

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Audit Pricing Theory*

Simunic (1980) menjelaskan tentang kerangka untuk menentukan besar *audit fee* yang dibayar oleh perusahaan, bahwa *audit fee* diukur dari jumlah *quantity* berupa jam kerja dan tingkat *price* berupa penagihan jam kerja. Selain itu, suatu KAP memiliki kurva penawaran atas jasa audit yang berdasarkan biaya atas faktor produksi (*audit cost*). Pada dasarnya, penetapan harga *audit fee* sangat kompleks. Adapun *audit fee* yang dibayarkan tinggi itu harus memberikan output berupa manfaat yang tinggi, karena *fee premium* menggambarkan kualitas audit. *Auditee* akan menerima kuantitas positif dalam hal audit karena auditor memiliki beberapa keuntungan dalam aspek kontrol.

Hal ini berdampak pada *audit fee* yang dibebankan oleh auditor cenderung lebih tinggi karena ketika perusahaan memilih menggunakan auditor yang memiliki spesialisasi industri, mereka akan mengembangkan prosedur audit yang berbeda dan lebih berkualitas, menghasilkan jam kerja yang lebih tinggi dan efisiensi dalam *audit production* (Bae dkk., 2019). Jika dihubungkan dengan penelitian ini, semakin teliti seorang auditor pada industri tertentu maka membutuhkan jam kerja yang lebih tinggi, semakin lama jam kerja yang dibutuhkan maka dapat meningkatkan *audit fee* yang dibebankan. Hal itu juga tercermin pada *fee premium* yang merupakan cerminan dari *auditor industry specialization* yang merepresentasikan kualitas audit (Audousset-Coulier dkk., 2016).

2.1.2 Teori Non-struktural Pasar

Demsetz (1973) menjelaskan bahwa pasar yang terkonsentrasi terbentuk karena beberapa pelaku pasar memiliki kelebihan dalam hal produksi dan kemampuan produksi yang lebih efisien, sehingga salah satu pihak dapat meningkatkan konsentrasi pasar yang ada. Teori ini diperkuat dengan dengan teori *contestable markets* (Baumol, 1986) yang menjelaskan pasar seperti ini dapat

terkonsentrasi namun tidak kompetitif. Tetapi, dapat berperilaku sangat kompetitif, karena pada dasarnya pasar terkonsentrasi tidak selalu terjadi kolusi antar produsen untuk menentukan harga. Sehingga, pendekatan non-struktural pasar berpendapat bahwa perilaku perusahaan dalam pasar yang terkonsentrasi adalah kompetitif apabila pasar tersebut *contestable* dimana terdapat kebebasan untuk masuk dan keluar dari pasar. Pasar seperti ini termasuk pasar tidak sempurna karena salah satu pelaku pasar memiliki *market power* untuk menaikkan harga di pasar.

Dihubungkan dalam penelitian ini, pasar jasa audit di Indonesia memiliki tingkat konsentrasi yang tinggi, sehingga auditor memiliki *market power* untuk menaikkan harga di pasar. *Market power* ini tergambarkan sebagai tingkat *bargaining power*. Hal ini sesuai dengan penelitian dari (Chang dkk., 2019; Huang dkk., 2016) bahwa pada pasar yang terkonsentrasi, auditor memiliki tingkat *bargaining power* yang tinggi sehingga dapat mempercepat kenaikan harga di pasar dan memperlambat penurunan harga dalam hal ini adalah *audit fee*. Kondisi seperti ini akan dimanfaatkan auditor untuk berperilaku oportunistik dan strategis dalam menentukan harga, sehingga akan melakukan *overcharging* pada klien (Biswas, 2019).

2.1.3 Market Concentration (Konsentrasi Pasar)

Konsentrasi pasar merupakan salah satu indikator struktur suatu pasar dan sejauh mana suatu KAP dapat menggunakan kekuasaannya dalam penguasaan pasar (Clarina & Fitriany, 2020). Afriansyah and Siregar (2007) menjelaskan struktur pasar erat hubungannya dengan paradigma struktur-perilaku-kinerja yang berlaku dalam teori ekonomi industri. Kurniawati dkk. (2020) menggambarkan Indonesia sebagai negara berkembang dengan tingkat asimetri informasi yang sangat tinggi, selain itu Indonesia juga memiliki tingkat transparansi dan *disclosure quality* yang rendah diikuti lemahnya perlindungan untuk investor. Uniknyanya bagi KAP luar seperti KAP BIG 4 yang terdiri dari *Ernst & young* (EY), *Deloitte*, *PriceWaterhouseCoopers* (PWC), dan KPMG atau KAP *second-tier* yang ingin beroperasi di Indonesia diwajibkan memiliki afiliasi dengan auditor lokal dan saat ini KAP BIG4 dan KAP *second-tier* masih memenuhi *market leader* di Indonesia.

