situasi dan kondisi di Indonesia yang berbeda karena KAP di Indonesia masih menganggap sistem marketing langsung kepada klien lebih efektif dibanding beriklan (Prabowo, 2001: 263).

Pemahaman adalah sesuatu hal yang kita pahami dan kita mengerti dengan benar (Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, 2008). Pemahaman berasal dari kata paham yang mempunyai arti mengerti benar, sedangkan pemahaman merupakan proses perbuatan cara memahami (Em Zul, dkk, 2008 : 607-608)

Pemahaman berasal dari kata paham yang artinya (1) pengertian; pengetahuan yang banyak, (2) pendapat, pikiran, (3) aliran; pandangan, (4) mengerti benar (akan); tahu benar (akan); (5) pandai dan mengerti benar. Apabila mendapat imbuhan me- i menjadi memahami, berarti: (1) mengerti benar (akan); mengetahui benar, (2) memaklumi. Dan jika mendapat imbuhan pe- an menjadi pemahaman, artinya (1) proses, (2) perbuatan, (3) cara memahami atau memahamkan (mempelajari baik-baik supaya paham).

Sehingga dapat diartikan bahwa pemahaman adalah suatu proses, cara memahami cara mempelajari baik-baik supaya paham dan pengetahuan banyak.

Memiliki pemahaman tingkat ekstrapolasi berarti seseorang mampu melihat dibalik yang tertulis, dapat membuat estimasi, prediksi berdasarkan pada pengertian dan kondisi yang diterangkan dalam ide-ide atau simbol, serta kemampuan membuat kesimpulan yang dihubungkan dengan implikasi dan konsekuensinya. Proses belajar mengajar proses belajar mengajar dalam berbagai aspeknya sangat berkaitan dengan kecerdasan emosional mahasiswa. Kecerdasan emosional ini mampu melatih kemampuan mahasiswa tersebut, yaitu kemampuan untuk mengelola perasaannya, kemampuan untuk memotivasi dirinya, kesanggupan untuk tegar dalam menghadapi frustrasi, kesanggupan untuk mengendalikan dorongan dan menunda kepuasan sesaat, mengatur suasana hati yang reaktif, serta mampu berempati dan bekerja sama dengan orang lain. Kemampuan-kemampuan ini mendukung seorang mahasiswa dalam mencapai tujuan dan cita-citanya.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) wilayah Sumatera selatan terdapat 9 Kantor Akuntan Publik (KAP), yaitu KAP Achmad Djunaidi B, KAP Drs. Achmad rifai & bunyamin, KAP Drs. Charles pangabea & rekan, KAP muhammad zen & rekan, KAP Drs. Suparman, KAP tanzil djunaidi & Edy, KAP E. L tobing & rekan, KAP Drs. Ahmad nuroni, KAP Drs, Said Muhammad.

Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi, yang menjadi persyaratan mahasiswa yang dapat mengikuti mata kuliah praktek audit adalah yang telah lulus mata kuliah pemeriksaan akuntansi 1 dan 2. Dimana pada mata kuliah pemeriksaan akuntansi 1, mahasiswa telah mempelajari tentang Kode Etik yang termasuk di dalamnya membahas tentang kebijakan beriklan, serta bagaimana atau iklan apa yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan. Mahasiswa yang sedang mengikuti mata kuliah praktek audit adalah sebanyak 222 orang yang terdiri dari 6 kelas.

Pemahaman mengenai kebijakan beriklan di KAP, harusnya telah dipahami oleh mahasiswa khususnya mahasiswa akuntansi. Kemampuan akademik bawaan, nilai Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) tidak menjamin bahwa seorang mahasiswa tersebut memiliki pemahaman yang cukup mengenai kebijakan beriklan bagi KAP. Seorang mahasiswa akuntansi khususnya praktisi akuntansi yang terjun di bidang akuntansi seharusnya telah memahami satu diantara kode etik profesi tersebut yang menyangkut masalah periklanan dan penawaran jasa kantor akuntan publik.

Dari hasil survei pendahuluan, Kantor Akuntan Publik yang ada di Kota Palembang diketahui belum menerapkan atau menggunakan iklan sebagai sarana untuk mendapatkan klien, misalnya KAP Ahmad Djunaidi, KAP Achmad Rifai & Bunyamin dan Drs Suparman. Di lain pihak pemahaman dari mahasiswa fakultas ekonomi akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang masih sangat kurang mengenai kebijakan beriklan tersebut. Hal ini dapat disebabkan oleh : kurangnya pengetahuan yang dimiliki mahasiswa

akuntansi UMP tentang kebijakan beriklan bagi KAP, kurangnya motivasi dan minat untuk memahami lebih jauh tentang kebijakan beriklan bagi KAP.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut dengan judul : **Pemahaman Mahasiswa Akuntansi dan Praktisi Akuntansi Terhadap Kebijakan Beriklan bagi Kantor Akuntan Publik (Studi kasus FE UMP dan KAP di Kota Palembang).**

#### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas masalah yang akan diteliti oleh penulis adalah apakah mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang dan praktisi akuntansi memiliki pemahaman yang sama mengenai kebijakan beriklan bagi Kantor Akuntan Publik di kota Palembang?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini menurut perumusan masalah yang telah dikemukakan di atas adalah untuk mengetahui pemahaman mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang dan praktisi akuntansi mengenai kebijakan beriklan bagi Kantor Akuntan Publik di kota Palembang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penulisan yang diteliti ini adalah sebagai berikut :

### **1. Bagi Penulis**

Menambah wawasan terhadap Kode Etik Profesi Akuntan serta peraturan yang memuat tentang masalah periklanan dan penawaran jasa bagi Kantor Akuntan Publik untuk mendapatkan klien.

### **2. Bagi Universitas Muhammadiyah Palembang dan Kantor Akuntan Publik Kota Palembang**

Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan mahasiswa dan praktisi akuntansi dapat memahami lebih jauh peraturan yang memuat tentang kebijakan beriklan bagi KAP.

### **3. Bagi Almamater**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan penting dan sebagai sumber informasi bagi penelitian yang serupa di masa yang akan datang.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Sebelumnya**

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Nora Berlian Samosir (2006) yang berjudul *Persepsi Mahasiswa Akuntansi Universitas Sriwijaya Inderalaya dan Praktisi Akuntansi Terhadap Kebijakan Beriklan Bagi Kantor Akuntan Publik untuk Mendapatkan Klien*. Perumusan masalah dalam penelitian tersebut adalah apakah mahasiswa akuntansi Universitas Sriwijaya Inderalaya memiliki persepsi yang sama (persepsi positif) dengan praktisi akuntansi terhadap kebijakan beriklan bagi Kantor Akuntan Publik untuk mendapatkan klien khususnya mengenai iklan yang diperbolehkan dan yang tidak diperbolehkan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah mahasiswa akuntansi Universitas Sriwijaya Inderalaya dan praktisi akuntansi mempunyai persepsi yang sama mengenai kebijakan beriklan bagi Kantor Akuntan Publik untuk mendapatkan klien khususnya masalah iklan yang diperbolehkan dan yang tidak diperbolehkan. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data adalah kuisisioner. Hasil penelitian tersebut adalah bahwa mahasiswa akuntansi Universitas Sriwijaya Inderalaya dan praktisi akuntansi memiliki persepsi yang sama (persepsi positif) terhadap iklan yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan bagi Kantor akuntan publik untuk mendapatkan klien.

Penelitian berikutnya yaitu dilakukan oleh Elvi (2008) yang berjudul *Persepsi Dosen Akuntansi Dan Mahasiswa Akuntansi Terhadap Advertensi*

Jasa Akuntan Publik (Survey Di Universitas Se- Surakarta). Rumusan masalah yaitu Apakah terdapat perbedaan persepsi antara dosen akuntansi dan mahasiswa akuntansi di Universitas se-Surakarta terhadap advertensi jasa akuntan publik? Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji perbedaan persepsi antara dosen akuntansi dan mahasiswa akuntansi di Universitas se-Surakarta terhadap advertensi jasa akuntan publik.

Penelitian yang dilakukan Arleen dan Niken (2010) yang berjudul Perbedaan Sikap Akuntan Publik dan Pengguna Jasa Akuntan Publik terhadap Advertensi Jasa Akuntan Publik. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat perbedaan sikap antara akuntan publik dan pengguna jasa akuntan publik terhadap advertensi jasa akuntan publik? Tujuan penelitian ini yaitu untuk memperoleh bukti empiris bahwa terdapat perbedaan sikap antara akuntan publik dengan pengguna jasa terhadap advertensi jasa akuntan publik, dilihat dari dimensi citra profesi, kualitas jasa, harga jasa, kesadaran konsumen, ukuran KAP, persaingan KAP dan intervensi pemerintahan. Data yang digunakan berupa data primer. Teknik pengumpulan data berupa kuisisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah rata-rata responden pengguna jasa dan akuntan publik mendukung adanya iklan sebagai media komunikasi untuk menginformasikan jasa yang diberikan oleh KAP.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Pengertian pemahaman, Akuntan Publik dan Persyaratan menjadi Akuntan Publik**

#### **a. Pengertian Pemahaman**

Pemahaman merupakan kemampuan menangkap makna atau arti dari sesuatu konsep dengan makna yang terkandung dalam konsep tersebut. Pemahaman seseorang terhadap orang lain, situasi atau objek lain adalah hasil dari proses pembelajaran tidak hanya berupa pemahaman saja tetapi juga aplikasi dari hasil pemahaman tersebut (Sudjana, 2000: 22).

Pemahaman adalah sesuatu hal yang kita pahami dan kita mengerti dengan benar ( Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, 2008). Pemahaman berasal dari kata paham yang mempunyai arti mengerti benar, sedangkan pemahaman merupakan proses perbuatan cara memahami (Em Zul, dkk, 2008 : 607-608).

#### **1) Pengetahuan**

Pengetahuan diartikan hanyalah sekadar “tahu”, yaitu hasil tahu dari usaha manusia untuk menjawab pertanyaan “what”, misalnya apa batu, apa gunung, apa air, dan sebagainya. Sedangkan ilmu bukan hanya sekadar dapat menjawab “apa” tetapi akan dapat menjawab “mengapa” dan “bagaimana” misalnya mengapa batu banyak macamnya, mengapa gunung dapat meletus, mengapa es mengapung dalam air. Pengetahuan

dapat dikembangkan lebih lanjut menjadi ilmu apabila memenuhi 3 kriteria, yaitu obyek kajian, metode pendekatan dan bersifat universal. Tidak selamanya fenomena di alam ini dapat dijawab dengan ilmu, atau setidaknya banyak pada awalnya ilmu tidak dapat menjawabnya (Ensiklopedia.com, 2008).

## 2) Motivasi

Motivasi seringkali diartikan sebagai dorongan. Dorongan atau tenaga tersebut merupakan gerak jiwa dan jasmani untuk berbuat, sehingga motivasi merupakan suatu tenaga yang menggerakkan manusia untuk bertingkah laku di dalam perbuatannya yang mempunyai tujuan tertentu (Widyastuti, dkk, 2004).

Motivasi adalah dorongan yang merupakan gerak jiwa dan jasmani untuk melaksanakan sesuatu (Ellya, 2006). Berkaitan dengan audit maka dengan adanya motivasi tersebut mendorong seorang mahasiswa berkeinginan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan akuntansi agar dapat melaksanakan praktek sekaligus berprofesi menjadi seorang akuntan. Untuk menjadi seorang akuntan maka mahasiswa harus menempuh pendidikan profesi akuntan tersebut. Untuk mengetahui peraturan dan standar-standar yang telah ditetapkan.

### 3) Minat

Minat adalah keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya (Widyastuti, dkk, 2004). Minat diartikan sebagai keinginan untuk memperhatikan dan melakukan sesuatu (Kamus Umum Bahasa Indonesia, 2002).

#### b. Pengertian Akuntan Publik

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 2011 Pasal 1 yang dimaksud dengan akuntan publik adalah seseorang yang memperoleh izin untuk memberikan izin sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Akuntan publik juga diartikan sebagai warga negara asing yang telah memperoleh izin berdasarkan hukum di negara yang bersangkutan untuk memberikan jasa sekurang-kurangnya jasa audit atas informasi keuangan historis. Menurut Peraturan Menteri Keuangan Nomor:17/PMK.01/2008 akuntan publik adalah akuntan yang telah memperoleh izin untuk memberikan jasa sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri ini.

#### c. Persyaratan menjadi Akuntan Publik

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia No. 5 Pasal 5 ayat 1 untuk mendapatkan izin akuntan publik seorang auditor harus memenuhi syarat:



- 1) Memiliki sertifikat tanda lulus ujian profesi akuntansi yang sah.
- 2) Berpengalaman praktik memberikan jasa.
- 3) Berdomisili dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI).
- 4) Memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
- 5) Tidak pernah dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin akuntan publik.
- 6) Tidak pernah dipidana yang mempunyai kekuatan hukum tetap karena melakukan tindak pidana kejahatan yang diancam dengan pidana penjara 5 tahun (lebih).
- 7) Menjadi anggota Asosiasi Profesi Akuntan Publik yang ditetapkan oleh Menteri.
- 8) Tidak berada dalam pengampunan.

#### d. Pengertian Kantor Akuntan Publik

Menurut Undang-undang RI No. 5 Tahun 2011 Pasal 1 menyatakan bahwa kantor akuntan publik adalah badan usaha yang didirikan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan mendapatkan izin usaha berdasarkan undang-undang ini. Menurut Peraturan Menteri Keuangan Nomor:17/PMK.01/2008 kantor akuntan publik adalah badan usaha yang telah mendapatkan izin dari Menteri sebagai wadah bagi Akuntan Publik dalam memberikan izin jasanya.

e. Persyaratan mendirikan sebuah KAP

Menurut Undang-undang RI No.5 Tahun 2011 Pasal 18 menyatakan bahwa izin usaha KAP diberikan oleh Menteri. Syarat untuk mendapatkan izin usaha adalah:

- 1) Mempunyai kantor atau tempat untuk menjalankan usaha yang berdomisili di NKRI.
- 2) Memiliki NPWP Badan untuk KAP yang berbentuk usaha persekutuan perdata dan firma atau NPWP Pribadi untuk KAP yang berbentuk perseorangan.
- 3) Mempunyai paling sedikit dua orang tenaga kerja profesional pemeriksa di bidang akuntansi.
- 4) Memiliki rancangan sistem pengendalian mutu
- 5) Membuat surat pernyataan dan bermaterai cukup bagi bentuk perusahaan perseorangan, dengan mencantumkan paling sedikit:
  - a) Alamat Akuntan Publik
  - b) Nama dan domisili kantor, dan
  - c) Maksud dan tujuan pendirian,
- 6) Memiliki akta pendirian yang dibuat dan dihadapan notaris bagi bentuk usaha sebagaimana dimaksud dalam pasal 12 ayat 1 yang paling sedikit mencantumkan:
  - a) Nama Rekan
  - b) Alamat Rekan
  - c) Bentuk usaha

- d) Nama dan domisili usaha
- e) Maksud dan tujuan pendirian kantor
- f) Hak dan kewajiban sebagai Rekan
- g) Penyelesaian sengketa dalam hal terjadi perselisihan antara Rekan.

7) Bentuk usaha berdasarkan Pasal 12 ayat 1 adalah:

- a) Perseorangan
- b) Persekutuan perdata
- c) Firma, atau
- d) Bentuk usaha lain yang sesuai dengan karakteristik profesi Akuntan Publik, yang diatur dalam Undang-undang.

f. Jasa-jasa yang ditawarkan KAP

Menurut Peraturan Menteri Keuangan Nomor :17/PMK.01/2008

Pasal 2 ayat 1 bidang jasa Akuntan Publik adalah attestasi, yang meliputi:

- 1) Jasa audit umum dan laporan keuangan
- 2) Jasa pemeriksaan atas laporan keuangan prospektif
- 3) Jasa pemeriksaan atas pelaporan informasi keuangan profoma
- 4) Jasa review atas laporan keuangan
- 5) Jasa attestasi lainnya sebagaimana tercantum dalam SPAP.

Jasa yang sebagaimana disebutkan dalam Pasal 2 ayat 1 sebaiknya hanya diberikan oleh Akuntan Publik. Selain jasa yang diberikan dalam ayat 1, Akuntan Publik dan KAP dapat memberikan jasa audit lainnya dan jasa yang berkaitan dengan akuntansi, keuangan, manajemen, kompilasi, perpajakan, dan konsultasi sesuai dengan kompetensi Akuntan Publik dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

## **2. Iklan Kantor Akuntan Publik**

### **a. Pengertian iklan**

Berdasarkan Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, yang dimaksud dengan iklan adalah informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa, barang, dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan. Iklan adalah sebuah bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan melalui media oleh pemrakarsa yang dikenal serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat ( Masli, 2000: 1).

