

**ANALISIS PENGARUH PERSAINGAN
TERHADAP *AGENCY COST***
(Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI
pada Tahun 2010-2012)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

Teguh Prawibowo
NIM. 12030110141031

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2014**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Teguh Prawibowo
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110141031
Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Akuntansi
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PERSAINGAN
TERHADAP *AGENCY COST* (Studi
Empiris Perusahaan Manufaktur yang
Terdaftar di BEI pada Tahun 2010-2012)**
Dosen Pembimbing : Agung Juliarto, S.E, M.Si, Ph.D, Akt.

Semarang, 17 Juni 2014

Dosen Pembimbing,

(Agung Juliarto, S.E, M.Si, Ph.D, Akt.)

NIP. 19730722 20212 1002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Teguh Prawibowo
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110141031
Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Akuntansi
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PERSAINGAN
TERHADAP *AGENCY COST* (Studi
Empiris Perusahaan Manufaktur yang
Terdaftar di BEI pada Tahun 2010-2012)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 25 Juni 2014

Tim Penguji

1. Agung Juliarto, S.E., M.Si., Ph.D., Akt. (.....)
2. Fuad, S.E.T., M.Si., Ph.D., Akt. (.....)
3. Shiddiq Nur Rahardjo, S.E., M.Si., Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Teguh Prawibowo, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: *ANALISIS PENGARUH PERSAINGAN TERHADAP AGENCY COST* (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2010-2012), adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 15 Juni 2014

Yang membuat pernyataan,

(Teguh Prawibowo)
NIM. 12030110141031

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persaingan terhadap *agency cost*. Dalam penelitian ini, persaingan diproksikan dengan PPE (*Property, Plant, and Equipment*), CPS (*Cost per Sale*), dan Penjualan Perusahaan, sedangkan *agency cost* diproksikan dengan *audit fee*. Penelitian ini mengembangkan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nayeri dan Salehi (2013) serta Valipour *et.al.* (2013).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2012. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh 131 data observasi untuk diteliti. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS *release 20*.

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa PPE (*Property, Plant, and Equipment*) tidak berpengaruh signifikan terhadap *audit fee*. Sementara itu, CPS (*Cost per Sale*) berpengaruh signifikan negatif terhadap *audit fee*, dan Penjualan Perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap *audit fee*. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan dapat menurunkan *agency cost*.

Kata Kunci : Persaingan, Teori Agensi, *Agency Cost*, dan *Audit Fees*

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the effect of competition on agency cost. In this research, the competition is proxied by PPE (Property, Plant, and Equipment), CPS (Cost per Sale), and Company's Sales while agency cost is proxied by audit fee. This research is based on previous research conducted by Nayeri and Salehi (2013) and Valipour et.al. (2013).

The sample of this research was manufacturing company which listed on the Indonesian Stock Exchange (BEI) in the year 2010 to 2012. Data were collected by using purposive sampling method and 131 observation data were analyzed. The hypothesis testing of this research utilized multiple regression analysis with SPSS release 20.

The results of multiple regression analysis show that the PPE (Property, Plant, and Equipment) has no significant effect on audit fees. Meanwhile, CPS (Cost per Sale) has significant negative effect on audit fees and Company's Sales has significant positive effect on audit fees. The results indicate that competition can mitigate agency cost.

Keywords: Competition, Agency Theory, Agency Cost, and Audit Fees

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji dan syukur yang tak terhingga penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, kemudahan dan kekuatan, serta Rasulullah SAW yang telah menjadi inspirasi bagi penulis sehingga skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH PERSAINGAN TERHADAP AGENCY COST (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2010-2012)”** dapat selesai dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa selama melakukan penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, bantuan serta doa yang tulus sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tersayang yaitu Agus Yoyon Sudiyono dan Alm. Aminah yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan, dan kasih sayang kepada penulis.

