

BAB 2
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Penawaran dan Permintaan (*Supply and Demand Theory*)

Dalam kegiatan ekonomi seperti kegiatan ekonomi mikro dan makro, akan diawali dengan suatu interaksi yaitu antara produsen dan konsumen. Interaksi yang terjadi di antara produsen dan konsumen pada ekonomi mikro yakni permintaan dan penawaran. Pada teori ekonomi mikro, dikenal dengan nama teori permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*).

Pada teori permintaan (*demand*) menerangkan tentang sifat permintaan para pembeli terhadap barang tertentu, sedangkan teori penawaran (*supply*) menerangkan tentang sifat penawaran para penjual atau produsen. Dalam ilmu ekonomi mikro, pada intinya harga dan permintaan (*demand*) atau penawaran (*supply*) akan bergantung terhadap individu pada perekonomian tertentu. Permintaan berasal dari pihak konsumen, sedangkan penawaran berasal dari pihak produsen. Kedua hal tersebut merupakan inti dari suatu masalah ekonomi, karena keduanya yang membuat perekonomian pasar bekerja.

2.1.1.1 Teori Permintaan (*Demand Theory*)

Pada pengertian permintaan keseharian, permintaan merupakan banyaknya total barang yang dibutuhkan. Setiap saat suatu individu menginginkan barang atau jasa, mereka akan melakukan sesuatu yang disebut dengan permintaan. T. Kunawangsih (2006) menyatakan bahwa permintaan merupakan jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada berbagai tingkat harga pada periode tertentu. Pada kenyataannya, setiap barang/jasa tersebut memiliki harga pasar.

Suparmoko (2007) menerangkan bahwa permintaan (*demand*) merupakan keinginan dan kemampuan dalam membeli barang atau jasa di tingkat harga pada waktu tertentu. Pada lingkup ekonomi, permintaan (*demand*) yaitu keinginan masyarakat yang disebut konsumen. Keinginan konsumen dalam membeli

barang/jasa di dalam suatu pasar sangat tinggi, tetapi dalam kenyataannya kemampuan yang dimiliki konsumen dalam memenuhi permintaan (*demand*) tersebut masih terbatas.

Menurut Rosyidi (2000), poin penting dalam pengertian permintaan yaitu:

1. Permintaan yaitu sederetan angka yang menunjukkan banyaknya satuan barang/jasa yang diminta dalam beberapa tingkatan harga.
2. Yang diselidiki pada bahasan tentang masalah permintaan yaitu jenis barang/jasa saja dan permintaan (*demand*) terjadi dalam pasar waktu tertentu.

Menurut Mardiah (2008) hukum permintaan yaitu apabila harga barang/jasa naik, maka jumlah barang/jasa yang diminta akan berkurang. Dan sebaliknya, apabila harga barang/jasa turun, jumlah barang/jasa tersebut yang diminta akan bertambah. Putong (2005) menyatakan bahwa jika harga barang naik, maka permintaannya akan menurun, dan sebaliknya jika harga barang itu menurun, maka permintaan akan naik dengan asumsi *ceteris paribus* (dengan hal-hal lainnya sama).

Hukum permintaan menjelaskan tentang jumlah yang diminta terhadap barang/jasa dengan harganya. Hukum permintaan pada intinya yaitu semakin rendah harga barang/jasa, akan semakin banyak jumlah yang diminta konsumen terhadap barang/jasa itu.

Hukum permintaan poinnya antara lain:

1. Kenaikan harga produk/jasa mengakibatkan konsumen memilih produk/jasa lainnya untuk menggantikan barang/jasa yang naik harganya.
2. Kenaikan harga mengakibatkan pendapatan riil konsumen mengalami penurunan, menyebabkan konsumen untuk mengurangi pembelian jenis-jenis barang/jasa yang naik harganya.

