

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada awal abad ke-21 perubahan besar terjadi pada pasar audit Amerika Serikat yang disebabkan adanya penyimpangan akuntansi yang melibatkan salah satu Kantor Akuntan Publik “The Big Five” pada saat itu yaitu Arthur Andersen dalam kasus Enron. Auditor dan pimpinan perusahaan bekerja sama melakukan rekayasa keuangan yang berujung pada kerugian besar bagi para pemangku kepentingan sehingga berdampak kepada kepercayaan masyarakat terhadap profesi auditor. Untuk merespon permasalahan ini, Kongres Amerika Serikat menerbitkan penetapan peraturan Sarbanes-Oxley Act (SOX, *US House of Representatives*, 2002). Penetapan ini dialamatkan kepada perusahaan publik Amerika Serikat yang bertujuan untuk melindungi investor dengan cara memperbaiki pengungkapan laporan keuangannya. Keputusan tersebut membuat *partner* harus melakukan rotasi auditor tiap lima tahun. Rotasi auditor yang dilakukan ini memiliki asumsi tersirat yaitu dapat meningkatkan kualitas audit (DeFond & Francis, 2005). Walaupun demikian, pada awal dekade 2000-an masih banyak Kantor Akuntan Publik (KAP) secara konsisten memberikan jasa audit pada klien. Banyak klien tetap loyal menggunakan jasa KAP walaupun kepercayaan terhadap profesi auditor menurun.

Untuk mencegah permasalahan akuntansi serupa di Indonesia dan untuk menghindari hubungan tidak wajar antara auditor dan klien, Indonesia sudah menerapkan beberapa peraturan mengenai hal ini selama dua dekade terakhir. Otoritas Jasa Keuangan menerbitkan POJK No.13/POJK.03/2017 tentang Penggunaan Jasa Akuntan Publik dan Kantor Akuntan Publik dalam Kegiatan Jasa Keuangan yang menjelaskan bahwa perusahaan wajib untuk melakukan pergantian auditor yang sama setelah tiga tahun secara berurutan dalam melaksanakan audit atas laporan keuangan. Di sisi lain, tidak ada batasan pasti dalam menggunakan jasa KAP. Lamanya penggunaan jasa KAP bergantung pada keputusan hasil evaluasi komite audit yang didasarkan pada potensi risiko penggunaan jasa KAP dalam

jangka waktu yang relatif lama. Beberapa perusahaan masih melakukan rotasi KAP dengan kemauan sendiri, walaupun rotasi KAP audit tidak diwajibkan kembali.

Menurut teori agensi, perbedaan tujuan dan kepentingan antara principal dan agen dapat memunculkan *conflict of interest*. Untuk menjembatani berbagai konflik kepentingan tersebut baik pihak internal maupun eksternal perusahaan, maka keberadaan auditor independen sangat dibutuhkan untuk menjamin informasi terkait perusahaan yang diterima berbagai pihak tersebut tetap berkualitas dan patuh terhadap standar yang berlaku. Dalam praktiknya, hubungan kerja sama yang terjalin antara auditor dan klien pada kenyataannya tidak selalu berjalan sesuai dengan harapan kedua pihak. Perselisihan auditor dan klien yang seringkali terjadi mendorong klien lebih selektif dalam memilih seorang auditor. KAP *big four* pada umumnya lebih dipercaya dan dipandang memiliki reputasi yang baik oleh publik sehingga perusahaan-perusahaan besar biasanya menjadikannya pilihan utama. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh kenyamanan perusahaan dalam menggunakan jasa auditor. Klien yang mendapatkan opini *unqualified* (wajar tanpa pengecualian) memiliki kemungkinan yang lebih tinggi untuk menggunakan jasa auditor tersebut lagi sehingga opini yang tidak wajar dapat dihindari apabila mengganti auditornya (Frag & Elias, 2011). Keadaan itu membuat klien semakin merasakan benefit dari perikatan audit dan dapat berlanjut dalam jangka waktu yang lama. Walaupun demikian, di sisi lain dikhawatirkan kualitas audit dapat menurun.