2. Prof. Drs. H. Mohammad Nasir, Ph.D., M.Si., Akt., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Agung Juliarto, S.E, M.Si, Ph.D, Akt., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan baik, memberikan saran dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Prof. Dr. Muchammad Syafruddin, M.Si., Akt., selaku Ketua Jurusan Akuntansi yang telah memberikan banyak pelajaran penting bagi penulis.
5. Dr. Agus Purwanto, S.E., M.Si., Akt., selaku dosen wali yang telah membantu penulis selama menjalani proses perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan telah membantu selama masa perkuliahan. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah membantu selama proses perkuliahan.
7. Adik-adikku, Esthu Nurhikmayanti dan Andrean yang memberikan inspirasi dan selalu membantu, mendukung serta mendoakan penulis dalam aktivitas kuliah dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Sera Silviana yang sudah menjadi kekasih terbaik bagi penulis yang memberikan doa dan semangat setiap hari, atas doa dan dukungannya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Pakde Marsono, Bude Siti, Pakde Minto, Bude Ida, Mas Eka Herma Tetuko, Mba Devita Astari, dan keponakan penulis Shanata Deka Devasre yang lucu

telah memberikan doa dan semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini

10. Tri Adi Wibowo, Ardian Setianto, Niko Ardianto, Ardi Hakitama, Atta Putra Harjanto, M. Norfianto, dan M. Armidla Suharjono serta teman-teman Akuntansi 2010 Reg II yang selalu mendukung dan mendoakan serta memberikan warna hidup dalam menjalani perkuliahan.
11. Teman-teman seperjuangan dalam proses bimbingan pembuatan skripsi, Cintya W.P. dan Indah Rahmawati, yang telah memberikan dukungan dan semangat bagi penulis.
12. Teman-teman KKN Tim II Desa Tampir Wetan, Kec. Candimulyo, Kab. Magelang dan Keluarga Besar Pak Tri Margono yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
13. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan akan mendapat imbalan dari Allah SWT. Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Aamiin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 15 Juni 2014

Penulis,

Teguh Prawibowo

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Wahai orang-orang yang beriman! Mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan salat. Sungguh, Allah beserta orang-orang yang sabar.”

(QS. Al Baqarah : 153)

اللّٰهُ سَبِيْلٍ فِىْ فَهُوَ الْعِلْمِ طَلَبِ فِىْ جَ خَرٍ مَنْ

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah”

(HR.Turmudzi)

“Life is like a wheel, sometimes you will be on the top, sometimes you will be at the bottom. It is not important when we become on the top or at the bottom. But the most important is syukur when success and shabar when fail.”

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- Ibu dan Bapak yang saya sayangi dan hormati
- Adik-adikku yang saya sayangi Esthu N dan Andrean

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Teori Agensi (<i>Agency Theory</i>)	11
2.1.2 Biaya Keagenan (<i>Agency Cost</i>)	13

2.1.3 <i>Audit Fee</i>	16
2.1.4 Persaingan.....	19
2.1.5 Efektivitas Persaingan Sebagai Mekanisme Pengendalian	22
2.1.6 Pandangan Mengenai Persaingan dan <i>Audit Fee</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
2.4 Perumusan Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	38
3.1.1 Variabel Dependen	38
3.1.2 Variabel Independen.....	39
3.1.3 Variabel Kontrol	41
3.2 Populasi dan Sampel	44
3.3 Jenis dan Sumber Data	45
3.4 Metode Pengumpulan Data	46
3.5 Metode Analisis.....	46
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	46
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	47
3.5.3 Pengujian Hipotesis	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.2 Analisis Data	55
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	55

4.2.2 Uji Asumsi Klasik	59
4.2.2.1 Uji Normalitas	60
4.2.2.2 Uji Multikolinieritas	61
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	63
4.2.2.4 Uji Autokorelasi	64
4.2.3 Uji Hipotesis	65
4.3 Interpretasi Hasil	70
BAB V PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Keterbatasan	75
5.3 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	29
Tabel 4.1 Daftar Perusahaan Sampel Penelitian	54
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	56
Tabel 4.3 Opini Audit (REM)	58
Tabel 4.4 Pergantian KAP (CHAN)	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi	65
Tabel 4.9 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	66
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinasi Model Regresi	67
Tabel 4.11 Hasil Uji t Model Regresi	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Penentu Persaingan Suatu Industri.....	20
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1 Grafik Normal <i>P-Plot</i>	60
Gambar 4.2 <i>Scaterrplot</i>	63

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Daftar Nama Sampel Perusahaan Manufaktur Pada Tahun 2010 – 2012	81
Lampiran B Hasil Output SPSS	83

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan didirikan bertujuan untuk memperoleh profitabilitas yang maksimal dengan biaya operasional yang minimal agar tetap bertahan hidup dan berkembang secara berkelanjutan (*sustainability*). Peran akuntansi sangat erat dalam mengolah informasi keuangan perusahaan. Oleh karena itu, untuk menghasilkan informasi tersebut, akuntansi dapat menghasilkan suatu laporan keuangan. Berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 1 Revisi per 1 Juni 2012 bahwa laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Laporan keuangan juga menunjukkan hasil pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dapat dipercaya kepada mereka dan menunjukkan apakah keadaan dari suatu entitas tersebut baik atau buruk.