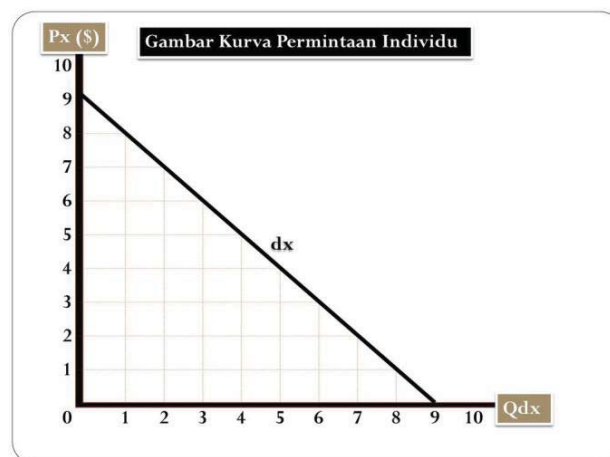
Pada penjelasan permintaan terdapat 2 pemahaman yang berbeda, yaitu permintaan dan jumlah barang yang diminta. Permintaan di sini maksudnya yaitu keseluruhan hubungan harga serta jumlah yang diminta konsumen, artinya yaitu banyaknya permintaan barang/jasa pada suatu tingkatan harga tertentu.

Sadono (2002) menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang menentukan permintaan konsumen atas barang/jasa, di antaranya:

1. Harga barang/jasa itu sendiri
2. Harga barang/jasa lainnya yang bersifat pengganti atau substitutif
3. Pendapatan rumah tangga/masyarakat
4. Selera
5. Jumlah penduduk

Kurva permintaan merupakan kurva tentang hubungan antara harga barang/jasa dengan jumlah barang/jasa itu yang diminta konsumen.

Gambar 2.1
Kurva Permintaan Individu



Di mana:

P_x : Harga barang/jasa yang diminta

Q_{dx} : Jumlah barang/jasa yang diminta

Menurut Pracoyo (2006), fungsi permintaan atau *demand function* merupakan persamaan tentang hubungan jumlah barang yang diminta dengan semua faktor yang mempengaruhinya. Faktor yang mempengaruhi suatu permintaan contohnya pendapatan, harga, musim, selera, jumlah penduduk, dan sebagainya.

Mardiah (2008) menyatakan bahwa sesuai dengan hukum permintaan, dalam fungsi permintaan apabila harga barang/jasa naik, menyebabkan

menurunnya jumlah barang/jasa yang diminta. Dan sebaliknya, apabila harga barang/jasa tersebut menurun, maka jumlah barang/jasa yang diminta naik.

Maka dari itu, hubungan di antara harga suatu barang/jasa dan permintaan jumlah suatu barang/jasa adalah berbanding terbalik atau negatif. Suparmoko (2007) mengatakan bahwa bentuk umum dari fungsi suatu permintaan yaitu:

$$Q_d = f(P_q, P_{s.i}, Y, S, D)$$

Di mana:

- Q_d : Jumlah barang/jasa yang diminta
- P_q : Harga barang/jasa tersebut
- P_{s.i} : Harga barang-barang substitusi (i=1,2,...,n)
- Y : Pendapatan
- S : Selera
- D : Jumlah penduduk

Syarat mutlak dalam fungsi permintaan yaitu:

- a. Nilai a harus positif (+)
- b. Nilai b harus negatif (-)

Hubungan teori permintaan (*demand theory*) dengan *audit market competition* adalah permintaan di sini menggambarkan tentang permintaan klien atau perusahaan untuk jasa audit terhadap kantor akuntan publik. Permintaan jasa audit dari perusahaan besar dan kecil pastinya berbeda, tergantung ukuran maupun kebutuhan. Yang nantinya kantor akuntan publik akan saling berkompetisi untuk mendapatkan kliennya.

Seperti contoh lainnya tentang KAP Big 4, permintaan klien untuk jasa audit terhadap KAP Big 4 dibandingkan dengan KAP yang lebih kecil akan mendapatkan tingginya biaya audit. Penyebabnya karena KAP Big 4 lebih kompeten dan memiliki sumber daya manusia yang lebih handal.