### **b. Manfaat Iklan**

Ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh dengan beriklan, yaitu:

- 1) Menumbuhkan kesadaran
- 2) Menumbuhkan atau membangun sikap yang diinginkan

- 3) Membangun identitas
- 4) Memposisikan produk di pasar
- 5) Membujuk
- 6) Menumbuhkan permintaan
- 7) Menumbuhkan keinginan untuk meminta sesuatu
- 8) Mendukung para penyalur atau distributor
- 9) Melanggengkan organisasi
- 10) Meluncurkan produk baru
- 11) Memenangkan persaingan
- 12) Membantu menonjolkan perbedaan
- 13) Membantu menjangkau masyarakat (Masli, 2000: 2)

c. Jenis-jenis Iklan

Iklan dapat digolongkan ke dalam beberapa kategori, yaitu:

- 1) Berdasarkan tujuannya, iklan dapat dibedakan menjadi:
  - a) Iklan *Branding*, diperlukan untuk membangun citra merk produk dikalangan audien.
  - b) Iklan produk, dibuat untuk mengkomunikasikan produk yang bersangkutan kepada khalayak.
- 2) Dari segi substansi, iklan dibedakan menjadi:
  - a) Iklan bersubstansi informasi, iklan jenis ini lebih dominan dalam mempersoalkan kebenaran iklan.

- b) Iklan substansi persuasif, iklan ini agak sulit dalam mengukur kebenarannya, karena bahasa iklan yang dipakai cenderung berpola superlatif dan hiperbola.
- 3) Dari segi klaim, iklan dibedakan menjadi:
- a) Klaim iklan yang bersifat kualitatif.
  - b) Klaim iklan yang bersifat kuantitatif, klaim iklan jenis ini relatif lebih mudah dibuktikan kebenarannya, dibandingkan klaim iklan yang bersifat kualitatif (Masli, 2000: 2)

d. Aturan beriklan dan penawaran jasa bagi Kantor Akuntan Publik

Aturan Etika nomor 502 mengatur tentang periklanan dan bentuk penawaran jasa lainnya bagi KAP SPAP (2001: 205). Lebih rinci dijelaskan dalam Interpretasi aturan etika, dinyatakan bahwa anggota, akuntan publik ataupun KAP, dalam menjalankan praktik akuntan publik diperkenankan mencari klien melalui pemasangan iklan, melakukan promosi pemasaran dan kegiatan pemasaran lainnya sepanjang tidak merendahkan citra profesi (Aturan Etika Departemen Akuntan Publik IAI, 2008). Merendahkan citra profesi yaitu jika anggota dalam upaya memperoleh klien dengan memasang iklan, melakukan promosi pemasaran atau kegiatan pemasaran lainnya bersifat palsu, menipu, menyesatkan, memaksa, berlebihan atau pelecehan yang dapat merugikan kepentingan umum, oleh karenanya tidak diperkenankan. Anggota tidak boleh menawarkan jasanya secara tertulis kepada calon kliennya kecuali

atas permintaan calon klien yang bersangkutan. Adapun contoh-contoh iklan yang bersifat palsu yang menyesatkan atau menipu yaitu:

- 1) Iklan yang menciptakan harapan yang berlebihan
- 2) Iklan yang menggambarkan seolah-olah dapat mempengaruhi keputusan pejabat pengadilan, badan pengatur, badan atau lain yang serupa
- 3) Iklan yang membuat pernyataan yang tidak didukung oleh fakta
- 4) Iklan yang di dalamnya memuat perbandingan dengan akuntan publik lainnya yang tidak sesuai dengan fakta
- 5) Iklan yang membuat pernyataan yang dapat mengakibatkan orang lain tertipu atau salah menafsirkan.

e. Pengaruh iklan bagi profesi Akuntan Publik

Secara lebih rinci memaparkan dampak atas diizinkannya periklanan dan penawaran diri secara langsung oleh KAP:

1) Independensi auditor

Iklan menimbulkan keraguan mengenai independensi auditor. Hal ini berkaitan dengan jasa audit yang diberikan. Beberapa badan profesional akuntansi memberikan petunjuk cara dan hal-hal yang harus tercakup dalam informasi periklanan KAP dan jasa mereka. Pembatasan ini akan lebih menjamin standar praktik yang tetap tinggi.

2) Honor audit dan keuntungannya

Dampak iklan terhadap honor dan keuntungan yang diterima belum ditangkap secara tepat. Hal ini menjadi kebijakan KAP yang bersangkutan. Selain itu dipengaruhi faktor-faktor dalam lingkungan bisnis yang ada.

3) Keputusan atas pemilihan auditor

Periklanan juga dianggap sebagai alat untuk menyebarkan informasi. Melalui periklanan dan penawaran jasa, klien dapat memperoleh informasi lebih lengkap dalam mengambil keputusan. Klien dapat memilih auditor yang lebih murah biayanya. Klien merasa diuntungkan jika para akuntan diijinkan mengiklankan atau menawarkan diri.

4) Kompetisi antara KAP kecil dan besar

Pengiklanan dapat menimbulkan kompetisi di dalam pasar. Bahkan menimbulkan distorsi seperti munculnya penugasan pasar oleh KAP tertentu (*The malaysian accountant*, 2000: 32).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Ditinjau dari tingkat penjelasannya penelitian terdiri atas 3 jenis, yaitu:

##### **1. Penelitian Deskriptif**

Penelitian deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi.

##### **2. Penelitian Komparatif**

Penelitian komparatif adalah suatu penelitian yang bersifat membandingkan, atau berupa hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih.

##### **3. Penelitian Asosiatif**

Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2009: 5-16).

Jenis penelitian yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian komparatif yaitu penelitian yang digunakan untuk membandingkan antara pemahaman mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi terhadap kebijakan beriklan bagi KAP.

#### **B. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang yang beralamat di jl. A. Yani 13 Ulu Palembang dan Kantor Akuntan Publik yang ada di Kota Palembang.

**Tabel III.1**  
**Daftar Kantor Akuntan Publik di Palembang**

No	Nama Kantor Akuntan Publik (KAP)	Alamat
1	Drs. A. Djunaidi B	JL. Letkol. Iskandar No. 679 Lantai III 15 Ilir Timur I Palembang 30124
2	Drs. Achmad. Rifai dan Bunyamin	JL. Candi Angkoso/Veteran No. 324 F RT.008/002 Palembang 30126. Telepon (0711)
3	Drs. Muhammad Zen & Rekan	JL. Slamet Riyadi No. 267
4	Drs. Suparman	JL. Kandis Jaya I No. 968 Swadaya Palembang 30127
5	Tanzil Djunaidi & Eddy	JL. DR. M. Isa No. 1117 Palembang 30114
6	E. L. Tobing & Rekan	JL. MP. Mangkunegara No. 41 Palembang
7	Drs. Said M.GB, Ak	JL. Sukatani No. 1140 Rt. 17 RW.09 Kelurahan Sukamaju
8	Charles Pangabeau & Rekan	JL. Kebon Jahe No. 569 18 Ilir Timur 1
9	Drs. Ahmad Nuroni	JL. Sapta Marga No. 67

Sumber: Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) Sumsel 2011

### C. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel III.2**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator
Pemahaman	Pemahaman adalah suatu proses, cara memahami, cara mempelajari dengan baik agar paham dan memperoleh pengetahuan yang banyak.	a. Pengetahuan b. Motivasi c. Minat
Kebijakan beriklan bagi KAP	Iklan adalah sebuah bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan melalui satu media oleh pemrakarsa yang dikenal serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat.	a. Manfaat iklan b. Jenis – jenis iklan c. Aturan beriklan dan penawaran jasa bagi KAP d. Pengaruh iklan bagi profesi akuntan publik

Sumber: Penulis 2011

## D. Populasi dan sampel

### 1. Populasi

Populasi (*population*) adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Nur & Bambang, 2009: 115). Populasi dalam penelitian ini adalah tim auditor Kantor Akuntan Publik yang ada di Kota Palembang yang berjumlah 45 orang dari tujuh KAP.

**Tabel III.3**  
**Jumlah Auditor**

No	Nama KAP	Jumlah Auditor
1	KAP Drs. Achmad Djunaidi B	7
2	KAP Drs. Ahmad Nuroni	4
3	KAP Drs. Ahmad Rifai & Bunyamin	11
4	KAP Drs. Muhammad Zen	4
5	KAP Drs. Said Muhammad GB., Ak	7
6	KAP EL. Tobing & Rekan	6
7	KAP Tanzil Djunaidi & Eddy	6
<b>Jumlah Auditor</b>		<b>45</b>

Sumber: Penulis, 2011

### 2. Sampel

Pemilihan sampel berdasarkan *probability sampling* dengan tehnik *stratified random sampling* yaitu pengambilan sampel dengan anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proposional. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah lulus atau sedang mengikuti mata kuliah praktek audit.

Tabel III.4

Daftar jumlah mahasiswa yang sedang mengikuti mata kuliah praktek audit

No	Kelas	Jumlah mahasiswa
1.	11.07.11	46
2.	12.07.11	44
3.	13.07.11	45
4.	14.07.11	40
5.	CA1.07.11	23
6.	CA2.07.11	24
<b>Jumlah</b>		<b>222</b>

Sumber : Fakultas Ekonomi Akuntansi UMP, 2011

Untuk menentukan jumlah sample yang ditarik menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

$e^2$  = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir/ diinginkan ( $e = 10\%$ ) ( Husein , 2002: 164).

Jumlah sampel yang diambil jika tingkat kesalahan sampling sebesar 10% adalah :

$$n = \frac{222}{1 + (222 \cdot (0,1^2))}$$

$$n = \frac{222}{1 + 2,22}$$

$$n = \frac{222}{3,22}$$

$$n = 68,94$$

$$n = 69 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 69 orang, yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.

**Tabel III.5**  
**Sampel ( Probability Sampling)**

No	Kelas	Jumlah mahasiswa (JM)	Populasi (P)	Sampel (S)	Persentase (%) $\frac{S}{P} \times 100\%$ (PR)	Responden (JM x PR)
1.	11.07.11	46	222	69	31,1%	14
2.	12.07.11	44	222	69	31,1%	14
3.	13.07.11	45	222	69	31,1%	14
4.	14.07.11	40	222	69	31,1%	12
5.	CA1.07.11	23	222	69	31,1%	7
6.	CA2.07.11	24	222	69	31,1%	8
<b>Jumlah</b>		<b>222</b>				<b>69</b>

Sumber : Penulis 2012

#### **E. Data yang Diperlukan**

Data penelitian pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi:

1. Data Primer

Data primer yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumbernya (tidak melalui perantara).

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara/diperoleh dan dicatat oleh orang lain (Nur & Bambang, 2009: 146-147)

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuisisioner yang dibagikan kepada responden. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui artikel, jurnal, dan penelitian-penelitian terdahulu.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data terdiri atas:

1. Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survei yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subyek penelitian.

2. Kuisisioner

Merupakan pertanyaan yang disusun dalam bentuk kalimat tanya.

3. Observasi

Merupakan proses pencatatan pola perilaku subyek, obyek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.

#### 4. Dokumentasi

Merupakan catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu lalu.

#### 5. Survei

Merupakan metode pengumpulan data penelitian dengan menggunakan instrument untuk meminta tanggapan dan respon dari responden (Nur & Bambang, 2009: 152)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara dan kuisisioner. Wawancara dengan komunikasi langsung dengan mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang dan auditor yang bekerja di KAP. Kuisisioner adalah pertanyaan tertulis yang dilakukan dengan menyebar kepada mahasiswa akuntansi dan tim auditor.

### **G. Analisis Data dan Teknik Analisis**

#### **1. Analisis Data**

Analisis data terdiri dari:

##### 1) Analisis Kualitatif

Merupakan analisis yang digunakan jika data yang dikumpulkan hanya sedikit, bersifat monologis atau berwujud kasus-kasus sehingga tidak dapat disusun ke dalam suatu struktur kalsifikatoris.

##### 2) Analisis Kuantitatif

Merupakan analisis yang dilakukan jika data yang dikumpulkan berjumlah besar dan mudah diklasifikasikan ke dalam kategori (Nur & Bambang, 2009: 146).



Metode analisis data yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kualitatif yang digunakan untuk mengetahui pemahaman mahasiswa akuntansi dan auditor terhadap kebijakan beriklan bagi KAP, kemudian dilanjutkan dengan analisis kuantitatif menggunakan skala. Bentuk pertanyaan yang diajukan berupa alternatif pilihan kebijakan beriklan bagi KAP (untuk variabel independen) dengan penilaian perhitungan menggunakan skala likert (yang merupakan skala jenis ordinal):

Sangat Setuju	= SS	5
Setuju	= S	4
Netral	= N	3
Tidak Setuju	= TS	2
Sangat Tidak Setuju	= STS	1

## 2. Teknik Analisis

Teknis analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan tabelaris, dan hasil kuisisioner dihitung dalam tabelaris tersebut dengan cara membuat dan menghitung persentase dari masing-masing indikator yang menjadi pertanyaan pada kuisisioner tersebut.

Adapun langkah-langkah yang ditempuh adalah :

- a. Memisahkan tiap-tiap jawaban responden sesuai dengan jawaban Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

- b. Menjumlah berapa banyak jawaban Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.
- c. Disemua jumlah jawaban Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju dibagi total pernyataan pada masing-masing variable kemudian dikalikan dengan 100%.

$$\% \text{ Jawaban} = \frac{\text{Jumlah jawaban Sangat Setuju dan Setuju}}{\text{Total seluruh pernyataan tiap variabel}} \times 100 \%$$

- d. Setelah didapat pernyataan dari masing-masing variabel maka dapat ditarik kesimpulan tentang pemahaman mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi terhadap kebijakan beriklan bagi KAP di Kota Palembang.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Singkat tentang Universitas Muhammadiyah Palembang**

###### **a. Sejarah Singkat Universitas Muhammadiyah Palembang**

Ide untuk mendirikan Perguruan Tinggi Muhammadiyah berbentuk Universitas dicetuskan oleh tokoh-tokoh muda Muhammadiyah yaitu Drs. Djakfar Murod dan kawan-kawan (Drs. Sanusi Has, Drs. Al Hady Haq, Drs. Idris Halim dan Drs. Fakhri Bastri) pada tahun 1963. Gagasan kelompok muda ini disambut baik oleh para tokoh dan pimpinan Muhammadiyah wilayah Sumatera Selatan (K.M. sidik Adim, K.H. mansyur Azhari, Djaimain Sutan Marajo, M. Yunus, Datuk Rusli, Zamhari Abidin, S.H.) yang dikenal sebagai perintisnya. Usaha mereka ini belum dapat diwujudkan karena berlakunya Undang-undang Nomor 22 tahun 1961, yaitu persyaratan mendirikan Perguruan Tinggi Swasta minimal memiliki 4 fakultas dan 2 fakultas adalah diantaranya fakultas eksata.

Berdasarkan Keputusan Yayasan Perguruan Tinggi Muhammadiyah (YPTM) Sumatera Selatan Nomor 010/YPTM/79 tanggal 2 Juni 1979 bersamaan dengan tanggal 20 Rajab 1399 H, Universitas Muhammadiyah Palembang resmi dibuka dan memiliki 3 fakultas, yaitu :

- 1) Fakultas Teknik dengan Jurusan Teknik Sipil
- 2) Fakultas Ekonomi dengan Jurusan Manajemen
- 3) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dengan Jurusan :
  - a) Bahasa Indonesia
  - b) Administrasi Pendidikan
  - c) Matematika

Pada tahun 1987, fakultas ekonomi mengembangkan diri dengan menambah dua jurusan lagi, yaitu jurusan akuntansi dan jurusan studi pembangunan. Akan tetapi baru satu tahun berjalan jurusan studi pembangunan tidak mendapat izin kopertis wilayah II, dengan alasan bahwa jurusan studi pembangunan hanya diselenggarakan oleh Perguruan Tinggi Negeri saja.

Dua tahun kemudian, jurusan akuntansi mendapat status “TERDAFTAR” dari menteri pendidikan dan kebudayaan republik indonesia dengan nomor : 0418/1989, sedangkan jurusan manajemen mendapat status “DISAMAKAN” berdasarkan surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia nomor : 329/KEP/1992.