Informasi saat ini mudah didapat karena adanya peningkatan kualitas dalam bidang teknologi yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan ekonomi seperti, melalui basis data elektronik, internet, maupun sumber-sumber informasi lainnya tetapi bagaimana memilih informasi yang dapat diandalkan keabsahannya, kepercayaannya, kerelevanannya, dan ketepatan waktunya. Informasi dari laporan keuangan itu sendiri tidak hanya digunakan oleh pihak manajemen perusahaan saja, namun informasi itu juga digunakan oleh beberapa pihak seperti, investor,

kreditor, dan masyarakat yang menggunakan informasi tersebut untuk pengambilan suatu keputusan ekonomi.

Bermula adanya permasalahan yang dihadapi oleh suatu entitas di mana terkadang terdapat konflik kepentingan (*conflict of interest*) dan asimetri informasi yang dialami antara prinsipal dan agen. Hal tersebut memberikan kesempatan terhadap agen (manajer) untuk bertindak oportunistis, yaitu untuk mendapatkan keuntungan pribadi. Menurut Scott (2000), terdapat dua macam asimetri informasi yaitu *adverse selection* (manajer mengetahui informasi yang lebih banyak dibandingkan prinsipal) dan *moral hazard* (kegiatan manajer tidak seluruhnya diketahui oleh prinsipal sehingga dapat melakukan tindakan yang tidak layak).

Adanya konflik kepentingan (*conflict of interest*) antara prinsipal dan agen tersebut dapat menimbulkan biaya keagenan (*agency cost*). Biaya keagenan (*agency cost*) merupakan biaya penurunan kesejahteraan yang dialami oleh prinsipal karena adanya perbedaan informasi antara prinsipal dan kepentingan agen. Jensen and Meckling (1976) menyatakan bahwa terdapat 3 jenis biaya keagenan (*agency cost*), yaitu *monitoring cost*, *bonding cost*, dan *residual loss*. *Monitoring cost* adalah biaya yang dikeluarkan oleh prinsipal untuk melakukan pemantauan terhadap perilaku agen, seperti melalui *budget restriction*, *compensation policies*, dan biaya audit (*audit fee*). *Bonding cost* adalah biaya yang dikeluarkan prinsipal untuk menjamin agar agen tidak akan melakukan tindakan tertentu yang akan merugikan prinsipal. *Residual loss* adalah penurunan tingkat kesejahteraan prinsipal maupun agen setelah adanya *agency relationship*.

Konflik antara agen dan prinsipal memang hal yang menarik untuk diteliti. Dengan adanya konflik kepentingan ini dibutuhkan pihak eksternal yang dapat membantu menurunkan risiko terjadinya masalah keagenan ini, pihak eksternal itu merupakan salah satunya adalah pihak auditor yang independen untuk mengevaluasi kinerja suatu entitas yang dijalankan oleh agen itu sendiri maupun prinsipal. Jasa auditor independen merupakan salah satu usaha yang dilakukan pihak prinsipal untuk memonitor dan mengendalikan perilaku agen yang bertindak oportunistik. Pihak prinsipal mengeluarkan sejumlah biaya atas penggunaan jasa auditor independen ini, yaitu biaya audit (*audit fee*).

Audit fee merupakan honorarium yang dibebankan oleh akuntan publik kepada perusahaan *auditee* atas jasa audit yang dilakukan akuntan publik terhadap laporan keuangan (Iskak, 1999). *Audit fee* merupakan salah satu dari *agency cost* yang dikeluarkan pihak prinsipal atas jasa untuk memonitor manajer agar tidak melakukan tindakan yang merugikan prinsipal. Beberapa penelitian menguji faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *audit fee* di negara berkembang seperti Indonesia. Hapsari (2013) menyatakan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi *audit fee* adalah fungsi audit internal perusahaan. Sedangkan Nugrahani (2013) menyatakan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi *audit fee* adalah internal audit, *good corporate governance*, karakteristik auditor (*Big Four*), ukuran perusahaan, dan anak perusahaan. Beberapa penelitian seperti Wang (2010) serta Nayeri dan Salehi (2013), salah satu yang mempengaruhi *agency cost (audit fee)* adalah persaingan yang dilakukan oleh setiap perusahaan.