Wiyantoro & Pratama (2016) menyatakan bahwa memilih auditor yang dapat memenuhi tuntutan perusahaan menjadi penting karena perusahaan terus berkembang. Pergantian auditor akan menjadi solusi apabila perusahaan tidak dapat memenuhi tuntutan tersebut. Perusahaan akan mempertimbangkan untuk tetap menggunakan jasa auditor apabila memiliki reputasi yang baik dan kredibilitas yang tinggi. Di sisi lain, masih terdapat faktor lain yang memicu pergantian auditor seperti besaran *audit fee*. Hal ini dikarenakan suatu perusahaan tentunya akan membayar imbal jasa audit sesuai dengan kredibilitas dan kualitas dari auditor tersebut. Pemberian imbalan jasa audit secara tidak normal atau sering disebut *abnormal audit fee* juga merupakan cara yang ampuh bagi manajemen untuk

“membeli” opini seorang auditor. Chen *et al.* (2010) dan Xie *et al.* (2010) yang melakukan penelitian di bursa saham China tentang pengaruh *abnormal audit fee* terhadap peningkatan opini audit menemukan bahwa ada pengaruh positif. Serupa dengan itu, penelitian Yuejun (2011) menunjukkan bahwa pada perusahaan dengan motivasi yang lebih tinggi untuk menghindari kerugian, *abnormal audit fee* dikaitkan dengan peningkatan opini audit. Hal tersebut menunjukkan bahwa besaran *audit fee* yang dibayarkan oleh klien mempunyai kemungkinan untuk mempengaruhi loyalitas klien kepada auditornya.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui stabilitas hubungan atau loyalitas antara auditor dan kliennya. Penelitian ini akan mengeksplorasi pengaruh *abnormal audit fee* terhadap *client loyalty*. Klien yang tetap menggunakan jasa auditor mereka saat ini disebut sebagai "klien setia" atau "*loyal client*" dan klien yang mengganti auditor sebagai "*switchers*". Ada banyak alasan bagi klien untuk mengganti auditor (Ettredge *et al.*, 2007). Namun, pergantian auditor semacam itu belum tentu mengindikasikan klien "tidak loyal" atau "disloyal".

1.2 Kesenjangan Penelitian

Penelitian mengenai *client loyalty* sebagai sorotan utama tidak banyak dilakukan. Hal ini bukan berarti tidak ada peneliti yang ingin mengeksplorasi mengenai hal ini karena mengingat pentingnya menjaga stabilitas hubungan antara klien dan auditornya yang dikenal sebagai loyalitas. Auditor independen sebagai orang yang memberikan jasa secara profesional selama ini selalu dikaitkan dengan pemberian *audit fee* sebagai imbal jasa. Dalam hal ini, pemberian *audit fee* akan mempengaruhi hubungan kedua belah pihak. Menurut Barbadillo *et al.* (2009), dengan manajemen memilih dan membayar auditor akan menyebabkan independensi seorang auditor diragukan.

Penelitian-penelitian sebelumnya menemukan bahwa adanya perbedaan hasil temuan penelitian satu dengan yang lainnya terhadap konsep dan hipotesis yang sama. Penelitian yang telah dilakukan ini sebagian besar menyorot hubungan *abnormal audit fee* (atau dalam beberapa penelitian disebut *relative audit fee*)

dengan kemungkinan terjalinnya hubungan yang loyal antara klien dan juga auditornya. Salah satu penelitian mengenai hal ini di Indonesia oleh Wiyantoro & Pratama (2016) menemukan loyalitas klien tidak dipengaruhi oleh *audit fee*. Hal ini berarti kenaikan atau penurunan *audit fee* tidak akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas klien. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan mengenai pengungkapan *audit fee* di Indonesia yang tidak mengungkapkannya dalam laporan keuangan sehingga pengukuran yang digunakan adalah Ln(total asset).