Pada tahun 1998, jurusan manajemen mendapat status “TERAKREDITASI” berdasarkan surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi dengan nomor : 001/BAN-PT/AK-1/XII/1998. Dan pada tahun yang sama Fakultas Ekonomi menambah satu lagi satu buah jurusan yaitu program Diploma III di bidang

Manajemen Pemasaran dengan Kurikulum Nasional berdasarkan surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia nomor : 21/DIKTI/Kep/1998.

Pada tahun 2000, menyusul juga Jurusan Akuntansi mendapatkan status “TERAKREDITASI” berdasarkan surat keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi nomor : 010/BAN-PT/Ak-1/VI/2000 dengan nilai B.

Adapun pada jurusan akuntansi pada saat mengikuti mata kuliah Praktek audit maka setiap mahasiswa harus terlebih dahulu lulus mata kuliah pemeriksaan akuntansi 1 atau audit 1 serta pemeriksaan akuntansi 2 atau audit 2 sebagai syarat.

**Tabel IV.1**

**Daftar jumlah mahasiswa yang sedang mengikuti mata kuliah Praktek Audit tahun 2011**

<b>No</b>	<b>Kelas</b>	<b>Jumlah mahasiswa</b>
1.	11.07.11	46
2.	12.07.11	44
3.	13.07.11	45
4.	14.07.11	40
5.	CA1.07.11	23
6.	CA2.07.11	24
<b>Jumlah</b>		<b>222</b>

Sumber : Fakultas Ekonomi Akuntansi UMP , 2011

**b. Visi dan Misi Universitas Muhammadiyah Palembang****1) Visi**

Menjadi salah satu perguruan tinggi terkemuka di Indonesia yang senantiasa unggul dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta peduli terhadap perubahan zaman, menjunjung tinggi etika profesional yang berwawasan keislaman, kebangsaan dan kebersamaan.

**2) Misi**

- a) Menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan akademik, kemampuan profesional yang bertaraf nasional, menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman, kebangsaan dan kebersamaan.
- b) Melakukan penelitian dalam rangka meningkatkan kepedulian terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta sosial budaya.

**c. Fasilitas Universitas Muhammadiyah Palembang**

- 1) Perpustakaan universitas dan fakultas
- 2) Masjid Al-Hikmah
- 3) Lapangan Olahraga
- 4) Koperasi Mahasiswa
- 5) Kantin
- 6) Baitul Mal Wattamwil (BMT)

## **2. Gambaran Singkat Tentang Kantor Akuntan Publik (KAP) di Kota Palembang**

Berdasarkan dari data yang diterima penulis dari Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) Wilayah Sumbagsel, jumlah Kantor Akuntan Publik (KAP) yang ada di Kota Palembang adalah sebagai berikut: KAP Drs. Achmad Djunaidi B, KAP Drs. Ahmad Nuroni, KAP Drs. Ahmad Rifai & Bunyamin, KAP Drs. Charles Pangabea & Rekan, KAP Drs. Muhammad Zen, KAP Drs. Said Muhammad GB., AK, KAP EL. Tobing & Rekan, KAP Drs. H. Suparman., Ak, dan KAP Tanzil Djunaidi & Eddy.

Setelah peneliti mencari KAP tersebut, ternyata hasilnya hanya 7 KAP dari 9 KAP yang bersedia untuk membantu melakukan pengisian kuesioner. Hal ini dikarenakan selama penyebaran kuesioner, peneliti menghadapi berbagai kendala yaitu, 2 KAP yang tidak bersedia untuk melakukan pengisian kuesioner dengan berbagai alasan seperti, auditornya tidak ada di kantor karena sedang sibuk di lapangan, dan waktu pengambilan kuesioner ditetapkan dalam jangka waktu yang lama.

Dari sebanyak 45 (empat puluh lima) kuesioner yang telah disebarkan penulis kepada seluruh auditor yang bekerja pada 7 KAP di kota Palembang, hanya 31 kuisisioner yang kembali ketangan peneliti dan layak untuk dijadikan sumber data untuk melakukan analisis dalam penelitian ini. Berikut daftar jumlah Kantor Akuntan Publik dan jumlah kuisisioner yang akan dikelola:

**Tabel IV.2**  
**Jumlah dan persentase populasi dianalisa**

No	Responden	Jumlah Kuisisioner	Data Tidak Kembali	Diolah
1	KAP Drs. Achmad Djunaidi B	7	3	4
2	KAP Drs. Ahmad Nuroni	4	1	3
3	KAP Drs. Ahmad Rifai & Bunyamin	11	7	4
4	KAP Drs. Muhammad Zen	4	-	4
5	KAP Drs. Said Muhammad GB., Ak	7	-	7
6	KAP EL. Tobing & Rekan	6	-	6
7	KAP Tanzil Djunaidi & Eddy	6	3	3
<b>Total</b>				<b>31</b>

Sumber: Penulis, 2012

**Tabel IV. 3**  
**Kuisisioner penelitian pemahaman mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi terhadap kebijakan beriklan bagi KAP Berdasarkan populasi (staf KAP)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<b>Variabel : Pemahaman</b>						
<b>Indikator : Pengetahuan</b>						
1.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi mempunyai pengetahuan tentang Kode Etik Akuntan Publik dengan baik	10	15	5	1	-
2.	Mahasiswa akuntansi dan Praktisi akuntansi wajib memahami Kode Etik Akuntan Publik dengan baik	12	18	1	-	-
3.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi mengetahui semua peraturan yang memuat kebijakan beriklan bagi KAP	8	18	3	2	-
4.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi harus mengetahui jenis-jenis iklan yang diperbolehkan atau tidak diperbolehkan bagi KAP	16	14	1	-	-
5.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi mengetahui iklan akan mempengaruhi profesi akuntan publik	9	20	2	-	-
<b>Indikator : Motivasi</b>						
1.	Praktisi akuntansi perlu mengadakan sosialisasi untuk meningkatkan motivasi mahasiswa akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP	1	3	2	25	-
2.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi perlu mengikuti seminar-seminar	6	20	5	-	-

	yang diadakan KAP					
3.	Dengan mengikuti seminar-seminar yang diadakan KAP, mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi akan lebih termotivasi untuk memahami tentang kebijakan beriklan bagi KAP	11	15	4	1	-
4.	Mahasiswa akuntansi dapat langsung datang ke KAP untuk menanyakan kepada praktisi akuntansi masalah kebijakan beriklan bagi KAP itu sendiri.	2	5	9	15	-
5.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dapat menggunakan sarana teknologi untuk mengetahui kebijakan beriklan bagi KAP, seperti : internet, dsb.	12	15	3	1	-
<b>Indikator : Minat</b>						
1.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi perlu mengadakan forum untuk membahas Kode Etik Akuntan Publik khususnya kebijakan beriklan bagi KAP.	1	1	4	15	10
2.	Penyebab kurangnya minat untuk memahami kebijakan beriklan bagi KAP adalah keinginan untuk mengetahui dan mengamati yang kurang.	3	23	4	1	-
3.	Kurangnya keinginan untuk mengetahui dan mengamati kebijakan tersebut yaitu karena menganggap hal ini tidak begitu penting.	11	15	4	1	-
4.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi tidak mempunyai waktu banyak untuk memperhatikan atau melakukan pengamatan terhadap kebijakan beriklan bagi KAP.	1	13	12	5	-
5.	Kurangnya minat untuk memahami kebijakan ini karena beranggapan terlalu sulit untuk dipahami.	1	2	10	18	-
<b>Variabel : Kebijakan beriklan bagi KAP</b>						
<b>Indikator : Manfaat iklan</b>						
1.	Kantor akuntan publik dapat menggunakan iklan sebagai upaya untuk mendapatkan klien.	3	21	5	2	-
2.	KAP dalam mendapatkan klien harus menggunakan iklan demi kelangsungan perusahaannya.	4	2	-	20	5
3.	KAP menggunakan iklan selain untuk mendapatkan klien juga untuk membangun identitas KAP itu sendiri.	1	5	2	23	-

4.	KAP yang menggunakan iklan lebih banyak mendapatkan klien untuk menggunakan jasanya.	10	15	6	-	-
5.	Iklan merupakan hal yang sangat penting bagi KAP dalam meningkatkan klien yang ingin menggunakan jasanya.	26	5	-	-	-
<b>Indikator : Jenis – jenis iklan</b>						
1.	KAP boleh menggunakan iklan yang berisikan pemberitahuan pindah alamat, nomor telepon, no fax, dan telex.	15	13	2	1	-
2.	Dalam iklannya, KAP boleh memaparkan nama, alamat, nomor telepon dan jasa yang ditawarkan oleh KAP tersebut.	5	15	1	3	7
3.	Dalam iklannya, KAP boleh menggunakan bahasa yang bersifat membujuk agar klien lebih tertarik untuk menggunakan jasanya.	1	2	3	18	7
4.	Jenis iklan yang digunakan KAP akan menonjolkan perbedaan kualitas dengan KAP lainnya.	2	12	12	4	1
5.	KAP yang menggunakan iklan melalui media Elektronik akan lebih unggul dalam persaingan daripada yang menggunakan media cetak.	14	16	1	-	-
<b>Indikator : Aturan beriklan dan penawaran jasa bagi KAP</b>						
1.	KAP diperbolehkan menggunakan iklan untuk merekrut pegawai dan staf untuk kantornya sendiri maupun untuk langganannya.	10	15	4	2	-
2.	KAP diperbolehkan memasang iklan untuk menjual perusahaan atau asset langganan KAP dalam kapasitas profesinya yang bertindak sebagai likuidator.	12	13	5	1	-
3.	KAP diperbolehkan memasang iklan untuk menawarkan seminar dan penataran bagi masyarakat umum, kecuali yang diselenggarakan gratis.	5	11	5	-	-
4.	KAP diperbolehkan menawarkan calon kliennya untuk mengikuti seminar tentang perubahan peraturan pajak.	7	22	2	-	-
5.	KAP diperbolehkan memasang iklan di halaman kuning buku telepon.	10	20	1	-	-
<b>Indikator : Pengaruh iklan bagi profesi akuntan publik</b>						
1.	KAP dapat membuat pernyataan bahwa jasa profesional spesifik sedang/akan diberikan dengan upah tertentu yang bisa	10	20	1	-	-

	naik dan calon kliennya tidak diberitahu kemungkinan ini.					
2.	KAP diperbolehkan menawarkan jasanya secara tertulis kepada calon klien, walau tanpa permintaan dari calon klien yang bersangkutan.	1	3	9	18	-
3.	Iklan KAP dapat merendahkan citra profesi KAP.	13	17	-	1	-
4.	Dengan diperbolehkan KAP untuk beriklan, akan meningkatkan persaingan antara sesama KAP.	7	22	2	-	-
5.	Iklan yang digunakan KAP akan mengurangi independensi auditor.	5	21	5	-	-

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

**Tabel IV. 4**  
**Kuisioner penelitian pemahaman mahasiswa akuntansi dan praktisi**  
**akuntansi terhadap kebijakan beriklan bagi KAP**  
**Berdasarkan sampel (mahasiswa akuntansi UMP)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<b>Variabel : Pemahaman</b>						
<b>Indikator : Pengetahuan</b>						
1.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi mempunyai pengetahuan tentang Kode Etik Akuntan Publik dengan baik	22	23	9	7	-
2.	Mahasiswa akuntansi dan Praktisi akuntansi wajib memahami Kode Etik Akuntan Publik dengan baik	22	31	7	-	-
3.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi mengetahui semua peraturan yang memuat kebijakan beriklan bagi KAP	-	25	25	10	-
4.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi harus mengetahui jenis-jenis iklan yang diperbolehkan atau tidak diperbolehkan bagi KAP	-	15	9	36	-
5.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi mengetahui iklan akan mempengaruhi profesi akuntan publik	-	16	14	30	-
<b>Indikator : Motivasi</b>						
1.	Praktisi akuntansi perlu mengadakan sosialisasi untuk meningkatkan motivasi mahasiswa akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP	38	22	-	-	-
2.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi perlu mengikuti seminar-seminar	24	28	8	-	-



	yang diadakan KAP					
3.	Dengan mengikuti seminar-seminar yang diadakan KAP, mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi akan lebih termotivasi untuk memahami tentang kebijakan beriklan bagi KAP	29	22	9	-	-
4.	Mahasiswa akuntansi dapat langsung datang ke KAP untuk menanyakan kepada praktisi akuntansi masalah kebijakan beriklan bagi KAP itu sendiri.	10	22	14	14	-
5.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dapat menggunakan sarana teknologi untuk mengetahui kebijakan beriklan bagi KAP, seperti : internet, dsb.	25	35	-	-	-
<b>Indikator : Minat</b>						
1.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi perlu mengadakan forum untuk membahas Kode Etik Akuntan Publik khususnya kebijakan beriklan bagi KAP.	28	30	2	-	-
2.	Penyebab kurangnya minat untuk memahami kebijakan beriklan bagi KAP adalah keinginan untuk mengetahui dan mengamati yang kurang.	-	12	8	40	-
3.	Kurangnya keinginan untuk mengetahui dan mengamati kebijakan tersebut yaitu karena menganggap hal ini tidak begitu penting.	10	13	18	19	-
4.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi tidak mempunyai waktu banyak untuk memperhatikan atau melakukan pengamatan terhadap kebijakan beriklan bagi KAP.	5	45	10	-	-
5.	kurangnya minat untuk memahami kebijakan ini karena beranggapan terlalu sulit untuk dipahami.	-	10	15	20	15
<b>Variabel : Kebijakan beriklan bagi KAP</b>						
<b>Indikator : Manfaat iklan</b>						
1.	Kantor akuntan publik dapat menggunakan iklan sebagai upaya untuk mendapatkan klien.	20	35	5	-	-
2.	KAP dalam mendapatkan klien harus menggunakan iklan demi kelangsungan perusahaannya.	2	24	14	20	-
3.	KAP menggunakan iklan selain untuk mendapatkan klien juga untuk membangun identitas KAP itu sendiri.	23	25	-	12	-

4.	KAP yang menggunakan iklan lebih banyak mendapatkan klien untuk menggunakan jasanya.	20	28	-	12	-
5.	Iklan merupakan hal yang sangat penting bagi KAP dalam meningkatkan klien yang ingin menggunakan jasanya.	16	30	2	12	-
<b>Indikator : Jenis – jenis iklan</b>						
1.	KAP boleh menggunakan iklan yang berisikan pemberitahuan pindah alamat, nomor telepon, no fax, dan telex.	22	28	10	-	-
2.	Dalam iklannya, KAP boleh memaparkan nama, alamat, nomor telepon dan jasa yang ditawarkan oleh KAP tersebut.	15	31	10	4	-
3.	Dalam iklannya, KAP boleh menggunakan bahasa yang bersifat membujuk agar klien lebih tertarik untuk menggunakan jasanya.	9	15	-	36	-
4.	Jenis iklan yang digunakan KAP akan menonjolkan perbedaan kualitas dengan KAP lainnya.	15	25	1	17	2
5.	KAP yang menggunakan iklan melalui media Elektronik akan lebih unggul dalam persaingan daripada yang menggunakan media cetak.	46	12	2	-	-
<b>Indikator : Aturan beriklan dan penawaran jasa bagi KAP</b>						
1.	KAP diperbolehkan menggunakan iklan untuk merekrut pegawai dan staf untuk kantornya sendiri maupun untuk langganannya.	38	21	1	-	-
2.	KAP diperbolehkan memasang iklan untuk menjual perusahaan atau asset langganan KAP dalam kapasitas profesinya yang bertindak sebagai likuidator.	32	20	18	-	-
3.	KAP diperbolehkan memasang iklan untuk menawarkan seminar dan penataran bagi masyarakat umum, kecuali yang diselenggarakan gratis.	27	23	10	-	-
4.	KAP diperbolehkan menawarkan calon kliennya untuk mengikuti seminar tentang perubahan peraturan pajak.	33	21	6	-	-
5.	KAP diperbolehkan memasang iklan di halaman kuning buku telepon.	22	28	10	-	-
<b>Indikator : Pengaruh iklan bagi profesi akuntan publik</b>						
1.	KAP dapat membuat pernyataan bahwa jasa profesional spesifik sedang/akan diberikan dengan upah tertentu yang bisa	12	42	6	-	-

	naik dan calon kliennya tidak diberitahu kemungkinan ini.					
2.	KAP diperbolehkan menawarkan jasanya secara tertulis kepada calon klien, walau tanpa permintaan dari calon klien yang bersangkutan.	35	16	9	-	-
3.	Iklan KAP dapat merendahkan citra profesi KAP.	1	15	-	21	23
4.	Dengan diperbolehkan KAP untuk beriklan, akan meningkatkan persaingan antara sesama KAP.	36	15	-	9	-
5.	Iklan yang digunakan KAP akan mengurangi independensi auditor.	3	-	8	24	25

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

## B. Pembahasan Hasil Penelitian

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya, bahwa populasi dalam penelitian ini adalah Staf KAP kota Palembang. Dari 45 kuisioner yang disebar pada tanggal 9 sampai 31 Januari 2012 hanya 31 kuisioner yang diterima kembali, sisanya adalah kuisioner tersebut tidak diisi dan tidak dikembalikan oleh responden. Untuk sampel dalam penelitian ini diambil dari mahasiswa akuntansi dengan menggunakan metode *stratified random sampling*. Sebanyak 69 kuisioner yang dibagikan, hanya 60 kuisioner yang diterima kembali dikarenakan ada responden yang tidak mengembalikan kuisioner.