Perusahaan saat ini beroperasi dalam lingkungan yang kompetitif dan berkembang sangat pesat dengan adanya peningkatan dalam bidang teknologi. Hal tersebut membuat perusahaan harus bersaing dengan lingkungan nasional maupun lingkungan internasional serta memperluas kegiatan operasionalnya. Setiap perusahaan yang aktif dalam pasar ingin mengalahkan persaingan antar perusahaan yang lain tetapi pada saat yang sama perusahaan menghadapi kondisi di mana bagaimana perusahaan dapat mengurangi biaya-biaya yang menempatkan perusahaan berada di bawah tekanan yang berat.

Penelitian ini memfokuskan bagaimana tingkat persaingan yang berbeda-beda akan mempengaruhi risiko penilaian auditor dalam risiko perusahaan. Tingkat persaingan perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda-beda sehingga dapat menimbulkan tingkah laku suatu perusahaan yang berbeda pula. Hal tersebut dapat mempengaruhi jumlah *audit fee* terhadap auditor berbeda-beda. Terdapat kontradiksi dalam penafsiran persaingan terhadap *agency cost*, sudut pandang pertama adalah ketika perusahaan menghadapi persaingan yang kompetitif maka perusahaan akan lebih merasakan tingkat risiko likuiditas dan risiko kebangkrutan yang lebih tinggi (Schmidt, 1997). Oleh karena itu, risiko bisnis akan dapat meningkatkan risiko audit. Sudut pandang yang kedua adalah persaingan yang merupakan salah satu peran dari *good corporate governance* akan mengurangi jumlah *agency cost* antara pemegang saham dan agen. Oleh karena itu, masalah antara agen dan prinsipal dan risiko audit akan berkurang.

Beberapa penelitian telah dilakukan oleh peneliti tentang pengaruh persaingan dan *agency cost*. Studi yang dilakukan oleh Jagannathan dan

Srinivasan (2000) meneliti tentang pengaruh persaingan terhadap biaya keagenan yang dilakukan di Amerika Serikat, di mana biaya keagenan diproksikan oleh aliran aset. Objek penelitian ini dilakukan pada 165 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Amerika Serikat dengan menggunakan model analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang negatif antara persaingan di pasar produk dan biaya keagenan.

Studi yang dilakukan Griffith (2001) meneliti efek persaingan di pasar produk dan biaya keagenan, sampel dilakukan pada 897 perusahaan Eropa pada periode 1980-1996, di mana biaya keagenan diukur dengan rasio biaya operasional terhadap penjualan. Hasil menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan negatif antara persaingan di pasar produk dan biaya keagenan, dan juga ditemukan bahwa rasio pinjaman dari sistem perbankan terhadap total utang dan jumlah anggota yang terikat sebagai direksi dapat mengurangi biaya keagenan.

Leventis *et al.* (2011) yang melakukan penelitian di Yunani menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan negatif antara persaingan di pasar produk dan biaya keagenan, di mana ketika variabel persaingan diproksikan (aset tetap, biaya per penjualan, dan durasi audit) meningkat dapat mengurangi biaya agensi. Namun demikian, dalam penelitian Wang (2010) menyatakan bahwa terdapat dua kontradiksi mengenai persaingan dan *audit fee*. Pertama, ketika perusahaan berhadapan dengan persaingan yang kompetitif, di sana terjadi peningkatan likuiditas yang semakin tinggi dan ancaman kebangkrutan akan muncul. Kedua, perusahaan yang kompetitif di mana persaingan memainkan

peran dari prinsip tata kelola yang baik, hal tersebut dapat mengurangi biaya keagenan. Ukuran yang digunakan dalam menentukan tingkat persaingan dalam penelitian Wang (2010) menggunakan *Herfindahl-Hirschman index (HIndex)*. Hasil penelitian ditemukan bahwa terdapat hubungan positif antara persaingan dan *audit fee*.