2.1.1.2 Teori Penawaran (*Supply Theory*)

Penawaran merupakan kombinasi antara harga produk/jasa dan jumlah yang ditawarkan oleh penjual produk itu. Contohnya, produk/jasa yang ditawarkan adalah jasa Y yaitu jasa mengaudit, yang dihasilkan oleh produsen, produsen di

sini yaitu kantor akuntan publik. Dalam menghasilkan jasa Y, produsen atau KAP menggunakan faktor-faktor produksi atau input, di mana faktor produksi memiliki sifat khas, yaitu semakin banyak digunakan, semakin menurun produktivitasnya. Misalnya, faktor produksi ialah auditor. Semakin banyak yang diaudit, dapat menurunkan produktivitas auditor. Maka dari itu, produsen atau KAP meminta harga yang lebih tinggi dari jasa yang dihasilkan, jika diminta untuk menawarkan jasa Y atau jasa mengaudit dalam jumlah yang lebih besar. Dan juga berlaku sebaliknya, dalam menghasilkan dan melakukan penawaran produk/jasa yang lebih sedikit, akan menggunakan faktor produksi yang lebih sedikit pula, maka dari itu produktivitas faktor produksi akan lebih sedikit daripada sebelumnya. Produsen dapat bersedia melakukan penawaran (*supply*) dalam harga yang lebih rendah.

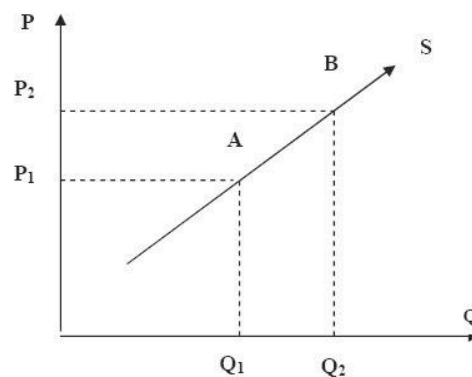
Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran, yaitu:

- a. Jumlah produsen di pasar
- b. Harga faktor-faktor produksi
- c. Harga barang lain
- d. Teknologi produksi
- e. Ekspektasi para produsen/penjual terhadap masa yang akan datang
- f. Pajak dan subsidi

Dalam menerangkan hubungan antara harga produk/jasa dengan jumlah produk/jasa yang ditawarkan di pasar, diterangkan dengan gambar:

Gambar 2.2

Kurva Penawaran Barang



Kurva tersebut menerangkan bahwa dalam harga P1, produsen atau contohnya KAP ingin menawarkan jasa mengaudit sebesar Q1. Jika produsen atau KAP menambahkan jasanya menjadi Q2 (contohnya disebabkan banyaknya aset perusahaan), maka dari itu produsen atau KAP harus meningkatkan jumlah faktor produksi dalam meningkatkan produksinya (jasa mengaudit). Semakin tinggi faktor produksi yang digunakan, maka produktivitas faktor produksi semakin menurun. Maka dari itu, menurunnya produktivitas, maka produsen harus menambahkan faktor produksi dengan tambahan lebih tinggi daripada sebelumnya. Dengan demikian akan meningkatkan tambahan biaya atau marginal cost-nya. Produsen hanya akan bersedia menambah produksinya apabila masyarakat rela membayar lebih mahal. Pada harga P2, produsen mau memproduksi produk/jasa sebesar Q2. Sehingga pada intinya, jumlah produk/jasa memiliki hubungan positif terhadap harganya. Hubungan itu digambarkan dalam kurva penawaran.

Kurva penawaran (*supply curve*) merupakan kurva yang menghubungkan titik-titik kombinasi antara harga (P) dengan jumlah (Q) produk/jasa yang diproduksi/ditawarkan. *Supply curve* menggambarkan garis pembatas antara kuantitas produk/jasa yang ditawarkan terhadap tingkat harga tertentu.

Fungsi penawaran atau *supply function* merupakan sebuah fungsi yang menerangkan kuantitas yang ditawarkan (Q) sebagai fungsi dari harga produk/jasa (Pq) serta harga faktor produksi (r,w), dan teknologi (T). Formula dari fungsi penawaran yaitu:

$$Y = f(Pq, r, w, T)$$

Hubungan teori penawaran (*supply theory*) dengan *audit market competition* adalah kantor akuntan publik menawarkan jasa-jasanya kepada klien atau perusahaan yang membutuhkan jasa auditnya. Yang nantinya KAP akan berkompetisi satu dengan yang lainnya untuk memberikan yang lebih baik.

Contoh lainnya yaitu KAP Big 4 memberikan biaya audit yang lebih tinggi dibandingkan KAP kecil lainnya terhadap klien karena KAP Big 4 memiliki sumber daya yang lebih kompeten dan lebih banyak. Meskipun lebih tinggi biaya auditnya, KAP Big 4 memiliki peran yang cukup besar.