Berikut adalah analisis penelitian mengenai pemahaman mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi terhadap kebijakan beriklan bagi Kantor Akuntan Publik per dimensi yang diukur:

## 1. Variabel Pemahaman

### a. Pengetahuan

- 1) Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi mempunyai pengetahuan tentang Kode Etik Akuntan Publik dengan baik

**Tabel IV. 5**  
**Pengetahuan mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi tentang kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 1**

Keterangan	Staf KAP	%	Mahasiswa	%
Sangat Setuju	10	32	22	37
Setuju	15	49	23	38
Netral	5	16	9	15
Tidak Setuju	1	3	6	10
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 5, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 15 orang atau 49% menyatakan setuju dan mahasiswa akuntansi sebanyak 23 orang atau 38% menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi ataupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju yang artinya mereka setuju praktisi akuntansi dan mahasiswa akuntansi harus mempunyai pengetahuan tentang Kode Etik Akuntan Publik.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menjawab setuju karena sebagai orang yang berkecimpun dalam bidang akuntansi sudah seharusnya mengetahui tentang kode etik agar mereka dapat melaksanakan tugas-tugasnya dengan baik. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka ini adalah salah satu hal yang harus diperhatikan mengingat sangat berkaitan

dengan profesi yang mereka jalani sekarang. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena mereka merasa tidak perlu mengetahui tentang kode etik yang ada meskipun mereka adalah orang-orang yang bekerja di bidang tersebut. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka mengetahui kode etik tidak begitu bermanfaat bagi mereka dalam melaksanakan tugas-tugasnya.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka setuju karena sebagai orang yg mempelajari akuntansi sudah seharusnya mengetahui tentang kode etik. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka ini adalah pengetahuan tentang kode etik sangat bermanfaat. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena mereka merasa tidak perlu mengetahui tentang kode etik. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka mengetahui kode etik bukan keharusan.

- 2) Mahasiswa akuntansi dan Praktisi akuntansi wajib memahami Kode Etik Akuntan Publik dengan baik

**Tabel IV. 6**  
**Pengetahuan mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi tentang kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 2**

Keterangan	Staf KAP	%	Mahasiswa	%
Sangat Setuju	12	39	22	37
Setuju	18	58	31	52
Netral	1	3	7	15
Tidak Setuju	-	-	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 6, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 18 orang atau 58% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 31 orang atau 52% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi maupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi wajib memahami kode etik akuntan publik.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka kode etik adalah hal yang sangat vital dan sifatnya mengikat sehingga adalah sesuatu yang wajib untuk mengetahuinya. Alasan mereka menjawab sangat setuju adalah sebagai bagian dari akuntansi mereka tentunya harus memahami segala hal yang ada dalam bidang ini termasuk diantaranya mengetahui kode etik yang memuat etika sebagai seorang akuntan. Alasan mereka menjawab netral karena mereka tidak begitu mengetahui isi dari kode etik tersebut.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka kode etik adalah hal yang juga penting dipahami. Alasan mereka menjawab sangat setuju adalah sebagai bagian dari akuntansi mereka tentunya harus memahami segala hal yang ada dalam bidangnya. Alasan mereka menjawab netral karena mereka tidak begitu mengetahui isi dari kode etik tersebut.

- 3) Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi mengetahui semua peraturan yang memuat kebijakan beriklan bagi KAP

**Tabel IV. 7**  
**Pengetahuan mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi tentang kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 3**

<b>Keterangan</b>	<b>Staf KAP</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	8	26	16	27
Setuju	18	58	14	23
Netral	3	10	1	2
Tidak Setuju	2	6	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 7, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 18 orang atau 58% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 16 orang atau 27% menyatakan sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi maupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju praktisi akuntansi dan mahasiswa akuntansi mengetahui peraturan beriklan bagi KAP.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka dengan mengetahui peraturan beriklan ini tidak akan membuat mereka ragu-ragu dalam menggunakan sarana iklan tersebut. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka ini berpengaruh dalam kegiatan yang mereka laksanakan. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena bagi mereka hanya peraturan yang bersifat penting saja yang wajib diketahui seorang akuntan dan iklan tidak termasuk kedalamnya. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka peraturan yang

memuat tentang kebijakan beriklan masih kurang jelas keberadaannya dalam pandangan mereka.

Dilain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka dengan mengetahui peraturan beriklan akan menambah wawasan mereka mengenai iklan KAP. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka ini berpengaruh dalam mata kuliah yang sedang mereka tekuni. Alasan mereka menjawab netral karena mereka tidak peduli peraturan yang memuat tentang kebijakan beriklan.

- 4) Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi harus mengetahui jenis-jenis iklan yang diperbolehkan atau tidak diperbolehkan bagi KAP

**Tabel IV. 8**  
**Pengetahuan mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi tentang kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 4**

Keterangan	Staf KAP	%	Mahasiswa	%
Sangat Setuju	16	52	-	-
Setuju	14	45	15	25
Netral	1	3	9	15
Tidak Setuju	-	-	36	60
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 8, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 16 orang atau 52% menyatakan sangat setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 36 orang atau 60% menyatakan tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa respon praktisi akuntansi dominan menyatakan setuju sedangkan respon mahasiswa menyatakan tidak setuju bahwa mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi harus

mengetahui jenis-jenis iklan yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan bagi KAP.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka jenis iklan sangat banyak namun untuk KAP khususnya ada jenis iklan yang tidak diperbolehkan karena dapat mengganggu citra profesi. Alasan mereka menjawab sangat setuju adalah dalam melaksanakan kegiatan beriklannya mereka tetap dalam batasan-batasan yang telah ditetapkan sehingga tidak menimbulkan kontroversi. Alasan mereka menjawab netral karena mereka tidak begitu mengetahui peraturan yang memuat tentang iklan apa yang diperbolehkan maupun tidak diperbolehkan bagi KAP.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka semua jenis iklan diperbolehkan bagi KAP. Alasan mereka menjawab netral adalah tidak ada iklan yang tidak diperbolehkan bagi KAP. Alasan mereka menjawab netral karena mereka tidak begitu mengetahui jenis-jenis iklan apa saja yang dipakai oleh KAP.

- 5) Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi mengetahui iklan akan mempengaruhi profesi akuntan publik

**Tabel IV. 9**  
**Pengetahuan mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi tentang kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 5**

<b>Pernyataan</b>	<b>Staf KAP</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	9	29	-	27
Setuju	20	65	16	23
Netral	2	6	14	30
Tidak Setuju	-	-	30	50
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 9, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 20 orang atau 65% menyatakan, mahasiswa akuntansi sebanyak 30 orang atau 50% menyatakan tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa respon praktisi akuntansi dominan menyatakan setuju sedangkan respon mahasiswa menyatakan tidak setuju bahwa iklan dapat mempengaruhi citra profesi.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka iklan yang bersifat membujuk dan mengintimidasi seperti kebanyakan iklan yang ada maka dapat mempengaruhi citra profesi. Alasan mereka menjawab sangat setuju adalah dengan adanya kebijakan ini telah mengakibatkan penekanan pada pemasaran dan penetapan harga yang lebih bersaing untuk berbagai jasa . Alasan mereka menjawab netral karena mereka tidak begitu mengetahui apakah iklan dapat berpengaruh bagi citra profesi.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi , alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka iklan tersebut benar mempengaruhi citra profesi. Alasan mereka menjawab netral adalah tidak mengetahui jika iklan dapat mempengaruhi citra profesi. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena mereka tidak begitu mengetahui apa pengaruh bagi citra profesi.

b. Motivasi

- 1) Praktisi akuntansi perlu mengadakan sosialisasi untuk meningkatkan motivasi mahasiswa akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP

**Tabel IV. 10**  
**Motivasi mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 1**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	1	3	38	63
Setuju	3	6	22	37
Netral	2	13	-	-
Tidak Setuju	25	71	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 10, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 25 orang atau 81% menyatakan tidak setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 38 orang atau 63% menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa respon praktisi akuntansi dominan menyatakan tidak setuju sedangkan respon mahasiswa akuntansi setuju bahwa Praktisi akuntansi perlu mengadakan sosialisasi untuk meningkatkan motivasi mahasiswa akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan tidak setuju karena bagi mereka dengan mengadakan sosialisasi akan banyak menyita waktu diantara pekerjaan mereka. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka hal ini penting untuk menciptakan akuntan-akuntan yang benar-benar profesional. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka sosialisasi adalah salah satu sarana untuk menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat termasuk mahasiswa. Alasan mereka menjawab netral karena tidak pernah mendengar atau mengikuti sosialisasi yang diadakan oleh KAP .

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan sangat setuju karena bagi mereka dengan diadakanya sosialisasi akan menambah wawasan bagi mereka. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka dapat dijadikan bahan pembelajaran yang efektif.

- 2) Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi perlu mengikuti seminar-seminar yang diadakan KAP

**Tabel IV. 11**  
**Motivasi mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 2**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	6	19	24	40
Setuju	20	65	28	47
Netral	5	16	8	13
Tidak Setuju	-	-	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 11 dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 20 orang atau 65% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 28 orang atau 47% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi maupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi mengikuti seminar yang diadakan KAP.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka seminar-seminar yang diadakan oleh KAP penting untuk mengetahui perubahan kebijakan termasuk yang menyangkut iklan. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka ini adalah salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan motivasi seseorang . Alasan mereka menjawab netral karena mereka beranggapan seminar bukan satu-satunya cara untuk meningkatkan motivasi.

Dilain pihak wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka seminar-seminar yang diadakan oleh KAP akan menambah pengetahuan tentang kebijakan-kebijakan untuk KAP termasuk kebijakan beriklan. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka ini adalah salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan motivasi seseorang . Alasan mereka menjawab netral karena mereka beranggapan dengan atau tanpa seminar mereka tetap mempunyai motivasi.

- 3) Dengan mengikuti seminar-seminar yang diadakan KAP, mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi akan lebih termotivasi untuk memahami tentang kebijakan beriklan bagi KAP.

**Tabel IV. 12**  
**Motivasi mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 3**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	11	35	29	48
Setuju	15	48	22	37
Netral	4	13	9	15
Tidak Setuju	1	3	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 12, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 15 orang atau 48% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 29 orang atau 48% menyatakan sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi maupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi yang mengikuti seminar-

seminar KAP akan lebih memotivasi mahasiswa dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka dengan mengikuti seminar-seminar tersebut akan menambah wawasan tentang kebijakan-kebijakan yang ada . Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka dengan mengikuti seminar dapat meningkatkan motivasi untuk lebih mengetahui lebih banyak kebijakan termasuk kebijakan beriklan. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena bagi mereka seminar tidak begitu penting dan hanya membuang-buang waktu mereka. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka dalam meningkatkan motivasi pemahaman kebijakan beriklan atau yang lainnya bukan dilihat dari diadakannya seminar atau tidak.

Dilain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka dengan mengikuti seminar benar akan menambah motivasi. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka menyukai bergabung dalam seminar akuntansi. Alasan mereka menjawab netral karena mereka tidak pernah menghadiri seminar akuntansi.

- 4) Mahasiswa akuntansi dapat langsung datang ke KAP untuk menanyakan kepada praktisi akuntansi masalah kebijakan beriklan bagi KAP itu sendiri.

**Tabel IV. 13**  
**Motivasi mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 4**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	2	6	10	17
Setuju	5	16	22	37
Netral	9	29	14	23
Tidak Setuju	15	49	14	23
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 13, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 15 orang atau 48% menyatakan tidak setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 22 orang atau 37% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa respon praktisi akuntansi dominan menyatakan tidak setuju sedangkan respon mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju dengan pernyataan mahasiswa dapat langsung bertanya masalah kebijakan akuntansi kepada auditor yang ada di KAP.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan tidak setuju karena bagi mereka ini akan mengganggu aktivitas mereka di kantor. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka mahasiswa dapat mencari tahu informasi beriklan melalui media lain seperti internet atau melakukan wawancara ke IAI. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka selama tidak mengganggu dan banyak menyita waktu mereka, dengan senang

hati mereka akan bersedia menjawab hal-hal yang mereka ketahui berkenaan dengan kebijakan beriklan tersebut. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka tidak pernah ada mahasiswa yang datang langsung ke KAP untuk mencari informasi atau menanyakan masalah kebijakan-kebijakan bagi KAP termasuk kebijakan beriklan.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi , alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka dapat mengetahui alamat-alamat KAP yang ada di kota Palembang. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena mereka dapat mengetahui berapa banyak KAP yang ada di kota Palembang. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka hal ini akan mengganggu dan praktisi yang ada di KAP. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena bagi mereka mencari informasi dengan cara yang lain lebih efektif.

- 5) Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dapat menggunakan sarana teknologi untuk mengetahui kebijakan beriklan bagi KAP, seperti : internet, dsb.

**Tabel IV. 14**  
**Motivasi mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 5**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	12	39	25	42
Setuju	15	48	35	58
Netral	3	9	-	-
Tidak Setuju	1	3	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 14, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 12 orang atau 48% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 35 orang atau 58% menyatakan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi maupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dapat menggunakan sarana teknologi untuk mengetahui kebijakan beriklan bagi KAP, seperti : internet, dsb.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka media cetak dan elektronik sangat berperan baik dalam banyak hal termasuk diantaranya tentang periklanan. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka dalam media elektronik seperti internet dapat dijadikan sarana iklan bagi KAP karena cepat dan ini adalah salah satu hal yang bermanfaat. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena bagi mereka belum pernah melihat informasi tentang kebijakan beriklan bagi KAP di media elektronik maupun di media cetak. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka untuk mengetahui lebih jauh kebijakan beriklan bagi KAP tidak perlu menggunakan media elektronik ataupun media cetak.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka media cetak dan elektronik sangat berperan baik dalam banyak hal termasuk

diantaranya tentang periklanan. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena mereka sering mendapat informasi maupun iklan dari teknologi seperti internet dan sebagainya.

c. Minat

- 1) Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi perlu mengadakan forum untuk membahas Kode Etik Akuntan Publik khususnya kebijakan beriklan bagi KAP.

**Tabel IV. 15**  
**Minat mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 1**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	1	3	28	47
Setuju	3	9	30	50
Netral	4	13	2	3
Tidak Setuju	15	48	-	-
Sangat Tidak Setuju	10	32	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 15, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 15 orang atau 48% tidak setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 30 orang atau 50% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa respon auditor dominan menyatakan tidak setuju sedangkan respon mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi perlu mengadakan forum untuk membahas kebijakan beriklan bagi KAP.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan tidak setuju karena mereka tidak berminat untuk mengadakan forum membahas kebijakan beriklan bagi KAP . Alasan mereka menjawab sangat tidak setuju karena bagi mereka hal ini



dirasa tidak efektif dalam meningkatkan minat mahasiswa dan auditor dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP. Alasan mereka menjawab netral karena mereka beranggapan tidak pernah mengikuti forum dalam membahas kebijakan beriklan bagi KAP. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka untuk menjalin komunikasi yang baik dengan auditor salah satu caranya adalah mengadakan forum. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka forum adalah sarana yang efektif bagi mahasiswa dalam meningkatkan minat untuk mengetahui kebijakan beriklan selain seminar.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan setuju karena mereka sangat berminat untuk mengadakan forum membahas kebijakan beriklan bagi KAP . Alasan mereka menjawab sangat sangat setuju karena bagi mereka hal ini dirasa sangat efektif dalam meningkatkan minat mahasiswa dan auditor dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP. Alasan mereka menjawab netral karena mereka beranggapan tidak pernah mengikuti forum dalam membahas kebijakan beriklan bagi KAP.