Frag & Elias (2011) menemukan *relative audit fee* atau biasa disebut juga *abnormal audit fee* berpengaruh positif secara signifikan terhadap tingkat loyalitas klien. Analisis tambahan yang dilakukan juga menunjukkan bahwa *audit fee* yang lebih tinggi akan mempengaruhi loyalitas klien pada klien serupa di industri. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan semakin klien membayarkan *audit fee* lebih tinggi secara tidak normal, maka akan meningkatkan probabilitas klien untuk tetap loyal.

Penelitian ini mengeksplorasi apakah terdapat pengaruh signifikan *abnormal audit fee* terhadap *client loyalty*. Hal yang membuat perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penggunaan model pengukuran *abnormal audit fee* dari Choi et al. (2010) yang lebih kompleks karena lebih banyak pertimbangan dalam menentukan estimasi *normal audit fee*. Selain itu, sampel penelitian ini juga menggunakan hampir semua sektor perusahaan kecuali sektor non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Dengan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang mempresentasikan perusahaan-perusahaan di Indonesia.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh *abnormal audit fee* beserta faktor-faktor lainnya terhadap *client loyalty*.

1.4 Ringkasan Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sumber data penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui perantara atau tidak didapatkan langsung dari sumber pertama. Data yang dikumpulkan berupa laporan keuangan auditan dan laporan tahunan dari perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2016 – 2018 yang diperoleh dengan cara mengunduh data-data tersebut melalui website resmi BEI yaitu www.idx.co.id dan juga website resmi masing-masing perusahaan bila diperlukan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik untuk menganalisis pengaruh *abnormal audit fee* terhadap *client loyalty*.

1.5 Ringkasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian menemukan bahwa *abnormal audit fee* berpengaruh positif terhadap *client loyalty* dengan menggunakan metode analisis regresi logistik. Selain itu, variabel kontrol yaitu ukuran KAP dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap *client loyalty* sedangkan ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, opini audit dan *loss* tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

1.6 Kontribusi Riset

Hasil penelitian ini memberikan beberapa kontribusi. Penelitian ini memberikan gambaran mengenai pengaruh *abnormal audit fee* terhadap *client loyalty*. Penelitian ini juga menjabarkan pengaruh *abnormal audit fee* terhadap *client loyalty* dengan menggunakan model pengukuran yg lebih kompleks. Terakhir, penelitian ini mampu memberikan bukti empiris tentang pengaruh pengaruh *abnormal audit fee* terhadap *client loyalty* sehingga dapat menjadi pertimbangan bagi pembuat kebijakan dalam menentukan aturan-aturan terkait profesi auditor independen.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran mengenai hal-hal yang memotivasi peneliti untuk membahas mengenai *client loyalty* yang berisi latar belakang masalah, kesenjangan penelitian yang telah dilakukan peneliti sebelumnya, tujuan penelitian, ringkasan hasil penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori agensi, *audit fee*, *abnormal audit fee* dan *client loyalty*. Bab ini juga menguraikan penelitian terdahulu secara mendalam berdasarkan topik terkait. Selanjutnya dari landasan teori maka dapat dibentuk hipotesis mengenai pengaruh *abnormal audit fee* terhadap *client loyalty* yang akan diuji melalui kerangka berpikir penelitian ini.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metode dalam melaksanakan penelitian, yaitu meliputi penelitian kuantitatif dengan metode analisis yang digunakan adalah regresi logistik dan ordinal. Variabel yang digunakan terdiri atas variabel dependen, variabel independen, dan beberapa variabel kontrol. Pada bab ini juga membahas metode pengumpulan data serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam hasil dan pembahasan, peneliti akan memberikan gambaran umum tentang subjek dan objek penelitian mengenai pengaruh *abnormal audit fee* terhadap *client loyalty* dengan mengambil sampel perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018. Selain itu, bab ini memberikan informasi mengenai hasil analisis dan interpretasi data berdasarkan pengujian hipotesis mengenai variabel dependen dan independen.

BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini yang berisi tentang ringkasan temuan penelitian secara umum, alasan dan kontribusi penting dari penelitian, keterbatasan penelitian dan saran untuk para pengambil kebijakan (praktisi) maupun untuk peneliti kedepannya (akademisi).