2.1.2 *Audit Report Lag (ARL)*

Laporan keuangan tahunan yaitu laporan yang menjelaskan tentang yang telah dikembangkan dan dicapai oleh suatu organisasi dalam kurun waktu setahun. Isinya mencakup laporan keuangan serta prestasi kinerja organisasi dalam tahun tersebut. Selain untuk manajemen perusahaan, laporan tahunan juga sangat penting sebagai info perkembangan tentang perusahaan tersebut untuk pihak ketiga, seperti investor, kreditor, pemerintah, maupun masyarakat. Maka dari itu laporan keuangan tahunan yang telah diaudit harus segera diterbitkan agar tidak menimbulkan reaksi negatif dari para pelaku pasar modal.

Lamanya penundaan dalam meriliskan laporan keuangan tahunan yang telah diaudit merupakan perhatian penting bagi investor (Mirshekary dan Sudagaran, 2005). Penundaan dalam perilisan laporan keuangan tahunan yang telah diaudit disebut *audit report lag* atau ARL, yang waktu periodenya di antara akhir tahun fiskal perusahaan tersebut sampai tanggal laporan audit (Newton dan Ashton, 1989). ARL yang pendek dari hasil waktu meriliskan laporan keuangan tahunan yang telah diaudit sangat penting dalam efisiensinya pasar modal (Rezaei dan Saleh, 2018).

Audit delay atau ARL (*audit report lag*) merupakan lamanya waktu dalam menyelesaikan audit laporan keuangan keuangan. Pengukurannya selama waktu/hari dalam mendapatkan laporan auditor independen atas laporan keuangan tahunan perusahaan, mulai tanggal tutup tahun buku perusahaan (31 Desember) sampai tanggal yang tertera dalam laporan auditor independen (Prameswari dan Yustrianthe, 2015).

Berdasarkan peraturan OJK Nomor 7/POJK.04/2018 tentang Penyampaian Laporan Melalui Sistem Pelaporan Elektronik Emiten atau Perusahaan Publik. Pada pasal 3 menjelaskan bahwa batas waktu penyampaian Laporan melalui SPE (Sistem Pelaporan Elektronik) mengikuti masing-masing ketentuan peraturan perundang-undangan di sektor pasar modal yang mengatur mengenai penyampaian Laporan bagi Emiten atau Perusahaan Publik.

Dalam menyampaikan laporan keuangan yang tepat waktu kepada publik sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan karena laporan keuangan memiliki manfaat untuk penggunanya. Apabila dalam penyampaiannya tidak tepat waktu kepada publik, perusahaan dapat kehilangan kesempatannya dalam mempengaruhi investor untuk berkeputusan dalam menginvestasikan modalnya di perusahaan itu.

Berikut ini adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *audit report lag*, yaitu:

a. Ukuran perusahaan

Suginam (2016) mengatakan dalam penelitiannya bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan dapat berdasarkan pada total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan lain-lain. Semakin besar nilai item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat.

Semakin besar nilai aset perusahaan, maka semakin pendek *audit report lag*nya. Perusahaan kecil cenderung terlambat dalam penyajian laporan keuangan auditan, sedangkan perusahaan besar akan lebih cepat menyajikan laporan keuangan auditannya karena perusahaan besar memiliki beberapa kepentingan terhadap para pengguna informasi keuangan yang menginginkan laporannya yang tepat waktu (Sari, 2014).

b. Solvabilitas

Solvabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan jangka panjangnya. Perusahaan tidak solvabel adalah yang total utangnya lebih besar daripada total modalnya. Solvabilitas menjelaskan tentang kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya jika perusahaan dilikuidasi. Perusahaan yang memiliki rasio hutang terhadap asetnya tinggi dapat terlambat dalam penyampaian laporan keuangan karena waktu yang ada dipakai untuk menutupi kondisi dan melakukan segala cara supaya kondisi

tersebut tidak diketahui oleh pihak yang berkepentingan dalam laporan keuangan (Suginam, 2016).