- 2) Penyebab kurangnya minat untuk memahami kebijakan beriklan bagi KAP adalah keinginan untuk mengetahui dan mengamati yang kurang

**Tabel IV. 16**  
**Minat mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 2**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	3	10	-	-
Setuju	23	74	12	20
Netral	4	13	8	13
Tidak Setuju	1	3	40	67
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 16, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 23 orang atau 74% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 40 orang atau 67% menyatakan tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa respon auditor dominan menyatakan setuju sedangkan respon mahasiswa akuntansi dominan menyatakan tidak setuju bahwa penyebab kurangnya minat untuk memahami kebijakan beriklan bagi KAP adalah keinginan untuk mengetahui dan mengamati yang kurang mengetahui peraturan beriklan bagi KAP.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka mengetahui dan mengamati kebijakan beriklan adalah salah satu ciri bahwa mereka mempunyai rasa keingintahuan yang tinggi. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka keingintahuan yang tinggi tentang kebijakan beriklan menyebabkan seseorang akan mencari tahu dan

mengamati dengan baik kebijakan beriklan bagi KAP tersebut. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena mereka beranggapan dalam mengamati dan mengetahui suatu kebijakan, keingintahuan yang tinggi bukanlah faktor utama. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka keingintahuan untuk mengetahui dan mengamati kebijakan beriklan bagi KAP ini akan membuang waktu dengan percuma.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan setuju karena mereka beranggapan mereka telah memiliki motivasi yang tinggi. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka minat akan muncul apabila seseorang mempunyai rasa keingintahuan yang tinggi. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena mereka beranggapan mereka selalu mengamati hal-hal baru saja.

- 3) Kurangnya keinginan untuk mengetahui dan mengamati kebijakan tersebut yaitu karena menganggap hal ini tidak begitu penting.

**Tabel IV. 17**

**Minat mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 3**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	11	35	10	17
Setuju	15	48	13	22
Netral	4	13	18	31
Tidak Setuju	1	3	19	30
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 17, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 15 orang atau 48% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 19 orang atau 32% menyatakan tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa respon praktisi akuntansi dominan menyatakan setuju sedangkan respon mahasiswa akuntansi dominan menyatakan tidak setuju kurangnya keinginan untuk mengetahui kebijakan beriklan tersebut karena menganggap hal itu tidak begitu penting.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka beranggapan kebijakan beriklan bagi KAP adalah penting untuk diketahui dan dipahami lebih jauh. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka mengamati suatu kebijakan untuk KAP termasuk diantaranya kebijakan beriklan adalah hal yang sangat penting sehingga tidak melakukan kekeliruan dalam melaksanakan iklan tersebut. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena bagi mereka bila seseorang menyatakan tidak mengetahui tentang kebijakan beriklan bagi KAP tersebut karena merasa hal tersebut tidak penting bahkan tidak bermanfaat. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka iklan tidak termasuk hal yang penting atau bisa diperhitungkan bagi KAP.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan sangat setuju karena mereka beranggapan bahwa minat mereka kurang dalam memahami kebijakan akuntansi.

Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka mengamati suatu kebijakan jika itu dianggap penting saja. Alasan mereka menjawab netral karena mereka tidak mengetahui penyebab kurangnya minat dalam mengetahui kebijakan akuntansi. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena mereka beranggapan memahami kebijakan akuntansi seperti beriklan adalah hal penting.

- 4) Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi tidak mempunyai waktu banyak untuk memperhatikan atau melakukan pengamatan terhadap kebijakan beriklan bagi KAP.

**Tabel IV. 18**

**Minat mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 4**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	1	3	5	8
Setuju	13	42	45	75
Netral	12	39	10	17
Tidak Setuju	5	16	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 18, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi 13 orang atau 42% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi 45 orang atau 75% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi maupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi tidak mempunyai waktu banyak untuk memperhatikan atau melakukan pengamatan terhadap kebijakan beriklan bagi KAP.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka dalam memahami suatu kebijakan khususnya kebijakan beriklan bagi KAP membutuhkan waktu yang tidak sedikit. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena bagi mereka memahami kebijakan beriklan bagi KAP yang menjadi faktor utamanya bukan waktu melainkan keingintahuan yang tinggi. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka hanya membuang-buang waktu karena masih banyak pekerjaan lain yang harus dilakukan daripada mengamati kebijakan beriklan tersebut. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka kebijakan beriklan bagi KAP belum jelas sehingga tidak perlu menghabiskan waktu banyak untuk mengamatinya.

Di lain pihak wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan sangat setuju karena bagi mereka dalam memahami suatu kebijakan khususnya kebijakan beriklan bagi KAP membutuhkan waktu yang tidak sedikit. Alasan mereka menjawab setuju karena mereka tidak mempunyai waktu banyak memahami kebijakan beriklan bagi KAP. Alasan mereka menjawab netral karena mereka tidak mempunyai kesempatan untuk memahami lebih jauh tentang kebijakan beriklan bagi KAP.

- 5) Kurangnya minat untuk memahami kebijakan ini karena beranggapan terlalu sulit untuk dipahami.

**Tabel IV. 19**  
**Minat mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP atas pernyataan no. 5**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	1	3	-	-
Setuju	2	6	10	17
Netral	10	32	15	25
Tidak Setuju	18	58	20	33
Sangat Tidak Setuju	-	-	15	25
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 19, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 18 orang atau 58% tidak Setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 20 orang atau 33% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi maupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan tidak setuju dalam memahami kebijakan beiklan bagi KAP ini teralu sulit dipahami.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan tidak setuju karena bagi mereka memahami sesuatu tidak akan menjadi sulit bila memiliki semangat dan mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi demikian pula halnya memahami kebijakan beriklan bagi KAP. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka bila mempunyai minat yang tinggi maka dengan usaha memahami kebijakan beriklan ini drasa tidak begitu sulit. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka ini

kebijakan beriklan benar terlalu sulit untuk dipahami. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka kebijakan beriklan bukan satu-satunya hal yang sulit dipahami namun kebijakan lainnya juga mempunyai nilai kesulitan dipahaminya masing-masing.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan tidak setuju karena bagi mereka kebijakan beriklan bagi KAP tidak sulit dipahami. Alasan mereka menjawab sangat tidak setuju karena hal tersebut menarik untuk dipahami. Alasan mereka menjawab netral karena tidak mengetahui hal tersebut sulit atau tidak. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka ini kebijakan beriklan benar terlalu sulit untuk dipahami.

Menurut Em Zul pemahaman adalah mempunyai arti mengerti dengan benar, ini sesuai berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan diatas yaitu diketahui bahwa respon praktisi akuntansi setuju mengenai pemahaman mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi terhadap kebijakan beriklan bagi KAP, sama halnya dengan respon mahasiswa akuntansi. Oleh karena itu perlu dipahami secara benar baik oleh praktisi akuntansi maupun mahasiswa akuntansi tentang kebijakan beriklan bagi KAP.

Menurut ensiklopedia pengetahuan diartikan hanya sekadar "tahu". berdasarkan analisis yang dilakukan oleh penulis bahwa kebijakan beriklan bagi KAP diketahui dan dipahami oleh praktisi akuntansi sedangkan mahasiswa akuntansi sekadar tahu tentang iklan

KAP namun belum memahami benar kebijakan yang diberlakukan untuk iklan itu sendiri.

Motivasi dan minat menurut Widyastuti adalah dorongan untuk melakukan sesuatu dan keinginan yang didorong setelah mengamati. Dalam hal pemahaman kebijakan beriklan praktisi akuntansi lebih cenderung mempunyai keduanya karena ini adalah bidang yang mereka geluti, sedangkan mahasiswa masih harus mempunyai cara agar dapat meningkatkan motivasi juga minat dalam memahami sesuatu termasuk kebijakan beriklan bagi KAP ini.

### 3. Variabel Kebijakan Beriklan bagi KAP

#### a. Manfaat Iklan

- 1) Kantor akuntan publik dapat menggunakan iklan sebagai upaya untuk mendapatkan klien.

**Tabel IV. 20**  
**Manfaat iklan bagi KAP atas pernyataan no.1**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	3	9	20	33
Setuju	21	68	35	58
Netral	5	16	5	8
Tidak Setuju	2	6	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 20, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 21 orang atau 68% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 35 orang atau 58% menyatakan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi maupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju bahwa KAP

diperbolehkan menggunakan iklan sebagai sarana untuk mendapatkan klien.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka iklan diperbolehkan bagi KAP sebagai sarana mendapatkan klien. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka iklan sangat bermanfaat dan menguntungkan bagi KAP namun sepanjang dilakukan tidak merendahkan citra profesi. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena bagi mereka tanpa menggunakan sarana iklan KAP tetap dengan mudah mendapatkan klien. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka iklan bukan sarana yang menguntungkan atau bermanfaat bagi KAP dalam upaya mendapatkan klien atau yang lainnya.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka setiap perusahaan dapat menggunakan iklan termasuk KAP. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka iklan sangat bermanfaat dan menguntungkan bagi KAP. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka iklan hanya digunakan untuk mempromosikan perusahaan.

- 2) KAP dalam mendapatkan klien harus menggunakan iklan demi kelangsungan perusahaannya.

**Tabel IV. 21**  
**Manfaat iklan bagi KAP atas pernyataan no.2**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	4	13	4	7
Setuju	2	6	22	37
Netral	-	-	14	23
Tidak Setuju	20	65	20	33
Sangat Tidak Setuju	5	16	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 21, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 20 orang atau 64% menyatakan tidak setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 22 orang atau 37% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa respon praktisi akuntansi dominan menyatakan setuju sedangkan respon mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju dan tidak setuju KAP dalam mendapatkan klien harus menggunakan iklan demi kelangsungan perusahaannya.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan tidak setuju karena bagi mereka KAP adalah perusahaan independen yang terpercaya sehingga bila tidak menggunakan sarana iklan pun perusahaan masih terus berlangsung. Alasan mereka menjawab sangat tidak setuju karena bagi mereka menggunakan tanpa menggunakan iklan KAP masih dapat beroperasi dengan baik. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka menggunakan iklan dapat memperoleh manfaat yang banyak selain mendapatkan klien. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena

bagi mereka sarana iklan berperan penting dalam kelangsungan perusahaannya.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan tidak setuju karena bagi mereka KAP dapat melakukan dengan cara lain untuk kelangsungan perusahaannya. Alasan mereka menjawab sangat netral karena mereka tidak mengetahui apakah iklan dapat mempengaruhi kelangsungan perusahaannya. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka menggunakan iklan dapat memperoleh manfaat yang banyak selain mendapatkan klien. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena tanpa iklan KAP tidak dapat mempertahankan kelangsungan perusahaannya.

- 3) KAP menggunakan iklan selain untuk mendapatkan klien juga untuk membangun identitas KAP itu sendiri.

**Tabel IV. 22**  
**Manfaat iklan bagi KAP atas pernyataan no.3**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	1	3	23	38
Setuju	5	16	25	42
Netral	5	16	-	-
Tidak Setuju	20	65	12	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	20
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

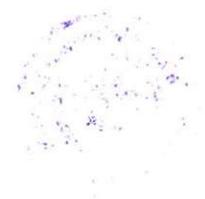
Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 22, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi 20 orang atau 64% menyatakan tidak setuju, mahasiswa akuntansi 25 orang atau 42% menyatakan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa respon praktisi akuntansi dominan menyatakan

tidak setuju sedangkan respon mahasiswa akuntansi menyatakan setuju iklan selain digunakan untuk mendapatkan klien juga untuk membangun identitas KAP itu sendiri.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan tidak setuju karena bagi mereka meskipun suatu KAP tidak menggunakan iklan sebagai sarana untuk mendapatkan klien, KAP masih tetap dapat membangun identitasnya sendiri. Alasan mereka menjawab netral karena mereka tidak mengetahui apakah identitas dipengaruhi oleh penggunaan sarana iklan. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka setiap perusahaan yang menggunakan iklan dapat mencerminkan identitasnya masing-masing termasuk KAP. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka isi dari suatu iklan akan mencerminkan identitas dari perusahaan itu sendiri sehingga nantinya akan membangun identitas.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan tidak setuju karena bagi mereka iklan KAP tidak berpengaruh pada identitas KAP itu sendiri. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka tanpa iklan KAP tidak dapat membangun identitasnya sendiri. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka setiap perusahaan harus menggunakan iklan dapat mencerminkan identitasnya masing-masing termasuk KAP.



- 4) KAP yang menggunakan iklan lebih banyak mendapatkan klien untuk menggunakan jasanya.

**Tabel IV. 23**  
**Manfaat iklan bagi KAP atas pernyataan no.4**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	10	32	20	33
Setuju	15	48	28	47
Netral	6	19	-	-
Tidak Setuju	-	-	12	20
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 23, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 15 orang atau 48% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 28 orang atau 47% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi maupun respon mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju bahwa KAP yang menggunakan iklan lebih banyak mendapatkan klien untuk menggunakan jasanya.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka KAP yang menggunakan iklan lebih berpeluang mendapatkan klien dibanding yang tidak. Alasan mereka menjawab sangat setuju adalah salah satu keuntungan iklan yang digunakan KAP, mereka bisa mendapatkan klien lebih banyak karena lebih diketahui oleh masyarakat banyak. Alasan mereka menjawab netral karena mereka tidak begitu mengetahui pengaruh apakah KAP yang menggunakan iklan lebih banyak mendapatkan klien atau tidak.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka KAP yang menggunakan iklan lebih berpeluang mendapatkan klien dibanding yang tidak. Alasan mereka menjawab sangat setuju adalah iklan yang menarik akan lebih banyak menarik minat pelanggan sehingga menguntungkan bagi KAP. Alasan mereka menjawab tidak karena mereka tidak dapat membedakan mana KAP yang lebih banyak atau lebih sedikit mendapatkan klien.

- 5) Iklan merupakan hal yang sangat penting bagi KAP dalam meningkatkan klien yang ingin menggunakan jasanya.

**Tabel IV. 24**  
**Manfaat iklan bagi KAP atas pernyataan no.5**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	26	84	16	27
Setuju	5	16	30	50
Netral	-	-	2	3
Tidak Setuju	-	-	12	20
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 24, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 26 orang atau 83% menyatakan sangat setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 30 orang atau 50% menyatakan Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi maupun respon mahasiswa dominan menyatakan Iklan merupakan hal yang sangat penting bagi KAP dalam meningkatkan klien yang ingin menggunakan jasanya.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka klien lebih mengetahui dimana dan kapan saja dapat menghubungi KAP apabila diperlukan. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka klien akan lebih tertarik dengan iklan yang dipasang oleh KAP sebagai sarana dalam mendapatkan klien yang akan menggunakan jasanya.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan sangat setuju karena bagi mereka ini adalah salah satu keuntungan dari menggunakan iklan. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka klien akan lebih tertarik dengan iklan yang dipasang oleh KAP. Alasan mereka menyatakan netral karena mereka tidak mengetahui apakah iklan dapat mempengaruhi banyak atau tidaknya klien. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena bagi mereka iklan yang dipasang oleh KAP tidak akan menarik banyak klien.

b. Jenis-jenis Iklan

- 1) KAP boleh menggunakan iklan yang berisikan pemberitahuan pindah alamat, nomor telepon, no fax, dan telex.

**Tabel IV. 25**  
**Jenis- jenis iklan bagi KAP atas pernyataan no.1**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	15	48	22	37
Setuju	13	42	28	47
Netral	2	6	10	16
Tidak Setuju	1	3	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 25, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 15 orang atau 48% menyatakan sangat setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 28 orang atau 47% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi maupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju iklan yang berisikan pemberitahuan pindah alamat, nomor telepon, no. Fax, dan sebagainya.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka mencatumkan pindah alamat, no telepon dan no.fax diperbolehkan karena bersifat pemberitahuan. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka ini iklan dengan jenis ini tidak bersifat membujuk dan merendahkan citra profesi. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena mereka belum mengetahui bahwa iklan yang bersifat pemberitahuan diperbolehkan untuk KAP. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka iklan tersebut bukan bersifat pemberitahuan melainkan promosi.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan sangat setuju karena bagi mereka ini adalah salah satu contoh iklan KAP. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka ini iklan yang paling sederhana bagi KAP. Alasan mereka menjawab netral karena mereka belum mengetahui bentuk iklan KAP.

- 2) Dalam iklannya, KAP boleh memaparkan nama, alamat, nomor telepon dan jasa yang ditawarkan oleh KAP tersebut.

