

BAB II

DASAR TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan adalah hubungan dimana seseorang atau sekelompok orang sebagai prinsipal mempekerjakan layanan orang lain selaku agen untuk melakukan aktivitas-aktivitas mewakili mereka (Rankin, *et al.*, 2018). Menurut Mitchell dan Maccheam (2011), teori agensi menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara satu pihak prinsipal yang menunjuk tugas dan keputusan tertentu pada pihak lain sebagai agen. Selain itu menurut Jensen dan Meckling (1976), mengatakan bahwa teori keagenan merupakan suatu kontrak dimana satu orang atau lebih melibatkan orang lain sebagai agen untuk melakukan pelayanan yang melibatkan pendelegasian beberapa pengambilan keputusan kepada agen. Masalah yang muncul dari faktor ini adalah ketika manajer memiliki kesempatan untuk bertindak ke arah pemenuhan kepentingan pribadi diatas kepentingan para pemegang saham.

Masalah yang muncul ini disebut dengan masalah keagenan. Salah satu dari masalah keagenan ini adalah adanya asimetri informasi. Asimetri Informasi menurut Rankin, *et al.* (2018) adalah

“hasil dari manajer memiliki peluang lebih dibandingkan investor dan pihak terkait lainnya karena manajer memiliki informasi yang lebih tentang prospek entitas masa kini dan masa mendatang, dan dapat memilih kapan dan bagaimana menyebarkan informasi ini.”

Masalah ini menjadi sangat merugikan bagi pihak prinsipal karena keterbatasan mereka tidak terlibat langsung dalam perusahaan untuk mengetahui fakta seputar perusahaan sedangkan mereka sangat membutuhkan data dari fakta tersebut untuk mengambil keputusan bisnis. Selain itu, keterbatasan akses informasi ini adalah mereka tidak bisa secara langsung mengetahui tindak kecurangan yang mungkin dilakukan oleh manajemen atau agen dalam perusahaan tersebut. Sehingga diperlukan laporan keuangan yang lebih kredibel sehingga bisa mengatasi masalah keagenan ini yaitu melalui jasa audit.

Dari penjelasan diatas terkait teori keagenan, sangat penting adanya jasa audit dalam mengatasi masalah keagenan yang ada ini. Jasa audit dapat mengurangi masalah keagenan sebagai pengurang asimetri informasi yang ada. Dalam menerima jasa audit maka pemberi jasa akan menerima imbalan dalam bentuk *audit fee* yang merupakan salah satu biaya keagenan.

2.2. Audit Fee

Imbalan jasa audit merupakan imbalan yang diberikan atas jasa audit oleh Kantor Akuntan Publik (KAP). Kebijakan dalam menentukan imbalan jasa antara lain tarif yang diberikan sesuai besaran imbalan jasa standar dihitung per-jam atau *hour charge out rate* kepada auditor sesuai tingkatan staf pada auditor (IAPI No. 2 Tahun 2016). Imbalan jasa ini diberikan atas jasa berupa pemberian opini auditor independen seputar

laporan keuangan yang diterbitkan oleh klien. Jasa audit yang diberikan akan sesuai dengan kode etik dan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Selain itu, Peraturan Pengurus Nomor 2 Tahun 2016 tentang Penentuan Imbalan Jasa Audit yang diterbitkan oleh Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI) menetapkan kebijakan bahwa rekan akuntan publik pada Kantor Akuntan Publik (KAP) harus menetapkan kebijakan mendasar seputar perhitungan *audit fee*. Ketentuan ini mencakup:

1. Besarnya tarif imbalan jasa standar per jam untuk masing-masing tingkatan staf auditor.
2. Kebijakan penentuan harga untuk penentuan harga yang berbeda dari tarif imbalan jasa standar.
3. Metode penentuan jumlah keseluruhan imbalan jasa yang akan ditagihkan kepada entitas yang dituangkan dalam suatu surat perikatan.

Selain itu, ada beberapa pertimbangan dalam menetapkan *audit fee*. Pertimbangan ini mencakup:

1. Kebutuhan klien dan ruang lingkup pekerjaan;
2. Waktu yang dibutuhkan dalam setiap tahun audit.
3. Tugas dan tanggung jawab menurut hukum (*statutory duties*);

4. Tingkat keahlian (*levels of expertise*) dan tanggung jawab yang melekat pada pekerjaan yang dilakukan;
5. Tingkat kompleksitas pekerjaan;
6. Jumlah personel dan banyaknya waktu yang diperlukan dan secara efektif digunakan oleh anggota dan stafnya untuk menyelesaikan pekerjaan;
7. Sistem pengendalian mutu kantor; dan
8. Basis penetapan imbalan jasa yang disepakati.