Proporsi yang besar dari hutang terhadap total aset akan meningkatkan kecenderungan kerugian dan dapat meningkatkan sikap kehati-hatian auditor terhadap laporan keuangan yang diaudit. Hal tersebut dikarenakan tingginya proporsi hutang yang dapat meningkatkan resiko keuangannya. Maka dari itu, perusahaan yang memiliki kondisi keuangan tidak sehat, dapat melakukan *mis management* dan *fraud*, juga dapat mempengaruhi likuiditas yang berhubungan dengan *going concern* perusahaan, yang pada akhirnya memerlukan kecermatan dan ketelitian lebih saat mengaudit yang akan membuat ARL lebih lama.

c. Profitabilitas

Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, dan jumlah karyawan, dan sebagainya. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal saham yang tertentu. Bagi investor jangka panjang sangat membutuhkan analisa profitabilitas ini. Rasio profitabilitas menerangkan sampai sejauh mana keefektifan dari seluruh manajemen dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan (Prameswari dan Yustrianthe, 2015).

Perusahaan yang melaporkan kerugian mungkin akan meminta auditor untuk mengatur waktu auditnya lebih lama dibandingkan biasanya, sebaliknya jika perusahaan melaporkan laba yang tinggi, maka perusahaan berharap laporan keuangan auditannya dapat diselesaikan secepatnya sehingga berita baik tersebut segera dapat disampaikan kepada para investor dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya (Suginam, 2016).

Indikator yang digunakan dalam mengukur profitabilitas yaitu menggunakan ROA (*return on asset*). ROA atau tingkat pengembalian aset merupakan besar laba bersih diperoleh perusahaan apabila diukur dari nilai aktiva (Sari, 2014).

d. Reputasi Kantor Akuntan Publik

Kantor Akuntan Publik yang besar mempunyai sumber daya manusia yang lebih banyak dari pada KAP kecil, sehingga dapat mengaudit lebih efisien dan efektif, memiliki jadwal yang fleksibel yang pada akhirnya memungkinkan KAP besar dalam menyelesaikan audit tepat waktu, dan bermotivasi lebih dalam menyelesaikan auditnya lebih cepat untuk menjaga reputasinya. Maka dari itu, Kantor Akuntan Publik besar dapat diartikan memiliki kualitas audit yang dihasilkan lebih baik daripada KAP kecil. Maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang memakai jasa KAP besar cenderung tepat waktu dalam menyampaikan laporan keuangannya (Prameswari dan Yustrianthe, 2015).

KAP di Indonesia yang bermitra dengan *big four* adalah KAP Price WaterHouse Cooper (PWC) berkerjasama dengan KAP Drs. Hadi Sutarto & Rekan, Haryanto Sahari & Rekan. KAP Klynveld Peat Marwick Goerdeler (KPMG) berkerjasama dengan KAP SidhartaSidharta & Widjaja. KAP Ernest & Young (E&Y) berkerjasama dengan KAP Prasetio, Sarwoko & Sarjadja. KAP Deloitte Touche Thomatsu (Deloitte) berkerjasama dengan KAP Hans Tuanakotta & Mustofa, Osman Ramli Satrio & Rekan (Suginam, 2016).

e. Opini Auditor

Menurut Standar Profesional Akuntan Publik, terdapat 5 pendapat akuntan publik, diantaranya:

1. Pendapat wajar tanpa pengecualian (*Unqualified Opinion*)

Bila auditor telah melaksanakan pemeriksaan sesuai dengan standar auditing yang ditentukan oleh IAI, seperti yang terdapat dalam standar professional akuntan publik, dan telah mengumpulkan bukti audit yang cukup untuk mendukung opininya, dan tidak menemukan adanya kesalahan material atas penyimpangan dari prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia, maka auditor dapat memberikan pendapat wajar tanpa pengecualian. Dengan pendapat WTP, auditor menyatakan bahwa laporan keuangan disajikan secara wajar, dalam semua hal yang material, posisi keuangan, hasil usaha, perubahan ekuitas, dan arus kas suatu entitas sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia.

2. Pendapat wajar tanpa pengecualian dengan bahasa penjelasan yang ditambahkan dalam laporan audit (*Unqualified opinion with explanatory language*)

Apabila terdapat keadaan tertentu yang mengharuskan auditor menambah paragraf penjelasan di laporan audit, meskipun tidak memengaruhi pendapat wajar tanpa pengecualian yang dinyatakan oleh auditor. Keadaan tersebut di antaranya pendapat wajar sebagian didasarkan atas laporan auditor independen lain; untuk mencegah agar laporan keuangan tidak menyesatkan disebabkan keadaan luar biasa, laporan keuangan disajikan menyimpang dari suatu standar akuntansi yang dikeluarkan oleh IAI; diantara 2 periode akuntansi terdapat perubahan yang material pada penggunaan standar akuntansi / pada metode penerapannya; keadaan tertentu berhubungan dengan laporan audit atas laporan keuangan komparatif; informasi lain di dokumen yang berisi laporan keuangan yang diaudit secara material tidak konsisten dengan informasi yang disajikan dalam laporan keuangan.