**Tabel IV. 26**  
**Jenis- jenis iklan bagi KAP atas pernyataan no.2**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	5	16	15	25
Setuju	15	49	31	52
Netral	1	3	10	16
Tidak Setuju	2	6	4	7
Sangat Tidak Setuju *	8	26	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 26, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 15 orang atau 48% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 31 orang atau 52% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik respon praktisis akuntansi maupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju KAP dapat memaparkan nama, alamat, nomor telepon dan jasa yang ditawarkannya.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka bentuk iklan tersebut adalah benar tetapi dengan tidak mencantumkan jasanya. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka hal ini merupakan iklan yang banyak digunakan KAP. Alasan mereka menjawab netral karena mereka belum mengetahui bahwa iklan yang bersifat pemberitahuan diperbolehkan untuk KAP. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka iklan tersebut bukan bersifat pemberitahuan melainkan promosi. Alasan mereka menjawab sangat tidak setuju

karena mereka belum mengetahui bentuk iklan yang diperbolehkan bagi KAP atau tidaknya.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan sangat setuju karena bagi mereka iklan tersebut adalah benar. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka hal ini merupakan bentuk iklan KAP. Alasan mereka menjawab netral karena mereka belum tahu iklan apa yang digunakan KAP. Alasan mereka menjawab tidak tahu karena bagi mereka iklan tersebut terlalu sedikit.

- 3) Dalam iklannya, KAP boleh menggunakan bahasa yang bersifat membujuk agar klien lebih tertarik untuk menggunakan jasanya.

**Tabel IV. 27**  
**Jenis- jenis iklan bagi KAP atas pernyataan no.3**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	1	3	9	15
Setuju	2	6	15	25
Netral	3	10	-	-
Tidak Setuju	18	58	36	60
Sangat Tidak Setuju	7	23	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 27, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 18 orang atau 58% menyatakan tidak setuju, mahasiswa akuntansi 36 orang atau 60% menyatakan tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik respon praktisis akuntansi maupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan tidak setuju iklan yang digunakan KAP bersifat membujuk agar klien lebih tertarik untuk menggunakan jasanya.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan tidak setuju karena bagi mereka iklan yang bersifat membujuk dalam bentuk apapun tidak diperbolehkan karena dapat merendahkan citra profesi. Alasan mereka menjawab sangat tidak setuju karena bagi mereka ini iklan yang bersifat membujuk akan mempengaruhi citra profesi meskipun dengan tujuan apapun apalagi untuk menarik pelanggan untuk menggunakan jasanya. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka iklan yang bersifat membujuk adalah salah satu usaha suatu perusahaan dalam mendapatkan klien termasuk KAP. Alasan mereka menjawab sangat tidak setuju karena bagi mereka iklan harus bersifat membujuk seperti kebanyakan agar dapat menarik sehingga yang melihat tertarik untuk mengetahuinya lebih lanjut. Alasan mereka menjawab netral karena mereka belum mengetahui iklan yang bersifat membujuk dan dapat merendahkan citra profesi itu seperti apa.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan tidak setuju karena bagi mereka iklan yang bersifat membujuk itu merugikan pelanggan. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka ini iklan yang bersifat membujuk akan mendapatkan klien lebih banyak. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka iklan yang bersifat membujuk adalah salah satu usaha suatu perusahaan yang banyak digunakan.

- 4) Jenis iklan yang digunakan KAP akan menonjolkan perbedaan kualitas dengan KAP lainnya.

**Tabel IV. 28**  
**Jenis- jenis iklan bagi KAP atas pernyataan no.4**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	2	6	15	25
Setuju	12	39	25	42
Netral	12	39	1	6
Tidak Setuju	4	13	17	28
Sangat Tidak Setuju	1	3	2	3
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 28, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 12 orang atau 39% menyatakan setuju dan netral, mahasiswa akuntansi 25 orang atau 42% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi maupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju bahwa iklan akan menonjolkan perbedaan kualitas dengan KAP lainnya.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka dengan menggunakan saran iklan semakin banyak klien yang akan menggunakan jasa mereka sehingga akan menonjolkan kualitas dari KAP itu sendiri. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka hal ini benar adanya, KAP yang menggunakan iklan lebih menonjol daripada yang tidak menggunakan iklan sebagai salah satu sarananya. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena mereka beranggapan bahwa yang akan menonjolkan perbedaan kualitas KAP bukanlah iklan semata. Alasan mereka menjawab sangat tidak setuju bagi mereka

iklan bukan faktor utama menonjolkan perbedaan kualitas KAP. Alasan mereka menjawab netral karena mereka tidak tahu apakah iklan dapat menonjolkan perbedaan kualitas KAP atau tidak.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka dengan beriklan KAP dapat menonjolkan kualitasnya dari KAP yang lain . Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka hal ini benar adanya. Alasan mereka menjawab tidak setuju bagi mereka KAP tidak perlu menonjolkan kualitasnya. Alasan mereka menjawab netral karena mereka tidak tahu apakah KAP tersebut lebih menonjol atau tidak dari KAP yang lainnya.

- 5) KAP yang menggunakan iklan melalui media elektronik akan lebih unggul dalam persaingan daripada yang menggunakan media cetak.

**Tabel IV. 29**  
**Jenis- jenis iklan bagi KAP atas pernyataan no.5**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	14	45	46	77
Setuju	16	52	12	20
Netral	1	3	2	3
Tidak Setuju	-	-	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 29, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 16 orang atau 52% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 46 orang atau 77% menyatakan sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik respon praktisi

akuntansi maupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju bahwa iklan yang digunakan dalam media elektronik lebih unggul daripada media cetak.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka media elektronik lebih cepat penyebarannya dan lebih praktis daripada media cetak. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka media elektronik adalah salah satu media yang sangat penting dan mempunyai kontribusi besar dalam periklanan. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka baik melalui media elektronik maupun media cetak tidak akan berpengaruh dalam beriklan.

Dilain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka media elektronik berbobot untuk beriklan. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka beriklan dengan media elektronik lebih mengikuti kemajuan teknologi. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka baik beriklan melalui media elektronik maupun media cetak tidak bedanya

c. Aturan Beriklan dan Penawaran Jasa bagi KAP

- 1) KAP diperbolehkan menggunakan iklan untuk merekrut pegawai dan staf untuk kantornya sendiri maupun untuk langganannya.

**Tabel IV. 30**  
**Aturan beriklan dan penawaran jasa bagi KAP atas pernyataan no. 1**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	10	32	38	63
Setuju	15	48	21	35
Netral	4	13	1	2
Tidak Setuju	2	6	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 30, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi 15 orang atau 48% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 38 orang atau 63% menyatakan sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi maupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju KAP diperbolehkan menggunakan iklan untuk merekrut pegawai dan staf untuk kantornya sendiri maupun untuk langganannya.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka iklan yang digunakan dalam merekrut pegawai dan staf baik untuk kantornya ataupun langganannya diperbolehkan karena bersifat pemberitahuan. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka ini bukan iklan yang berifat merendahkan citra profesi. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena bagi mereka klien dapat melakukan iklan

perekrutan pegawai atau stafnya dengan iklan yang mereka buat sendiri. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka hal ini tidak perlu dilakukan mengingat ini bukan tugas dari seorang auditor atau KAP, meskipun atas permintaan klien.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan sangat setuju karena bagi mereka iklan seperti ini adalah bagian dari jenis iklan yang dipakai oleh KAP. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka ini bukan iklan yang tidak benar digunakan oleh KAP. Alasan mereka menjawab netral karena mereka tidak mengetahui iklan jenis apa ini.

- 2) KAP diperbolehkan memasang iklan untuk menjual perusahaan atau asset langganan KAP dalam kapasitas profesinya yang bertindak sebagai likuidator.

**Tabel IV. 31**  
**Aturan beriklan dan penawaran jasa bagi KAP atas pernyataan no. 2**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	12	39	32	53
Setuju	13	42	20	33
Netral	5	16	18	30
Tidak Setuju	1	3	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 31, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 13 orang atau 42% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 32 orang atau 53% menyatakan sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi maupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju

KAP memasang iklan untuk menjual perusahaan dan asset langganannya dalam kapasitas profesinya yang bertindak sebagai likuidator.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan setuju karena bagi mereka selama dalam kapsitas profesinya yang bertindak sebagai likuidator KAP dapat melakukan iklan seperti ini. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka iklan seperti ini juga diperbolehkan karena termasuk iklan yang bersifat pemberitahuan. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena bagi mereka baik bertindak sebagai likuidator atau tidak KAP tidak boleh menjual perusahaan dan asset langganannya. Alasan mereka menjawab netral karena mereka tidak mengetahui tentang apakah sebuah KAP yang bertindak sebaai likuidator dapat menjual perusahaan atau asset langganannya.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan sangat setuju karena bagi mereka beranggapan KAP mempunyai hak untuk mengiklankan asset atu perusahaan langganannya yang akan dijual. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka iklan ini salah satu jasa yang dari KAP. Alasan mereka menjawab netral karena mereka tidak mengetahui apakah KAP dapat mencantumkan perusahaan atau asset langganannya yang akan dijual.



- 3) KAP diperbolehkan memasang iklan untuk menawarkan seminar dan penataran bagi masyarakat umum, kecuali yang diselenggarakan gratis.

**Tabel IV. 32**  
**Aturan beriklan dan penawaran jasa bagi KAP atas pernyataan no. 3**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	5	16	27	45
Setuju	21	64	23	38
Netral	5	16	10	17
Tidak Setuju	-	-	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 32, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 21 orang atau 64% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 27 orang atau 45% menyatakan sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi maupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju KAP memasang iklan untuk menawarkan seminar dan penataran bagi masyarakat umum kecuali yang diselenggarakan secara gratis.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka iklan yang menawarkan seminar dan penataran adalah termasuk iklan yang diperbolehkan karena bersifat pemberitahuan. Alasan mereka menjawab sangat setuju adalah iklan yang menawarkan seminar atau penataran selama tidak bersifat membujuk dan tidak menrendahkan citra profesi maka diperbolehkan. Alasan mereka menjawab netral karena mereka tidak

pernah melihat atau mendengar iklan KAP yang menawarkan seminar atau penataran bagi masyarakat.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka iklan yang menawarkan seminar dan penataran sangat bermanfaat bagi mereka. Alasan mereka menjawab setuju adalah iklan yang menawarkan seminar atau penataran sangat menarik. Alasan mereka menjawab netral tidak pernah mendengar atau melihat iklan yang memuat seminar KAP.

- 4) KAP diperbolehkan menawarkan calon kliennya untuk mengikuti seminar tentang perubahan peraturan pajak.

**Tabel IV. 33**  
**Aturan beriklan dan penawaran jasa bagi KAP atas pernyataan no. 4**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	9	29	33	55
Setuju	20	65	21	35
Netral	2	6	6	10
Tidak Setuju	-	-	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 33, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi 20 orang atau 65% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 33 orang atau 55% menyatakan sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi maupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju KAP menawarkan calon kliennya mengikuti seminar tentang perubahan peraturan pajak.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka hal ini merupakan salah satu contoh bentuk penawaran yang digunakan KAP guna mendapatkan klien. Alasan mereka menjawab sangat setuju adalah iklan yang seperti ini akan menarik perhatian klien meskipun tidak bersifat merayu ataupun membujuk yang dapat merendahkan citra profesi. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka iklan yang menawarkan seminar tentang perubahan peraturan pajak tidak perlu dilakukan KAP.

Dilain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka iklan seminar akan menjadi kesempatan untuk berdiskusi dengan KAP. Alasan mereka menjawab setuju adalah dikarenakan mereka dapat mengenal lebih banyak akuntan publik. Alasan mereka menjawab netral karena mereka belum pernah melihat iklan seminar KAP.

- 5) KAP diperbolehkan memasang iklan di halaman kuning buku telepon.

**Tabel IV. 34**  
**Aturan beriklan dan penawaran jasa bagi KAP atas pernyataan no. 5**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	10	32	22	37
Setuju	20	65	28	46
Netral	1	3	10	17
Tidak Setuju	-	-	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 34, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi 20 orang atau 65% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 28 orang atau 46% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi maupun mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju KAP memasang iklan di halaman kuning buku telepon.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka penggunaan halaman kuning buku telepon sebagai media untuk beriklan yang bersifat pemberitahuan sebenarnya telah disepakati. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena iklan pada halaman kuning buku telepon diperbolehkan selama isi informasi tidak merendahkan citra profesi. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka beriklan pada halaman kuning buku telepon masih menjadi kontroversi hingga saat ini yaitu menyangkut isi informasi yang boleh dicantumkan pada halaman kuning buku telepon tersebut.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka halaman kuning buk telepon adalah sarana iklan yang banyak digunakan perusahaan termasuk KAP. Alasan mereka menjawab setuju karena iklan pada halaman kuning buku telepon akan banyak dilihat orang. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka beriklan pada

halaman kuning buku telepon salah satu cara yang efektif untuk beriklan bagi KAP.

d. Variabel Pengaruh Iklan bagi Profesi Akuntan Publik

- 1) KAP dapat membuat pernyataan bahwa jasa profesional spesifik sedang/akan diberikan dengan upah tertentu yang bisa naik dan calon kliennya tidak diberitahu kemungkinan ini.

**Tabel IV. 35**  
**Pengaruh iklan bagi profesi akuntan publik pernyataan no. 1**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	1	3	12	20
Setuju	12	39	42	70
Netral	-	-	6	10
Tidak Setuju	18	58	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 35, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi 18 orang atau 58% menyatakan tidak setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 42 orang atau 70% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa respon praktisi akuntansi dominan menyatakan tidak setuju sedangkan mahasiswa akuntansi dominan menyatakan setuju KAP membuat pernyataan bahwa jasa profesional spesifik sedang/akan diberikan dengan upah tertentu yang bisa naik dan calon kliennya tidak diberitahu kemungkinan ini.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menjawab tidak setuju karena bagi mereka membuat pernyataan bahwa jasa profesional spesifik sedang/akan diberikan dengan upah tertentu yang bisa naik dan calon kliennya tidak

diberitahu kemungkinan ini adalah salah satu iklan yang berisikan tidak jelas atau menyesatkan sehingga akan sangat mempengaruhi citra profesi akuntansi. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka iklan tersebut memaparkan aturan jelas tentang upah sehingga tidak akan terjadi kesalahpahaman dilai hari. Alasan mereka menyatakan setuju karena demi transparasi sehingga dapat melaksanakan tugasnya dengan baik.

Di lain pihak wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka membuat pernyataan bahwa jasa profesional spesifik sedang/akan diberikan dengan upah tertentu yang bisa naik dan calon kliennya tidak diberitahu kemungkinan ini adalah wajar. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka iklan tersebut memuat hal yang benar karena bersifat transparan. Alasan mereka menjawab netral karena mereka beranggapan tidak perlu memaparkan hal yang tidak perlu.

- 2) KAP diperbolehkan menawarkan jasanya secara tertulis kepada calon klien, walau tanpa permintaan dari calon klien yang bersangkutan.

**Tabel IV. 36**  
**Pengaruh iklan bagi profesi akuntan publik pernyataan no. 2**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	1	3	35	58
Setuju	3	10	16	27
Netral	9	29	9	15
Tidak Setuju	18	58	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 36, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi 18 orang atau 58% menyatakan tidak setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 35 orang atau 58% menyatakan sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa respon praktisi akuntansi dominan menyatakan tidak setuju sedangkan respon mahasiswa akuntansi dominan menyatakan KAP menawarkan jasanya secara tertulis kepada calon klien, walau tanpa permintaan dari calon klien yang bersangkutan.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menyatakan tidak setuju karena bagi mereka Akuntan Publik tidak diperbolehkan menawarkan jasanya secara tertulis kepada calon klien kecuali atas permintaan calon klien. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka penawaran yang menggunkan pemaksaan, desakan yang berlebihan atau hasutan dilarang oleh etika perilaku. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka salah satu cara beriklan adalah dengan menawarkan jasa secara tertulis agar mempermudah klien untuk memilih mana jasa yang akan ia gunakan. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka iklan seperti ini tidak sama sekali bertentangan dengan Etika Profesi.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menyatakan sangat setuju karena bagi mereka KAP berhak menawarkan jasanya secara tertulis meskipun tidak atas permintaan kliennya. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi



mereka ini adalah bentuk promosi dari KAP. Alasan mereka menjawab netral karena bagi mereka dengan beriklan melalui media elektronik atau cetak lebih efektif.

- 3) Iklan KAP dapat merendahkan citra profesi KAP.