Beberapa perusahaan juga lebih mempercayakan auditor kepada KAP Internasional, hal inilah yang menyebabkan tingkat *bargaining power* auditor tinggi.

Terdapat beberapa metode untuk menghitung konsentrasi suatu pasar, secara umum pengukurannya menggunakan dua model yaitu *concentration ratio* dan *Herfindahl-Hirschman Index* (HHI) berupa jumlah KAP yang tersedia di pasar audit, ukuran KAP, klien industri, total penjualan klien dan total *audit fee* yang dibayarkan. Suatu industri dapat mengalami perubahan jika terjadi peningkatan pada konsentrasi pasar, seperti hambatan masuk ke pasar untuk perusahaan baru khususnya untuk industri jasa audit (Evans Jr & Schwartz, 2014). Pada penelitian ini, penulis menggunakan *Herfindahl-Hirschman Index* dengan *audit fee* sebagai dasar pengukurannya (Chang dkk., 2019). Semakin tinggi nilai HHI menggambarkan semakin tinggi tingkat konsentrasi pasar menandakan rendahnya persaingan pada industri tersebut dan menggambarkan perilaku pasar yang tidak sempurna.

2.1.4 Auditor Industry Specialization

Auditor industry specialization didefinisikan sebagai auditor yang memiliki pengalaman dan pelatihan yang lebih luas terkait dengan konsentrasi beberapa industri untuk menghasilkan hasil audit yang lebih baik. Penelitian oleh Fleming dkk. (2014) saat ini banyak KAP yang makin berfokus pada segmen industri tertentu dengan menginvestasikan waktu dan sumber daya untuk meningkatkan keahlian di *industry-specific* ini. Terdapat beberapa metode pengukuran spesialisasi industri salah satunya berdasarkan *market share*, semakin besar *market share* dalam suatu industri menunjukkan semakin besar prioritas seorang auditor dibandingkan dengan auditor lain yang menggambarkan auditor memiliki pengalaman dan kemampuan lebih tinggi pada industri tersebut (Adiwangsa dkk., 2019; Clarina & Fitriany, 2020; Salehi dkk., 2019). *Market share* ini dapat ditentukan dari beberapa variabel, DeBoskey and Jiang (2012) menjelaskan bahwa *market share* diperoleh dari jumlah klien, (Balsam dkk., 2003) menggunakan total penjualan klien dan (Rusmin & Evans, 2017) menggunakan total asset klien.

Penelitian oleh DeBoskey and Jiang (2012); Gul (2004) menjelaskan bahwa pengetahuan seorang spesialis atas suatu industri terbentuk melalui pengalaman audit yang luas, pelatihan staff secara khusus, investasi mahal atas teknologi informasi dan kontrol yang lebih maksimal. Auditor akan membebankan *audit fee* yang lebih tinggi sebagai biaya atas kompensasi hal tersebut. Cahan dkk. (2008) menjelaskan salah satu faktor tingginya *audit fee* adalah *auditor industry specialization* dan merupakan salah satu faktor dari banyak faktor yang memudahkan auditor untuk menentukan nilai *audit fee* ketika bernegosiasi dengan klien.

2.1.5 Audit Fee Stickiness

Audit fee stickiness merupakan pengembangan dari konsep *cost stickiness*. De Villiers dkk. (2013) mendefinisikan *cost stickiness* sebagai perubahan pada total beban yang tidak dapat dikontrol oleh manager. *Price stickiness/audit fee stickiness* menggambarkan harga suatu item yang berasal dari negosiasi antara *auditee* dan auditor. Adapun penelitian dari (Anderson dkk., 2003) mendefinisikan *cost stickiness*, yaitu ketika persentase kenaikan atas perubahan biaya lebih tinggi daripada persentase penurunan. Begitupun dengan *audit fee*, yaitu kondisi ketika *audit fee* mengalami kenaikan lebih cepat daripada penurunannya seiring dengan perubahan dari *audit cost*. Chang dkk. (2019) menggambarkan *expected audit fee* sebagai *audit cost*. Adanya perilaku asimetris dari *audit fee* inilah yang menyebabkan kondisi *sticky* (Biswas, 2019). Sehingga, dalam model *audit fee* yang dijelaskan oleh penelitian (Salehi dkk., 2019) semakin tinggi nilai *audit fee stickiness* menggambarkan perilaku *audit fee* yaitu *more sticky* atau dengan kata lain *audit fee* yang dibebankan semakin tinggi. Sedangkan, *less sticky* digambarkan ketika *audit fee* kembali ke harga normal, perilaku ini terjadi pada pasar yang kompetitif, yang mana *audit fee* akan menunjukkan perilaku *less sticky* dan melakukan penyesuaian dengan cepat (De Villiers dkk., 2013).