3. Pendapat wajar dengan pengecualian (*Qualified Opinion*)

Kondisi tertentu mungkin memerlukan pendapat wajar dengan pengecualian. Pendapat wajar dengan menyatakan bahwa laporan keuangan menyajikan secara wajar, dalam semua hal yang material, posisi keuangan, hasil usaha, perubahan ekuitas dan arus kas sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia, kecuali untuk dampak hal yang berkaitan dengan yang dikecualikan. Pendapat ini dinyatakan bilamana : Ketiadaan bukti kompeten yang cukup atau adanya pembatasan terhadap lingkup audit yang mengakibatkan auditor berkesimpulan bahwa ia tidak dapat menyatakan pendapat wajar tanpa pengecualian dan ia berkesimpulan tidak menyatakan tidak memberikan pendapat.

4. Pendapat tidak wajar (*Adverse opinion*)

Apabila laporan keuangan tidak disajikan secara wajar posisi keuangan, hasil usaha, perubahan ekuitas, dan arus kas sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia. Menurut pertimbangan auditor, laporan keuangan secara keseluruhan tidak disajikan secara wajar sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia. Auditor harus menjelaskan dalam paragraf terpisah sebelum paragraf pendapat dalam laporannya (a) semua alasan yang

mendukung pendapat tidak wajar (b) dampak utama hal yang menyebabkan pemberian pendapat tidak wajar terhadap posisi keuangan, hasil usaha, perubahan ekuitas dan arus kas, jika secara praktis untuk dilakukan.

5. Tidak memberikan pendapat (*Disclaimer opinion*)

Apabila auditor tidak dapat merumuskan / tidak merumuskan pendapat tentang kewajaran laporan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia. Jika auditor menyatakan tidak memberikan pendapat atas laporan keuangan, laporan auditor harus memberikan semua alasan substantif yang mendukung pernyataannya tersebut (Prameswari dan Yustrianthe, 2015).

Perusahaan yang menerima opini selain *unqualified opinion* dianggap sebagai kabar buruk sehingga penyampaian laporan keuangannya akan diperlambat yang akan mengakibatkan *audit delay* semakin panjang. Selain itu, proses pemberian opini selain *unqualified opinion* melibatkan negosiasi dengan klien, konsultasi dengan partner audit yang lebih senior atau staf teknis dan perluasan lingkup audit (Agustina dan Aldie, 2013).

2.1.3 Persaingan Pasar Audit (*Audit Market Competition*)

KAP atau kantor akuntan publik merupakan salah satu dari beberapa organisasi yang bergerak pada bidang jasa keuangan. Dalam memasarkan jasa audit kepada klien saat ini, kantor akuntan publik mengalami kompetisi yang intensif. Kompetisi di sini yaitu *audit market competition* atau kompetisi pasar audit. Menurut Cahyonowati (2013), orientasi pemasaran tersebut membuat beberapa kantor akuntan publik yang ada memiliki upaya agar mencari strategi alternatif yang tepat yang nantinya digunakan untuk setiap organisasi. Seperti contoh segala aktivitas diberi nilai lebih (*value added*) saat melayani klien yang berupa mengembangkan penerapan strategi audit, mengembangkan portofolio jasa-jasa, dan menyediakan laporan keuangan yang berorientasi pada klien.

Pada awalnya pasar jasa audit Indonesia dikuasai 4 Kantor Akuntan Publik besar di mana merupakan afiliasi dari KAP Big 4 internasional. Pada Penelitian Afriansyah dan Siregar (2007) memakai total aset klien audit dan menunjukkan bahwa 4 KAP besar (yang berafiliasi dengan Big 4) di tahun 2000 menguasai 94%

pasar audit di Indonesia lalu menurun menjadi 86% pada tahun 2002 kemudian naik kembali menjadi 88% pada tahun 2005. Angka ini menunjukkan bahwa pasar jasa audit di Indonesia memiliki tingkat konsentrasi yang tinggi. Tingkat konsentrasi yang tinggi berarti menunjukkan kompetisi pasar jasa audit yang rendah karena hanya didominasi oleh big 4 tersebut.