**Tabel IV. 37**  
**Pengaruh iklan bagi profesi akuntan publik pernyataan no. 3**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	13	42	1	2
Setuju	17	3	15	15
Netral	-	-	-	-
Tidak Setuju	1	55	21	35
Sangat Tidak Setuju	-	-	23	38
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 37, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 17 orang atau 55% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 23 orang atau 38% menyatakan sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa respon praktisi akuntansi dominan menyatakan sangat setuju sedangkan respon mahasiswa akuntansi dominan menyatakan tidak setuju iklan dapat merendahkan citra profesi KAP.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka iklan yang merendahkan citra profesi adalah iklan yang bersifat palsu, menyesatkan, menipu, memaksa, berlebihan atau pelecehan. Alasan mereka menjawab setuju adalah iklan yang tidak sesuai aturan yang telah ditetapkan maka ditakutkan akan menyebabkan iklan tersebut merendahkan citra profesi. Alasan mereka menjawab tidak setuju

karena mereka tidak mengetahui bila iklan diperbolehkan sesuai peraturan yang ditetapkan.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menjawab sangat tidak setuju karena bagi mereka iklan tidak akan mempengaruhi profesi akuntan publik. Alasan mereka menjawab tidak setuju adalah selama iklan tidak merugikan semua pihak maka tidak akan mempengaruhi profesi akuntan tersebut. Alasan mereka menjawab setuju karena mereka beranggapan iklan akan membuat serang akuntan lebih diketahui banyak orang. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka salah satu faktor yang mempengaruhi profesi akuntan publik adalah beriklan.

- 4) Dengan diperbolehkan KAP untuk beriklan, akan meningkatkan persaingan antara sesama KAP.

**Tabel IV. 38**  
**Pengaruh iklan bagi profesi akuntan publik pernyataan no. 4**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	7	23	36	60
Setuju	22	71	15	25
Netral	2	6	-	-
Tidak Setuju	-	-	9	15
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 38, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi sebanyak 22 orang atau 71% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 36 orang atau 60% menyatakan sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik respon praktisi akuntansi maupun respon mahasiswa akuntansi dominan menyatakan

setuju dengan diperbolehkan KAP untuk beriklan, akan meningkatkan persaingan antara sesama KAP.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka peraturan-perturan yang mengizinkan penawaran jasa secara langsung dan pengiklanan tidak memiliki dampak signifikan pada keputusan penugasan dari klien. Alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka persaingan adalah hal yang wajar terjadi di era yang semakin globalisasi ini termasuk bagi KAP. Alasan mereka menjawab netral karena mereka merasa iklan tidak menyebabkan persaingan antara sesama KAP meningkat.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka salah satu tujuan iklan dilakukan agar dapat bersaing. Alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka persaingan sudah timbul sebelum KAP menggunakan iklan apalagi setelah menggunakan iklan, persaingan akan lebih ketat. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena mereka merasa iklan tidak menyebabkan persaingan antara sesama KAP.

- 5) Iklan yang digunakan KAP akan mengurangi independensi auditor.

**Tabel IV. 39**  
**Pengaruh iklan bagi profesi akuntan publik pernyataan no. 5**

<b>Pernyataan</b>	<b>Praktisi</b>	<b>%</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>%</b>
Sangat Setuju	5	16	3	5
Setuju	21	68	-	-
Netral	5	16	8	13
Tidak Setuju	-	-	24	40
Sangat Tidak Setuju	-	-	25	42
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan hasil kuisioner oleh penulis, 2012

Pada tabel IV. 39, dapat dilihat secara garis besar bahwa praktisi akuntansi 21 orang atau 68% menyatakan setuju, mahasiswa akuntansi sebanyak 25 orang atau 42% menyatakan sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa respon praktisi akuntansi dominan menyatakan setuju sedangkan respon mahasiswa akuntansi dominan menyatakan tidak setuju Iklan yang digunakan KAP akan mengurangi independensi auditor.

Dari hasil wawancara dengan praktisi akuntansi KAP, alasan mereka menjawab setuju karena bagi mereka setiap kebijakan yang ditetapkan akan menimbulkan pengaruh dalam kebijakan yang bersangkutan begitu pula dengan kebijakan beriklan bagi KAP. Alasan mereka menjawab sangat setuju adalah beriklan yang tidak sesuai dengan aturan yang berlaku maka akan mengurangi independensi auditor dalam melaksanakan tugasnya. Alasan mereka menjawab netral karena mereka ini ditakutkan akan menjadi masalah dikemudian hari.

Di lain pihak hasil wawancara dengan mahasiswa akuntansi, alasan mereka menjawab sangat setuju karena bagi mereka KAP adalah perusahaan yang independen maka lebih baik melakukan pendekatan secara personal kepada klien agar tidak mengurangi independensi. Alasan mereka menjawab netral karena mereka tidak mengetahui independensi auditor. Alasan mereka menjawab tidak setuju karena bagi mereka selama iklan tersebut tidak merugikan pihak KAP maka tidak akan mengurangi independensi auditor. Alasan mereka menjawab sangat tidak setuju karena bagi mereka iklan tidak akan mengurangi independensi auditor selam dilakukan dengan benar.

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa respon praktisi akuntansi sebagian besar setuju dengan manfaat iklan bagi KAP namun dengan tujuan yang jelas dan bukan untuk kepentingan kelompok. Sedangkan mahasiswa akuntansi sebagian merespon setuju namun dengan alasan setiap perusahaan selalu menggunakan iklan dalam bentuk apapun untuk mendapatkan klien yang pada kenyataannya KAP tidak, karena pada sesuai dengan aturan Kode Etik Akuntan Publik KAP hanya diperkenankan beriklan untuk mendapatkan klien sepanjang tidak merendahkan citra profesi.

Iklan yang tidak diperbolehkan menurut Interpretasi Aturan Etika nomor 502 paragraf 502.2, iklan yang tidak sesuai dengan fakta, menciptaka harapan yang berlebihan dan sebagainya. Praktisi



akuntansi sebagian besar mengetahui betul hal ini sedangkan mahasiswa akuntansi tidak mengetahui dengan baik karena mereka menganggap bahwa semua iklan atau media yang digunakan untuk beriklan dapat iklan dapat digunakan oleh KAP untuk beriklan.

Pada Aturan Etika nomor 502 telah memuat aturan kebijakan beriklan sehingga apabila tidak diperhatikan dalam beriklan maka dapat mengganggu citra profesi. Oleh karena itu praktisi akuntansi dan mahasiswa akuntansi harus memperhatikan terlebih dahulu sebelum apakah iklan yang digunakan KAP sudah sesuai aturan atau tidak.

Menurut *the malaysian accountant* begitu banyak dampak diperizinkannya beriklan bagi KAP diantaranya keraguan atas independensi auditor, persaingan antara KAP dan sebagainya. Dalam hal ini petunjuk cara dan hal-hal yang mencakup informasi periklanan KAP harus dijadikan pembatas agar lebih menjamin standar praktik yang tetap tinggi.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan tentang pemahaman mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi terhadap kebijakan beriklan bagi KAP, praktisi akuntansi dan mahasiswa akuntansi mempunyai pemahaman yang berbeda mengenai beriklan bagi KAP. Praktisi akuntansi lebih memahami kebijakan ini dibandingkan dengan mahasiswa. Hal ini dapat dikarenakan praktisi akuntansi lebih paham dengan aturan etika yang memuat tentang iklan KAP, sedangkan mahasiswa akuntansi tidak mempunyai pengetahuan, motivasi dan minat yang tinggi sehingga belum dapat memahami aturan etika khususnya yang mengatur tentang kebijakan iklan bagi KAP.

Mahasiswa akuntansi sebagian hanya setuju kebijakan beriklan bagi KAP, namun pada kenyataannya mereka cenderung tidak dapat membedakan mana iklan yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan bagi KAP, bagaimana pengaruhnya terhadap citra profesi seorang Akuntan Publik serta bagaimana penerapan iklan yang jelas agar tidak menimbulkan keragu-raguan untuk semua pihak.

#### **B. SARAN**

Dari kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis memberikan saran berdasarkan pendapat penulis bahwa KAP agar sedianya dapat menggunakan iklan sebagai salah satu sarana komunikasi dengan

berpegang pada aturan-aturan resmi mengenai kebijakan tersebut sehingga kebijakan tersebut dapat digunakan dan tidak menimbulkan keragu-raguan dalam praktiknya.

Mahasiswa akuntansi harus belajar untuk lebih memahami dengan baik mengenai kebijakan beriklan bagi KAP, sehingga dapat membedakan mana iklan yang sesuai dengan aturan dan tidak menimbulkan keragu-raguan dalam praktiknya.. Sekaligus agar sedianya berusaha untuk memperoleh pemahaman mengenai kebijakan beriklan bagi KAP, serta kepada FE UMP jurusan Akuntansi agar dapat mengevaluasi bagaimana mahasiswa dapat pemahaman dengan baik mengenai kebijakan- kebijakan yang megikat KAP termasuk kebijakan beriklan bagi KAP. Sebagai bagian dari akuntansi, praktisi akuntansi dan mahasiswa akuntansi sebaiknya memahami dengan benar mengenai kebijakan- kebijakan akuntansi termasuk kebijakan beriklan karena hal ini dapat bermanfaat baik bagi mahasiswa maupun praktisi selaku responden.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arleen Herawaty & Nicken Pestiana. 2010. Perbedaan Akuntan Publik dan Penggunaan Jasa Akuntan Publik terhadap Advertisi Jasa Akuntan Publik. **Jurnal Bisnis dan Akuntansi**, Vol 12, no.3, Desember 2010, hal 187-200.
- Berlian Nora Samosir. 2006. **Persepsi Mahasiswa Akuntansi dan Praktisi Akuntansi terhadap Kebijakan Beriklan bagi Kantor Akuntan Publik dalam Mendapatkan Klien**. FE-UNSRI, Skripsi tidak dipublikasikan.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2002. **Kamus Besar Bahasa Umum**. Balai Pustaka. Jakarta.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. **Kamus Lengkap Bahasa Indonesia**. Balai Pustaka. Jakarta.
- Ellya Beni & Yuskar. 2006. **Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi (PPAk)**. FE-USU, Skripsi dipublikasikan.
- Elvi. 2008. **Persepsi Dosen Akuntansi dan Mahasiswa Akuntansi terhadap Advertensi Jasa Akuntan Publik (Survei di Universitas se- Surakarta)**. FE-UMS, Skripsi dipublikasikan.
- Em Zul, Fajri & Ratu Aprilia Senja. 2008. **Pondasi Bangsa yang kuat adalah memberikan Ilmu yang bermanfaat bagi Calon Pemimpin Bangsa**, (online), (<http://ian43.wordpress.com/2010/12/17/pengertian-pemahaman>).
- Ensiklopedia. 2008. **Defenisi Pengetahuan**, (online), (<http://id.wikipedia.org/wiki/Informasi>).
- Nur Indriantoro & Bambang Supomo. 2009. **Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen**. Edisi 1. Cetakan Ketiga, Penerbit-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia Komptemen Akuntan Publik. 2001. **Standar Profesional Akuntan Publik**, Salemba Empat. Jakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia Komptemen Akuntan Publik. 2008. **Standar Profesional Akuntan Publik**, (online), ([http://id.wikisource.org/wiki/Aturan\\_Etika\\_Kompartemen\\_Akuntan\\_Publik\\_Ikatan\\_Akuntan\\_Indonesia](http://id.wikisource.org/wiki/Aturan_Etika_Kompartemen_Akuntan_Publik_Ikatan_Akuntan_Indonesia)
- Masli, RTS. 2000. **Dunia Usaha Periklanan dalam Menunjang Profesi Akuntansi**. Seminar sehari. Hal.1

- Peraturan Menteri Keuangan. 2008. **Jasa Akuntan Publik**, (online), <http://www.scribd.com/doc/3974845/PMK-No-17-PMK-012008-tentang-Jasa-Akuntan-Publik>.
- Prabowo & Tommy. 2001. Akuntan Beriklan, Efektifkah? **Media Akuntansi**. (online), ([http://usu.ac.id/jurnal\\_akuntansi.html](http://usu.ac.id/jurnal_akuntansi.html).) diakses 22 November 2011.
- Sudjana & Nana. 2000. **Penelitian Hasil Profesi Belajar Mengajar**. PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Sugiyono. 2009. **Metode Penelitian Bisnis**. Cetakan Keempat Belas, Penerbit CV. ALFABETA. Bandung.
- The Malaysian Accountant. **Dampak Atas diizinkannya Pengiklanan dan Penawaran Diri Secara Langsung**. artikel Media Akuntansi. No 11.2000.
- Undang-undang Republik Indonesia No.5 2011. **UU Tentang Akuntan Publik**. Jakarta.
- Undang-undang Republik Indonesia No. 32. 2002. **Tentang Penyiaran**. Jakarta
- Widyastuti, Suryaningsum & Juliana. 2004. **Pengaruh Motivasi terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi**. Simposium Nasional Akuntansi VII.

## Kuisisioner penelitian

### Pemahaman Mahasiswa Akuntansi dan Praktisi Akuntansi Terhadap Kebijakan Beriklan bagi Kantor Akuntan Publik ( Studi Kasus FE UMP dan KAP Kota Palembang )

#### I. UMUM ( beri tanda $\surd$ untuk jawaban anda )

##### 1. Pertanyaan untuk mahasiswa:

a. Sedang/ sudah mengambil mata kuliah audit ?

Ya

Tidak

b. Menurut anda apakah kebijakan beriklan bagi Kantor Akuntan Publik pernah diajarkan dalam mata kuliah audit?

Ya

Tidak

##### 2. Pertanyaan untuk staf Kantor Akuntan Publik:

a. Berapa lama anda telah bekerja pada kantor akuntan publik tempat anda bekerja sekarang?

< 1 tahun

1 s/d 5 tahun

5 s/d 10 tahun

> 10 tahun

b. Berapa jumlah staf di kantor akuntan publik tempat anda bekerja ?

< 3 orang

3 s/d 10 orang

> 10 orang

c. Apakah KAP tempat anda bekerja pernah membuat iklan tentang KAP anda?

Ya

tidak

#### II. Pertanyaan mengenai judul. Mohon diisi dengan objektif.

A. Berikan tanda (  $\surd$  ) pada tempat tersedia dan mohon anda menjawab dengan objektif.

Ctt : SS = sangat setuju

S = setuju

N = netral

TS = tidak setuju

STS = sangat tidak setuju

### Kuisisioner 1

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	<b>Variabel : Pemahaman</b>					
	<b>Indikator : Pengetahuan</b>					
1.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi mempunyai pengetahuan tentang Kode Etik Akuntan Publik dengan baik					
2.	Mahasiswa akuntansi dan Praktisi akuntansi wajib memahami Kode Etik Akuntan Publik dengan baik					
3.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi mengetahui semua peraturan yang memuat kebijakan beriklan bagi KAP					
4.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi harus mengetahui jenis-jenis iklan yang diperbolehkan atau tidak diperbolehkan bagi KAP					
5.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi mengetahui iklan akan mempengaruhi profesi akuntan publik					
	<b>Indikator : Motivasi</b>					
1.	Praktisi akuntansi perlu mengadakan sosialisasi untuk meningkatkan motivasi mahasiswa akuntansi dalam memahami kebijakan beriklan bagi KAP					
2.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi perlu mengikuti seminar-seminar yang diadakan KAP					
3.	Dengan mengikuti seminar-seminar yang diadakan KAP, mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi akan lebih termotivasi untuk memahami tentang kebijakan beriklan bagi KAP					
4.	Mahasiswa akuntansi dan dapat langsung datang ke KAP untuk menanyakan kepada praktisi akuntansi masalah kebijakan beriklan bagi KAP itu sendiri.					
5.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi dapat menggunakan sarana teknologi untuk mengetahui kebijakan beriklan bagi KAP, seperti : internet, dsb.					
	<b>Indikator : Minat</b>					
1.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi perlu mengadakan forum untuk membahas Kode Etik Akuntan Publik khususnya kebijakan beriklan bagi KAP.					
2.	Penyebab kurangnya minat untuk memahami kebijakan beriklan bagi KAP adalah keinginan untuk mengetahui dan mengamati yang kurang.					
3.	Kurangnya keinginan untuk mengetahui dan mengamati kebijakan tersebut yaitu karena menganggap hal ini tidak begitu penting.					
4.	Mahasiswa akuntansi dan praktisi akuntansi tidak mempunyai waktu banyak untuk memperhatikan					

	atau melakukan pengamatan terhadap kebijakan beriklan bagi KAP.					
5.	kurangnya minat untuk memahami kebijakan ini karena beranggapan terlalu sulit untuk dipahami.					