Selain itu, Peraturan Pengurus Nomor 2 Tahun 2016 yang diterbitkan oleh Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI) menentukan bahwa besaran *audit fee* harus ditentukan dengan dasar negosiasi pihak perusahaan klien dan akuntan publik. Imbalan ini harus sesuai dengan jasa yang diberikan oleh akuntan publik. *audit fee* bersifat *voluntary disclosure* atau pengungkapan sukarela sehingga entitas bebas untuk membagi informasi seputar *audit fee* kepada umum.

Di dalam *audit fee* sendiri terdapat sebuah fenomena yang disebut dengan *audit fee premium*. Menurut Campa (2013), *audit fee premium* dibayarkan karena hubungan dengan struktur oligopolistik dari pasar audit. *Audit fee* sendiri ada diantara KAP yang berafiliasi dengan perusahaan *Big 4* dan KAP yang tidak berafiliasi dengan perusahaan *Big 4*. Terdapat *fee premium* dimana *audit fee* yang dibayarkan kepada KAP yang berafiliasi dengan perusahaan *Big 4* lebih besar dibandingkan dengan yang tidak

berafiliasi. Hal ini disebabkan oleh kekuatan nama dari afiliasi dengan perusahaan empat besar yang menyebabkan pembayaran *fee* yang lebih banyak (*fee premium*). Dalam penelitian ini, pengukuran akan dibahas pada uji sensitivitas dimana data akan dihitung menggunakan uji independent t.

2.3. Afiliasi KAP

Arens, *et al.* (2010) mengungkapkan bahwa KAP dapat dibagi menjadi KAP *Big 4* dan non-*Big 4*, serta menggambarkan ukurannya berdasarkan jumlah tenaga profesional yang dimilikinya, kantor cabang, serta keuntungan tahunan KAP. Selanjutnya, Arens, *et al.* (2015) menjelaskan bahwa terdapat empat kategori KAP, yaitu Kantor Akuntan Publik (KAP) *Big 4*, kantor nasional, kantor regional, kantor lokal yang besar, dan kantor lokal yang kecil. Kantor Akuntan Publik (KAP) yang termasuk dalam *Big 4* identik dengan KAP besar sedangkan yang tidak termasuk dalam *Big 4* identik dengan KAP kecil.

Kantor Akuntan Publik (KAP) yang besar atau termasuk dalam *Big 4* terdiri dari:

1. Ernst and Young yang berafiliasi dengan KAP Purwantono, Suherman, dan Surja
2. Pricewaterhouse Coopers yang berafiliasi dengan KAP Tanudiredja, Wibisana, Rintis, & Rekan

3. KPMG International yang berafiliasi dengan KAP Siddharta Widjaja & Rekan
4. Deloitte Touche Tohmatsu yang berafiliasi dengan KAP Satrio Bing Eny & Rekan

KAP yang melakukan afiliasi dengan perusahaan *Big 4* dapat disebut KAP yang besar di Indonesia. Menurut Mulyadi (2002), KAP *Big 4* cenderung memiliki tenaga spesialis yang menyerahkan laporan keuangan pada perusahaan. Spesialisasi tenaga yang ditawarkan oleh auditor yang berafiliasi dengan *Big 4* menunjukkan adanya keahlian serta kompetensi dari auditor sehingga berpengaruh atas proses audit dalam perusahaan tersebut.

Kantor Akuntan Publik (KAP) *Big 4* menyediakan jasa audit bagi perusahaan-perusahaan di seluruh dunia. Tidak hanya perusahaan besar, namun KAP *Big 4* juga memberikan jasa kepada perusahaan kecil. Dalam penelitian ini, indikator pengukuran afiliasi KAP menggunakan *dummy* dengan melihat apakah KAP termasuk dalam afiliasi KAP *Big 4* (1) atau tidak (0), mengacu pada penelitian Campa (2013).

2.4. Tingkat Solvabilitas/Rasio *Leverage*

Atmaja (2008), mengungkapkan bahwa terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi nilai dari perusahaan seperti tingkat *leverage* sebuah perusahaan. Menurut Van Horne (1997), *Financial Leverage* merupakan penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap dengan harapan akan memberikan keuntungan pemegang

saham yang lebih. Weston dan Copeland (1992) menjelaskan *leverage* atau tingkat solvabilitas untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dibanding modal perusahaan itu sendiri. Oleh sebab itu, penggunaan *leverage* sebagai sumber pendanaan harus dipertimbangkan serta digunakan dengan bijak sehingga dapat menghasilkan keuntungan lebih.