Semakin terkonsentrasinya pasar audit maka akan semakin kurang kompetitif. Pasar yang sangat terkonsentrasi membawa kualitas audit yang lebih rendah dan harga audit yang lebih tinggi. Konsentrasi yang lebih tinggi kemudian dilihat sebagai sinyal persaingan yang lemah menyebabkan biaya audit yang lebih tinggi. Biaya audit menurun ketika tingkat persaingan di pasar audit meningkat (Hardies, 2016).

2.2 Penelitian Sebelumnya

Penelitian mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *audit report lag* telah banyak dilakukan, tetapi hanya sedikit yang memasukkan *audit market competition*. Berikut merupakan beberapa contoh penelitian mengenai *audit report lag*. Rezaei dan Saleh (2018) melakukan penelitian berjudul *Audit Report Lag: The Role of Auditor Type and Increased Competition in The Audit Market*. Penelitian ini mengenai pengaruh dari tipe auditor (swasta dan pemerintah) dan kenaikan kompetisi di pasar audir pada ARL setelah Iran mengalami liberalisasi pada tahun 2001 yang sebelumnya hanya auditor pemerintah diperbolehkan untuk mengaudit. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan di Iran tahun 1999-2010. Hasil dari penelitian ini yaitu ARL lebih pendek bila dilakukan oleh auditor swasta daripada auditor pemerintah serta kenaikan kompetisi pada pasar audit setelah liberalisasi menyebabkan lebih efisiensi yang dapat direfleksikan dengan semakin pendeknya ARL.

Kallapur, et al (2010) melakukan penelitian dengan judul *Audit Market Competition and Audit Quality* dengan populasi semua perusahaan klien yang memiliki data tentang identitas auditor, kantor perikatan auditor, dan biaya audit dari database analisis audit di Amerika Serikat periode 2000-2005. Hasil dari

penelitian ini adalah *audit market competition* atau persaingan pasar audit yang lebih tinggi, malah membuat kualitas audit yang lebih rendah.

Hardies (2016) melakukan penelitian dengan judul *The Effects of Competition on Audit Fees*. Populasinya adalah perusahaan di Belgia tahun 2008 yang memakai auditor eksternal. Hasil penelitiannya yaitu pasar audit yang sangat terkonsentrasi membawa kualitas audit lebih rendah dan harga audit yang lebih tinggi. Pasar audit yang lebih terkonsentrasi juga kurang kompetitif.

Penelitian dengan judul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Audit Delay* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia) yang dilakukan oleh Prameswari dan Yustrianthe (2015). Populasinya menggunakan perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar di BEI periode 2010-2012. Hasilnya yaitu ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap ARL. Solvabilitas tidak berpengaruh terhadap ARL. Opini auditor tidak berpengaruh terhadap ARL. Profitabilitas berpengaruh terhadap ARL. Reputasi KAP berpengaruh terhadap ARL. Ukuran perusahaan, solvabilitas, profitabilitas, reputasi KAP, dan opini auditor secara bersamaan berpengaruh terhadap ARL pada perusahaan manufaktur periode 2010-2012. Hanya 29,4% ARL dijelaskan oleh ke-5 variabel tersebut, 70,6% sisanya dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Menajang, et al (2019) melakukan penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Solvabilitas terhadap *Audit Report Lag* (Studi Kasus Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Populasinya menggunakan perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI periode 2013-2017. Hasilnya adalah ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap ARL. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap ARL. Solvabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap ARL. Secara simultan, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan solvabilitas berpengaruh signifikan terhadap ARL.

Agustina dan Aldie (2013) melakukan penelitian dengan judul Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap *Audit Delay* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008). Populasinya

menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008. Hasilnya yaitu secara simultan ukuran perusahaan, solvabilitas, profitabilitas, opini auditor, dan ukuran KAP mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *audit delay*. Secara parsial ukuran perusahaan, solvabilitas, profitabilitas, opini auditor, dan ukuran KAP tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *audit delay*, dikarenakan waktu penelitian hanya mengambil 1 tahun yakni 2008 dan pengaruh keadaan krisis ekonomi pada tahun 2008 yang membuat perubahan drastis pada nilai variabel-variabel independen sehingga secara parsial pengaruhnya tidak lagi sedominan dalam keadaan perekonomian yang sedang stabil.