Audit fee dipengaruhi oleh banyak hal. Perubahan pada faktor-faktor dalam *audit fee* tidak selalu mengarah pada perubahan yang cepat dan simetris atau linear. Hal inilah yang menyebabkan perubahan perilaku pada biaya. *Sticky*

juga merupakan produk dari ketidaksempurnaan kompetisi sehingga informasi menjadi asimetris (Biswas, 2019) kondisi seperti ini menyebabkan perusahaan tidak mengetahui jumlah asli biaya yang dikeluarkan atas suatu proses audit (*credence good*). Auditor memanfaatkan kondisi ini untuk bertindak strategis dan oportunistik sehingga mereka cenderung akan melakukan *overcharging* pada *auditee* dan menyebabkan nilai *audit fee* semakin tinggi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Anderson dkk. (2003) mengawali riset terkait *cost stickiness* yang kemudian dikembangkan dengan penelitian dari (De Villiers dkk., 2013) terkait *audit fee stickiness*, hasil penelitian menunjukkan bahwa *audit fee* terbukti *sticky*. *Sticky* terjadi ketika *audit fee* menunjukkan perubahan persentase kenaikan yang lebih tinggi daripada persentase penurunan. Weiss (2010) menyatakan perusahaan yang memiliki perilaku *more sticky* memiliki analisis akurasi yang lebih rendah dalam memprediksi pendapatan daripada perusahaan yang memiliki perilaku *less sticky*. Auditor menilai adanya *cost stickiness* sebagai risiko audit, sehingga semakin tinggi risiko audit, auditor akan membebankan *audit fee* yang lebih tinggi.

Penelitian oleh Chang dkk. (2019) mengembangkan *audit fee stickiness* menjadi dua kondisi yaitu *upward stickiness* dan *downward stickiness*. Penelitian ini meneliti *audit fee stickiness* dengan *market concentration* dan *audit quality* terhadap 21.633 perusahaan listing di China periode 2002-2016. Hasil penelitian menunjukkan *audit fee* menunjukkan kondisi *downward stickiness* dan *less upward stickiness* saat terjadi peningkatan konsentrasi pasar, dan menunjukkan bahwa kenaikan dari *audit quality* berhubungan dengan kecepatan pada *upward adjustment* dan penurunan pada *downward adjustment* dari *audit fee*.

Penelitian oleh Biswas (2019) menunjukkan bahwa *downward stickiness* menggambarkan perilaku *overcharging* auditor kepada klien. Penelitian ini dilakukan pada 500 perusahaan yang listing di India periode 2004-2015. Penelitian ini mengungkapkan bahwa konsep *sticky* muncul karena adanya ketidaksempurnaan kompetisi pada pasar audit. Audit digolongkan sebagai *credence good* dimana klien tidak mengetahui jumlah asli biaya yang dikeluarkan

dalam proses audit, sehingga auditor akan berperilaku strategis dan oportunis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *audit fee stickiness* berhubungan dengan ukuran perusahaan. Hasil penelitian ini didukung penelitian oleh Salehi dkk. (2019) yang menguji terhadap 630 perusahaan listing di Tehran tahun 2009-2015 ketika kompetisi tidak sempurna informasi yang tersebar tidak akurat dan terjadilah *sticky*. Hal ini akan mendorong auditor untuk memaksimalkan pendapatan mereka dengan membebankan *audit fee* yang lebih tinggi. Penelitian tersebut memberikan hasil bahwa tidak ada hubungan signifikan antara *audit fee stickiness* dengan *audit quality* yang diprosikan dengan ukuran auditor, *auditor industry specialization* dan *audit tenure*.

Penelitian oleh (Kim, 2019) menguji hubungan *cost stickiness* terhadap *audit pricing*. Penelitian ini membagi sampel menjadi dua grup yaitu “*Empire building*” dan “*Future expectation*” berdasarkan *growth opportunity* yang diukur menggunakan *market to book ratio* dan pertumbuhan penjualan. Penelitian ini menggunakan sampel 23.877 perusahaan periode 1999-2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *cost stickiness* pada grup “*Empire building*” berhubungan positif dengan *audit fee* dibandingkan pada grup “*Future expectation*”. Hal ini menunjukkan bahwa auditor menggambarkan *stickiness* sebagai risiko audit, namun tingkat *sticky* tergantung dari motif auditor menghubungkan dengan determinan yang lain.