Dalam penelitian ini, indikator pengukur rasio *leverage* menggunakan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER). Menurut Van Horne (2012), rasio *Debt to Equity Ratio* (DER) dihitung dengan membagi total uang perusahaan termasuk liabilitas jangka pendek dengan ekuitas para pemegang saham. Semakin tinggi rasio ini dapat menunjukkan bahwa perusahaan menghadapi risiko kerugian yang lebih besar. Indikator *Debt to Equity Ratio* tersebut mengacu pada penelitian Campa (2013) yang menggunakan rasio:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2.5. Kerugian Perusahaan

Perusahaan disebut merugi bila perusahaan memiliki biaya yang lebih besar dibandingkan dengan pendapatan pada periode akunting. Kerugian ini disebabkan karena perusahaan memiliki pengeluaran lebih besar dibandingkan dengan pendapatannya. Kerugian perusahaan ini menjadi bagian dari kompleksitas proses audit karena kerugian dapat berarti banyak hal sehingga berdampak pada *audit fee*.

Penelitian ini menggunakan *dummy* yang mengacu dari penelitian oleh Campa (2013) dimana bila perusahaan mengalami kerugian maka dinilai 1 dan 0 untuk sebaliknya.

2.6. Kompleksitas Perusahaan (*Inventories and Receivable to Total Assets*)

Kompleksitas perusahaan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam pemberian jasa audit. Semakin kompleks perusahaan maka semakin tinggi juga risiko yang dihadapi oleh perusahaan. Nelson dan Mohamed-Rusdi (2015) mengungkapkan bahwa kompleksitas perusahaan mengacu pada segala sesuatu yang berkaitan dengan perusahaan dan menyebabkan proses audit menjadi lebih panjang karena kesulitan atau kerumitan proses audit pada perusahaan. Kompleksitas perusahaan diproksikan dengan rasio *Inventories and Receivable to Total Assets Ratio* mengacu pada penelitian Campa (2013) yang menggunakan rasio sebagai berikut:

$$\text{Inventories and Receivable to Total Assets Ratio} = \frac{\text{Jumlah Persediaan dan Piutang}}{\text{Total Aset}}$$

2.7. *Quick Ratio*

Menurut Kasmir (2016), *Quick Ratio* atau rasio uji cepat berfungsi untuk menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam membayar kewajiban seperti kewajiban jangka pendek dengan menggunakan aktiva lancar tanpa menghitung nilai persediaan perusahaan. *Quick Ratio* digunakan untuk mengukur pemenuhan kewajiban

jangka pendek perusahaan. *Quick Ratio* ini mengacu pada penelitian Campa (2013) yang menggunakan rasio:

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Current Asset} - \text{Inventory}}{\text{Current Liabilities}}$$

2.8. Hubungan Antar Variabel

2.8.1. Afiliasi KAP Terhadap *Audit Fee*

Salah satu faktor yang memengaruhi *audit fee* adalah Kantor Akuntan Publik (KAP) yang melakukan audit pada laporan keuangan suatu perusahaan. Kantor Akuntan Publik (KAP) yang baik akan menghasilkan kualitas jasa audit yang baik pula. Menurut DeAngelo (1981), Kualitas audit yang ditawarkan dinilai relatif dari ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP) pemberi jasa audit. Kantor Akuntan Publik (KAP) yang berafiliasi dengan *Big 4* dinilai sebagai penyedia kualitas yang tinggi serta memiliki reputasi yang tinggi di lingkungan bisnis, maka KAP yang berafiliasi dengan *Big 4* akan berusaha untuk mempertahankan independensi untuk menjaga citra perusahaan mereka (DeAngelo, 1981).