### Kuisisioner 2

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	<b>Variabel : Kebijakan beriklan bagi KAP</b>					
	<b>Indikator : Manfaat iklan</b>					
1.	Kantor akuntan publik dapat menggunakan iklan sebagai upaya untuk mendapatkan klien.					
2.	KAP dalam mendapatkan klien harus menggunakan iklan demi kelangsungan perusahaannya.					
3.	KAP menggunakan iklan selain untuk mendapatkan klien juga untuk membangun identitas KAP itu sendiri.					
4.	KAP yang menggunakan iklan lebih banyak mendapatkan klien untuk menggunakan jasanya.					
5.	Iklan merupakan hal yang sangat penting bagi KAP dalam meningkatkan klien yang ingin menggunakan jasanya.					
	<b>Indikator : Jenis – jenis iklan</b>					
1.	KAP boleh menggunakan iklan yang berisikan pemberitahuan pindah alamat, nomor telepon, no fax, dan telex.					
2.	Dalam iklannya, KAP boleh memaparkan nama, alamat, nomor telepon dan jasa yang ditawarkan oleh KAP tersebut.					
3.	Dalam iklannya, KAP boleh menggunakan bahasa yang bersifat membujuk agar klien lebih tertarik untuk menggunakan jasanya.					
4.	Jenis iklan yang digunakan KAP akan menonjolkan perbedaan kualitas dengan KAP lainnya.					
5.	KAP yang menggunakan iklan melalui media Elektronik akan lebih unggul dalam persaingan daripada yang menggunakan media cetak.					
	<b>Indikator : Aturan beriklan dan penawaran jasa bagi KAP</b>					
1.	KAP diperbolehkan menggunakan iklan untuk merekrut pegawai dan staf untuk kantornya sendiri maupun untuk langganannya.					
2.	KAP diperbolehkan memasang iklan untuk menjual perusahaan atau asset langganan KAP dalam kapasitas profesinya yang bertindak sebagai likuidator.					
3.	KAP diperbolehkan memasang iklan untuk menawarkan seminar dan penataran bagi masyarakat umum, kecuali yang diselenggarakan gratis.					

4.	KAP diperbolehkan menawarkan calon kliennya untuk mengikuti seminar tentang perubahan peraturan pajak.					
5.	KAP diperbolehkan memasang iklan di halaman kuning buku telepon.					
	<b>Indikator : Pengaruh iklan bagi profesi akuntan publik</b>					
1.	KAP dapat membuat pernyataan bahwa jasa profesional spesifik sedang/akan diberikan dengan upah tertentu yang bisa naik dan calon kliennya tidak diberitahu kemungkinan ini.					
2.	KAP diperbolehkan menawarkan jasanya secara tertulis kepada calon klien, walau tanpa permintaan dari calon klien yang bersangkutan.					
3.	Iklan KAP dapat merendahkan citra profesi KAP.					
4.	Dengan diperbolehkan KAP untuk beriklan, akan meningkatkan persaingan antara sesama KAP.					
5.	Iklan yang digunakan KAP akan mengurangi independensi auditor.					

**B. Berikan tanda ( √ ) pada tempat tersedia dan mohon anda menjawab dengan objektif.**

- Tahukah anda bahwa selain menggunakan majalah profesi, kantor akuntan publik dapat menggunakan media lain untuk beriklan sejauh tidak bertentangan dengan etika profesi ?  
 Ya                       tidak
- Menurut anda, media yang paling tepat dan dapat diterima ( tidak bertentangan dengan etika profesi ) untuk beriklan bagi kantor akuntan publik:  
 Majalah Profesi ( seperti : media akuntansi )  
 Surat Kabar  
 Surat Langsung  
 Televisi  
 Halaman Kuning Buku Telepon  
 Radio  
 Majalah Umum  
 Internet

Terima kasih atas kesediaan anda mengisi.



# UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

## FAKULTAS EKONOMI

**JURUSAN**

JURUSAN MANAJEMEN (SI)  
 JURUSAN AKUNTANSI (SI)  
 MANAJEMEN PEMASARAN (SI)

**IZIN PENYELENGGARAAN**

No. 3619/DITK-III/2011  
 No. 7620/DITK-III/2010  
 No. 4077/DITK-III/2009

**AKREDITASI**

No. 01P/BAN-001/2010/000001 (B)  
 No. 04A/BAN-001/2011/000001 (B)  
 No. 03.1/52/2011/000001/000001 (B)

Alamat: Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu (0211) 511433 Faximile: (0211) 518018 E-mail: [um-palembang@um-palembang.ac.id](mailto:um-palembang@um-palembang.ac.id)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Hari/Tanggal Ujian : Rabu, 29 Februari 2012  
 Waktu Ujian : 13.00 WIB  
 Nama Mahasiswa : Senawati  
 NIM : 22 2008 081  
 Program Studi : Akuntansi  
 Mata Kuliah Pokok : Pemeriksaan Akuntansi  
 Judul Skripsi : Pemahaman Mahasiswa Akuntansi dan Praktisi Akuntansi Terhadap Kebijakan Beriklan bagi Kantor Akuntan Publik (Studi Kasus FE UMP dan KAP Kota Palembang)

### TELAH DIPERBAIKI DAN DISETUJUI OLEH TIM PENGUJI SERTA PEMBIMBING SKRIPSI SEHINGGA DIPERKENANKAN UNTUK MENDAFTAR WISUDA

NO	NAMA DOSEN	JABATAN	TGL PERSETUJUAN	TANDA TANGAN
1	Betri Sirajuddin, S.E., Ak., M.Si	Pembimbing	13 / 3 / 2012	
2	Betri Sirajuddin, S.E., Ak., M.Si	Ketua Penguji	13 / 3 / 2012	
3	M. Orba Kurniawan, S.E., S.H., M.Si	Anggota Penguji 1	12 / 3 / 2012	
4	Muhammad Fahmi, S.E., M.Si	Anggota Penguji 2	10 / 3 / 2012	

Palembang,           Maret 2012  
 An. Dekan  
 Ketua Program Studi Akuntansi



**Drs. Sunardi, S.E., M.Si.**  
 NIDN : 0206046303



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# KARTU AKTIVITAS BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : **Sonawati**

PEMBIMBING

NIM : **22 2008 081**

KETUA : **Betri, S.E., Ak., M.Si**

JURUSAN : **AKUNTANSI**

ANGGOTA :

JUDUL SKRIPSI : **PEMAHAMAN MAHASISWA AKUNTANSI DAN PRAKTIKI AKUNTANSI TERHADAP KEBIJAKAN BERIKLAN BAGI KANTOR AKUNTAN PUBLIK (STUDI KASUS FE UMP DAN KAP KOTA PALEMBANG)**

NO.	TGL/BL/TH KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING		KETERANGAN
			KETUA	ANGGOTA	
1	20/12	Bab 1 s/d 3	<i>[Signature]</i>		metode
2					Tabel Long
3	25/12	Bab 1 s/d 3	<i>[Signature]</i>		methods; paper
4					
5	27/12	Bab 1 s/d 3	<i>[Signature]</i>		What, About meeting
6					
7	30/12	Bab 1 s/d 5	<i>[Signature]</i>		Aec
8					
9	5/1	Bab 1 s/d 5	<i>[Signature]</i>		Analisa de proyek
10	6/1	Bab 1 s/d 5	<i>[Signature]</i>		Ahun de proyek
11					
12	18/1	Bab 1 s/d 5	<i>[Signature]</i>		Aec
13					
14	20/1	Abstrak + Bab 5	<i>[Signature]</i>		metode
15	16/2	Abstrak	<i>[Signature]</i>		Aec
16					

### CATATAN

Mahasiswa diberikan waktu menyelesaikan Skripsi, 6 bulan terhitung sejak tanggal ditetapkan

Di keluarkan di : Palembang

Pada tanggal : / /

a.n. Dekan,  
Ketua Jurusan,



Drs. Sunardi, S.E., M.Si



# UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

## FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN	IZIN PENYELENGGARAAN	AKREDITASI
JURUSAN MANAJEMEN INFORMATIKA	SIK (SIK-01) 10/2007	SIK (SIK-01) 10/2007
JURUSAN AKUNTANSI	SIK (SIK-01) 10/2007	SIK (SIK-01) 10/2007
MATAKULIAH AKUNTANSI	SIK (SIK-01) 10/2007	SIK (SIK-01) 10/2007

Alamat: Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 10114331 Palembang, Sumatera Selatan 30261



### **SURAT KETERANGAN**

Nomor: 387/G-17/FE-UMP/II/2012

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **Senawati**  
 NIM : **22 2008 081**  
 Jurusan : **Akuntansi**  
 Matakuliah : **Pemeriksaan Akuntansi**

Adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang, yang telah menyelesaikan Riset pada **Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang, dengan judul skripsi :**

***Pemahaman Mahasiswa Akuntansi Dan Praktisi Akuntansi Terhadap Kebijakan Beriklan Bagi Kantor Publik (Study Kasus FE-UMP Dan KAP Kota Palembang)***

surat keterangan ini diberikan atas permintaan sendiri, untuk dipergunakan sebagai persyaratan **Administrasi Ujian Komprehensif**.

Demikianlah agar yang bersangkutan dan yang berkepentingan dapat mempergunakan seperlunya.

Palembang, 01 Robiul Akhir 1433 H  
 23 Februari 2012 M

Hormat Kami,  
 Dekan  
 U.b. Kepala Tata Usaha



**Arvana, S.Pd**  
 NIMB: 859185

Z:\K S B UTR\SSURAT KET SELESAI RISET di FE - UMP.doc

**Tanzil Djunaidi & Eddy**  
**Registered Public Accountants**

Jl. DR. M. Isa No. 1117  
Palembang 30114

**SURAT KETERANGAN**

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : Tanzil Djunaidi & Eddy  
Jabatan : Pimpinan  
Nama KAP : KAP Tanzil Djunaidi & Eddy  
Alamat Perusahaan : Jl. DR. M. Isa No. 1117 Palembang 30114

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Senawati  
Nim : 22 2008 081  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi  
Universitas Muhammadiyah Palembang

Disetujui untuk melakukan riset pada Kantor Akuntan Publik kami. Demikianlah surat keterangan ini kami buat sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,

KAP Tanzil Djunaidi & Eddy

  
( Heroy Djunaidi )



**Drs. Said. MGB**

**Registered Public Accountants**

Jl. Sukatani No. 160 RT. 18 RW. 09

Palembang

**SURAT KETERANGAN**

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : Drs. Said. MGB  
Jabatan : Pimpinan  
Nama KAP : KAP Drs. Said.MGB  
Alamat Perusahaan : Jl. Sukatani No. 160 RT. 18 RW. 09 Palembang

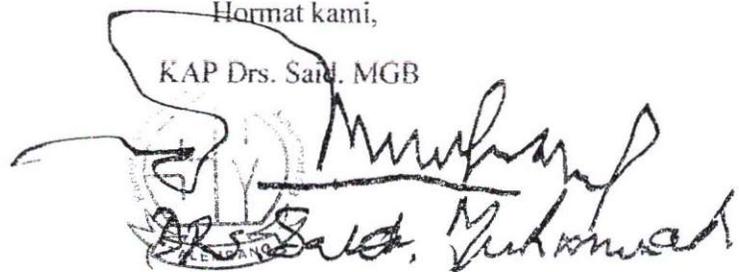
Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Senawati  
Nim : 22 2008 081  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi  
Universitas Muhammadiyah Palembang

Disetujui untuk melakukan riset pada Kantor Akuntan Publik kami. Demikianlah surat keterangan ini kami buat sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,

KAP Drs. Said. MGB



**Drs. Achmad Djunaidi B**

**Registered Public Accountants**

Jl. Letkol Iskandar No. 679

Palembang 30124

**SURAT KETERANGAN**

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : Drs. Achmad Djunaidi B  
Jabatan : Pimpinan  
Nama KAP : KAP Drs. Achmad Djunaidi B  
Alamat Perusahaan : Jl. Letkol Iskandar No. 679 Palembang 30124

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Senawati  
Nim : 22 2008 081  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi  
Universitas Muhammadiyah Palembang

Disetujui untuk melakukan riset pada Kantor Akuntan Publik kami. Demikianlah surat keterangan ini kami buat sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,

KAP Drs. Achmad Djunaidi B



**EL. Tobing & Rekan**

**Registered Public Accountants**

Jl. MP. Mangkunegara No. 41

Palembang

**SURAT KETERANGAN**

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : EL. Tobing & Rekan  
Jabatan : Pimpinan  
Nama KAP : KAP EL. Tobing & Rekan  
Alamat Perusahaan : Jl. MP. Mangkunegara No. 41 Palembang

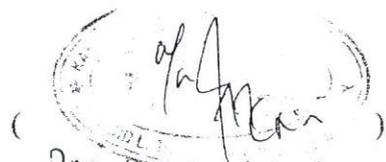
Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Senawati  
Nim : 22 2008 081  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi  
Universitas Muhammadiyah Palembang

Disetujui untuk melakukan riset pada Kantor Akuntan Publik kami. Demikianlah surat keterangan ini kami buat sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,

KAP EL. Tobing & Rekan

  
Drs. Madilah Bohori, CPA

**Drs. Achmad Rifai dan Bunyamin**

**Registered Public Accountants**

Jl. Candi Angkoso/Veteran No. 324 F

Palembang 30126

**SURAT KETERANGAN**

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : Drs. Achmad Rifai dan Bunyamin  
Jabatan : Pimpinan  
Nama KAP : KAP Drs. Achmad Rifai dan Bunyamin  
Alamat Perusahaan : Jl. Candi Angkoso/Veteran No. 324 F Palembang

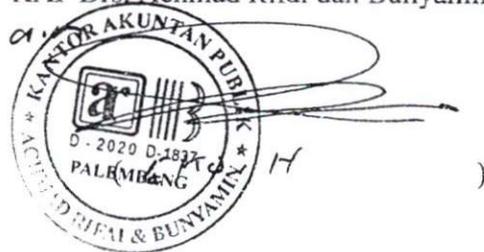
Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Senawati  
Nim : 22 2008 081  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi  
Universitas Muhammadiyah Palembang

Disetujui untuk  melakukan riset pada Kantor Akuntan Publik kami. Demikianlah surat keterangan ini kami buat sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,

KAP Drs. Achmad Rifai dan Bunyamin



**Drs. Muhammad Zen & Rekan**

**Registered Public Accountants**

Jl. Slamet Riyadi No. 267

Palembang

**SURAT KETERANGAN**

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : Drs. Muhammad Zen & Rekan  
Jabatan : Pimpinan  
Nama KAP : KAP Drs. Muhammad Zen & Rekan  
Alamat Perusahaan : Jl. Slamet Riyadi No. 267 Palembang

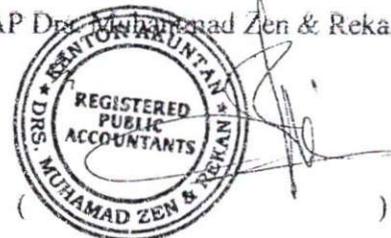
Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Senawati  
Nim : 22 2008 081  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi  
Universitas Muhammadiyah Palembang

Disetujui untuk melakukan riset pada Kantor Akuntan Publik kami. Demikianlah surat keterangan ini kami buat sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,

KAP Drs. Muhammad Zen & Rekan



**Drs. Achmad Nuroni**

**Registered Public Accountants**

Jl. Sapta Marga No. 67

Palembang

**SURAT KETERANGAN**

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : Drs. Achmad Nuroni  
Jabatan : Pimpinan  
Nama KAP : KAP Drs. Achmad Nuroni  
Alamat Perusahaan : Jl. Sapta Marga No. 67 Palembang

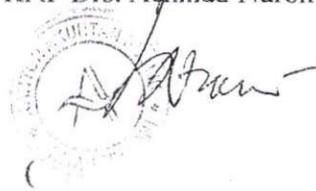
Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Senawati  
Nim : 22 2008 081  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi  
Universitas Muhammadiyah Palembang

Disetujui untuk melakukan riset pada Kantor Akuntan Publik kami. Demikianlah surat keterangan ini kami buat sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,

KAP Drs. Achmad Nuroni



## **BIODATA PENULIS**

Nama : **Senawati**  
NIM : 22. 2008. 081  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Akuntansi  
Tempat & Tanggal Lahir : Palembang, 12 Desember 1988  
Alamat : JL. AKBP. H. Umar No. 15. RT.03 KM. 4,5  
Kelurahan Ario Kemuning, Kecamatan Kemuning  
Palembang.  
Nomor Telepon : +6285380747944  
E-mail : senawati11@yahoo.com  
Nama Orang Tua  
1. Ayah : Zainuddin  
2. Ibu : Warsem  
Pekerjaan Orang Tua  
1. Ayah : Swasta  
2. Ibu : Ibu Rumah Tangga

Palembang, 28 Maret 2012

Senawati