2.3 Hipotesis

2.3.1 Hubungan *Market concentration* dan *Audit Fee Stickiness*

Audit fee stickiness terjadi karena adanya penyesuaian asimetris pada *audit fee*. De Villiers dkk. (2013) menjelaskan *audit fee stickiness* sebagai perilaku *audit fee* yang cenderung untuk naik daripada turun karena adanya faktor *stickiness* yang menciptakan suatu *resistance* untuk turun daripada *resistance* untuk naik. Penelitian oleh Biswas (2019) *stickiness* pada *audit fee* akan menyebabkan auditor melakukan *overcharge* kepada klien. Semakin tinggi nilai *audit fee stickiness* menyebabkan perilaku *more sticky* pada *audit fee*. Sedangkan, *less sticky* terjadi ketika *fee* menunjukkan *downward adjustment*, dimana *fee* kembali ke *normal audit fee/expected audit fee*. Perilaku *audit fee* ini dapat terjadi

karena adanya tingkat *bargaining power* yang tergambarkan pada tingginya tingkat konsentrasi pasar.

Audit fee dapat menjadi *sticky* dalam beberapa kondisi, salah satunya karena ketidakkonsistenan pasar yang menyebabkan informasi tidak terdistribusi secara sempurna, sehingga auditor memiliki *market power* untuk mempercepat kenaikan dari *audit fee* dan memperlambat penurunan dari *audit fee*. Menurut Huang dkk. (2016) auditor memiliki tingkat *bargaining power* yang tinggi pada pasar audit yang terkonsentrasi sehingga mereka tidak menghadapi *fee pressure* maupun *price competition* yang kerap terjadi pada pasar kompetitif. Penelitian oleh Wang and Chui (2015) menjelaskan semakin tinggi tingkat konsentrasi pasar semakin tinggi *audit fee* yang dibebankan kepada klien. Hal ini sesuai dengan teori non-struktural pasar oleh Demsetz (1973) dimana pelaku pasar pada pasar yang terkonsentrasi memiliki kemampuan lebih tinggi sehingga mempunyai *market power* untuk menaikkan harga di pasar dalam hal ini adalah *audit fee*. *Market power* ini tergambarkan pada tingkat *bargaining power* auditor. Tingkat *bargaining power* ini merupakan kemampuan untuk mempengaruhi tingkat harga, dimana pihak yang dominan dapat menaikkan harga dan memperoleh keuntungan yang tinggi. Sesuai peraturan dari IAPI No. 2 Tahun 2016 *audit fee* ditentukan dari hasil negosiasi antara auditor dan *auditee*.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Market concentration berhubungan positif dengan audit fee stickiness

2.3.2 Hubungan Auditor Industry Specialization dan Audit Fee Stickiness

Penelitian oleh Cahan dkk. (2008) menjelaskan bahwa *auditor industry specialization* merupakan salah satu faktor yang menyebabkan tingginya *audit fee*. Biaya yang dibayarkan ini merupakan kompensasi atas investasi yang dihasilkan berupa pengalaman audit yang luas, pelatihan staff secara khusus, investasi mahal atas teknologi informasi dan kontrol yang lebih maksimal (DeBoskey & Jiang, 2012; Gul, 2004). Auditor akan membebankan *audit fee* yang lebih tinggi sebagai biaya atas kompensasi hal tersebut. Menurut Bae dkk. (2019) auditor yang memiliki spesialisasi industri akan semakin teliti pada industri itu sehingga

membutuhkan jam kerja yang lebih tinggi disertai dengan prosedur audit yang berkualitas. Hal ini sesuai dengan *audit pricing theory* oleh (Simunic, 1980) bahwa *audit fee* ditentukan dari jumlah *quantity* berupa jam kerja. Adapun nilai *audit fee* yang dibayarkan itu harus memberikan output berupa manfaat yang tinggi, karena menggambarkan kualitas audit (Craswell dkk., 1995). Sehingga, semakin tinggi jam kerja yang dibutuhkan semakin tinggi *audit fee* yang dibebankan, begitupun dengan semakin tinggi nilai *audit fee* yang dibebankan kepada *auditee*, semakin tinggi tingkat kualitas audit yang diberikan (Salehi dkk., 2019).

Biswas (2019) mendefinisikan jasa audit sebagai *credence good* dimana klien tidak mengetahui jumlah asli biaya yang dikeluarkan dalam proses audit, sehingga auditor akan berperilaku strategis dan melakukan *overcharging audit fee* kepada klien. *Auditor industry specialization* juga menyebabkan terjadinya *fee premium* (Audousset-Coulier dkk., 2016) hal ini menyebabkan auditor tidak terlalu memperhatikan perubahan pada *driver* atau determinan yang lain. Penelitian oleh Chang dkk. (2019) menjelaskan bahwa *fee premium* dapat menjadi *sticky* yang menyebabkan *upward adjustment* pada *audit fee*. Sehingga, dapat disimpulkan ketika perusahaan diaudit oleh auditor spesialis, *audit fee* yang dibebankan semakin tinggi dari harga *normal audit fee/expected audit fee* dengan kata lain menunjukkan perilaku *more sticky*.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan hipotesa sebagai berikut:

H₂ : Auditor industry specialization berhubungan positif dengan audit fee stickiness