Selain itu O'Keefe dan Westort (1992), menemukan bahwa Kantor Akuntan Publik (KAP) yang berafiliasi dengan *Big 4* dapat memberikan jasa audit yang lebih baik karena memiliki tingkat karyawan yang terlibat lebih besar, latar belakang tim audit yang lebih luas, serta menawarkan tingkat keahlian, kompetensi, dan

pendidikan profesional yang lebih tinggi. Sehingga tidak heran apabila banyak yang menaruh kepercayaan besar pada kepada empat perusahaan akuntan publik ini dalam melakukan koreksi laporan perusahaannya. Dimana hanya ada sedikit Kantor Akuntan Publik besar yang dapat dipercaya dan dinilai memberikan kualitas baik sehingga tentunya akan berpengaruh atas imbalan jasa audit dari Kantor Akuntan Publik tersebut. Selain itu, terdapat faktor dimana jumlah Kantor Akuntan Publik besar yang terdiri dari empat Kantor Akuntan Publik ini cenderung menguatkan kekuatan pasar dari masing-masing Kantor Akuntan yang tersisa sehingga memungkinkan adanya peningkatan biaya audit. Dari semua faktor tersebut, dapat disimpulkan bahwa Afiliasi KAP berpengaruh terhadap *audit fee*.

2.9. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
Pratoomsuwan, (2017)	<i>Audit Prices and Big 4 Fee Premiums: Further Evidence from Thailand</i>	$Y = \text{Audit Fee}$ $X_1 = \text{Big 4 Fee premium}$	$X_1 = \text{Big 4}$ berpengaruh positif terhadap <i>Audit Fee</i> . Terdapat <i>Fee</i> <i>Premium Big 4</i> segmentasi pasar

			Thailand terhadap <i>Audit Fee</i> .
Campa, (2013)	“Big 4 Fee Premium” and <i>Audit Quality: Latest Evidence from UK Listed Companies</i>	$Y = \text{Audit Fee}$ $X_1 = \text{Big 4 Fee Premium}$ $X_2 = \text{Kualitas Audit}$	$X_1 =$ Terdapat <i>Fee Premium Big 4</i> segmentasi pasar UK terhadap <i>Audit Fee</i> . $X_2 =$ Tidak ada pengaruh Kualitas Audit pada <i>Audit Fee</i> .
Ferguson, Pinnuck, & Skinner, (2013)	<i>Audit Pricing and The Emergence of The Big 4: Evidence from Australia</i>	$Y = \text{Audit Fee}$ $X_1 = \text{Big 4 Fee Premium}$	$X_1 =$ Terdapat <i>Fee Premium Big 4</i> segmentasi pasar kecil di Australia terhadap <i>Audit Fee</i> .

Caneghem, (2010)	<i>Audit Pricing and The Big 4 Fee Premium: Evidence from Belgium</i>	$Y = \text{Audit Fee}$ $X_1 = \text{Big 4 Fee Premium}$	$X_1 =$ Terdapat <i>Fee Premium Big 4</i> segmentasi pasar Australia terhadap <i>Audit Fee</i> .
Joha dan Günther (2014)	<i>The Big-4 Premium in the German Audit Market for Listed and Private Firms</i>	$Y = \text{Audit Fee}$ $X_1 = \text{Big 4 Fee Premium}$	$X_1 =$ Terdapat <i>Fee Premium Big 4</i> segmentasi pasar Jerman terhadap <i>Audit Fee</i> .

Sumber: Penelitian-Penelitian Terdahulu

2.10. Pengembangan Hipotesis

2.10.1. Afiliasi KAP Terhadap *Audit Fee*

Salah satu faktor yang memengaruhi biaya imbalan audit adalah Kantor Akuntan Publik yang ditunjuk. Kantor Akuntan Publik yang berafiliasi dengan *Big 4* ini dinilai memiliki dampak tersendiri terhadap imbalan yang akan dibayarkan oleh klien atas jasa audit yang ditawarkan. Francis dan Wilson (1988) menemukan

bahwa memang salah satu tuntutan dari Kantor Akuntan Publik *Big 4* adalah adanya kepentingan untuk menjaga reputasi yang mereka miliki.

Selain itu, adanya penawaran atas kualitas audit akan memungkinkan lebih banyaknya sumber daya yang dicurahkan oleh Kantor Akuntan Publik *Big 4* yang berafiliasi dengan termasuk tingkat karyawan yang lebih meluas dengan latar belakang yang lebih luas serta tingkat pengetahuan yang lebih tinggi. Adanya sumber daya lebih yang tercurah dapat meningkatkan biaya dan bila disertai dengan reputasi dari Kantor Akuntan Publik yang berafiliasi dengan Kantor Akuntan Publik *Big 4* akan membuat biaya imbalan jasa atau *audit fee* yang semakin besar. Disertai dengan eksklusivitas dari Kantor Akuntan Publik sejumlah empat ini dan disertai dengan faktor reputasi dan sumber daya, maka dapat disimpulkan bahwa Afiliasi KAP berpengaruh positif terhadap *audit fee*.

H1: Afiliasi KAP berpengaruh positif terhadap *audit fee*