Penelitian terdahulu berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Audit Report Lag* pada Perusahaan Sektor Perdagangan Jasa dan Investasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Suginam, 2016) menggunakan populasi perusahaan sektor perdagangan jasa dan investasi yang terdaftar di BEI periode 2012-2014. Hasilnya yaitu profitabilitas, solvabilitas, ukuran perusahaan, dan ukuran KAP tidak berpengaruh signifikan terhadap ARL. Likuiditas perusahaan berpengaruh signifikan terhadap ARL.

Iskandar dan Trisnawati (2010) melakukan penelitian dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Audit Report Lag* pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasinya menggunakan seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2003-2009. Hasilnya adalah klasifikasi industri, laba atau rugi tahun berjalan, dan besarnya KAP berpengaruh terhadap ARL. Total aset, opini audit, dan proporsi hutang tidak mempunyai pengaruh terhadap ARL.

Rachmawati (2008) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan terhadap *Audit Delay* dan *Timeliness*. Populasinya yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2003-2005. Hasilnya adalah yang mempengaruhi *audit delay* yaitu faktor internal: size perusahaan dan faktor eksternal: ukuran KAP, sedangkan profitabilitas, solvabilitas, internal auditor tidak mempunyai pengaruh terhadap *audit delay*. Yang berpengaruh terhadap *timeliness* yaitu dari faktor internal: size perusahaan, solvabilitas, dan faktor eksternal: ukuran KAP, sedangkan profitabilitas, solvabilitas, internal auditor tidak mempunyai pengaruh terhadap *timeliness*.

Faktor internal dan eksternal perusahaan seperti profitabilitas, solvabilitas, internal auditor, size perusahaan, dan ukuran KAP secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan baik terhadap *audit delay* maupun *timeliness*.

Lianto dan Kusuma (2010) melakukan penelitian dengan judul Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Audit Report Lag. Populasinya yaitu perusahaan *consumer goods industry* dan perusahaan *multifinance* yang terdaftar di BEI tahun 2004-2008. Hasilnya yaitu profitabilitas, solvabilitas, dan umur perusahaan berpengaruh terhadap ARL. Ukuran perusahaan dan jenis industri tidak berpengaruh terhadap ARL.

Tabel ringkasan dari penelitian sebelumnya mengenai *audit market competition* dan *audit report lag* akan dilampirkan pada tabel 2.1 yang disertakan pada lampiran 1 penelitian ini.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *Audit Market Competition* terhadap *Audit Report Lag*

Ketika pasar audit menjadi lebih kompetitif, tekanan harga dan biaya dapat meningkatkan efisiensi audit dan yang akan dapat menurunkan ARL. Persaingan umumnya dianggap sebagai kekuatan positif di sebagian besar industri, seharusnya meningkatkan efisiensi.

Sesuai dengan teori penawaran dan permintaan (*supply and demand*), perusahaan jasa audit menawarkan jasanya kepada perusahaan-perusahaan. Harga yang berbeda yang nantinya akan menjadi pertimbangan untuk perusahaan dalam memilih perusahaan jasa audit / KAP. Persaingan harga dan kualitas jasa audit dapat mempengaruhi ARL. Semakin tinggi harga, diharapkan KAP semakin berkualitas yang nantinya dapat memperpendek ARL.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rezaei dan Saleh (2018) menunjukkan bahwa peningkatan persaingan di pasar audit menghasilkan efisiensi yang lebih tinggi, sebagaimana tercermin oleh ARL yang lebih pendek. Peningkatan persaingan di pasar audit yang mengalami peningkatan tiba-tiba dalam penyediaan layanan tanpa pertumbuhan yang sama dalam permintaan untuk layanan cenderung menghasilkan peningkatan efisiensi dan dengan demikian

pengarah ke ARL yang lebih pendek. Berdasarkan pernyataan diatas, hipotesis penelitian pertama yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: *Audit market competition* berpengaruh negatif terhadap *audit report lag*