Nayeri dan Salehi (2013) meneliti pengaruh antara persaingan yang diproksikan oleh PPE (*Property, Plant, and Equipment*), *Cost per sale*, dan *Company's sales* dengan *agency cost* yang diproksikan oleh *audit fee*. Objek penelitian ini dilakukan pada 67 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Teheran untuk periode 2006-2011. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis regresi menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan negatif antara persaingan dan *agency cost*.

Beberapa penelitian telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu di mana terdapat *research gap* mengenai pengaruh antara persaingan dan *agency cost*. Berawal dari *research gap* yang terjadi, dalam penelitian Wang (2010) menunjukkan hubungan yang positif antara persaingan dan *agency cost* yang diproksikan oleh *audit fee* di mana penelitiannya dilakukan di Cina. Namun demikian, beberapa penelitian setelah itu seperti Nayeri dan Salehi (2013) serta Valipour dan Moradi (2013) menguji pada negara yang sama yaitu di Iran menunjukkan adanya hubungan yang signifikan negatif dan variabel-variabel yang diproksikan dalam persaingan dan biaya keagenan. Selain itu, biaya keagenan juga diukur dengan cara yang berbeda-beda.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Nayeri dan Salehi (2013) yang menguji pengaruh persaingan terhadap biaya keagenan (*audit fee*) menggunakan sampel 67 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Teheran untuk periode 2006-2011. Penelitian ini cukup menarik terutama untuk negara berkembang seperti Indonesia karena persaingan akan semakin kompetitif dalam dunia usaha dan pengungkapan *audit fee* dalam laporan tahunan masih berupa *voluntary disclosure*. Penelitian ini mengembangkan dari penelitian yang sudah ada tersebut dan memeriksa kembali pengaruh persaingan yang diproksikan pada PPE (*Property, Plant, and Equipment*), *costs per sale*, dan penjualan perusahaan terhadap *agency cost* yang diproksikan pada *audit fee*.

Perbedaan penelitian ini dengan Nayeri dan Salehi (2013) antara lain adalah lokasi penelitian dan periode tahun yang diamati pada tahun 2010 sampai dengan tahun 2012 di mana mencerminkan kondisi saat ini di Indonesia. Selain itu, penelitian ini memfokuskan pada sektor manufaktur saja, karena tingkat persaingan pasar produk perusahaan manufaktur dalam pasar cukup besar serta perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang relatif besar terhadap perekonomian. Perusahaan manufaktur juga memiliki jumlah aset tetap yang besar yang merupakan salah satu proksi persaingan dalam penelitian sebelumnya. Untuk memenangkan persaingan itu dibutuhkan suatu investasi pada aset tetap untuk mengolah produk mentah sampai produk siap dijual yang kreatif dan inovatif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian ini dan mengacu pada penelitian sebelumnya (Nayeri dan Salehi, 2013) berupa hubungan antara persaingan yang diproksikan pada PPE (*Property, Plant, and Equipment*), *costs per sale*, dan penjualan perusahaan terhadap *agency cost* yang diproksikan pada *audit fee*. Dengan demikian, secara spesifik rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah PPE (*Property, Plant, and Equipment*) berpengaruh terhadap *audit fee*?
2. Apakah *costs per sale* berpengaruh terhadap *audit fee* ?
3. Apakah penjualan perusahaan berpengaruh terhadap *audit fee* ?

1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dan Kegunaan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh persaingan terhadap *agency cost* yang dapat berguna untuk pihak yang membutuhkan. Adapun secara rinci tujuan dan kegunaan penelitian akan disajikan sebagai berikut :

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Menganalisis pengaruh PPE (*Property, Plant, and Equipment*) terhadap *audit fee*.

2. Menganalisis pengaruh *costs per sale* terhadap *audit fee*.
3. Menganalisis pengaruh penjualan perusahaan terhadap *audit fee*.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan yang dijelaskan sebelumnya, kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam tambahan literatur bagi pihak lain yang melakukan penelitian mengenai pengaruh persaingan terhadap *agency cost*. Selanjutnya penelitian ini dapat memperkaya khasanah pengetahuan mengenai hubungan persaingan terhadap *agency cost* yang telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

2. Manfaat Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan, pengetahuan, pengertian dan pemahaman bagi para pelaku bisnis seperti manajer dan *shareholder* tentang peran persaingan pasar dalam mendisplinkan perusahaan sehingga menurunkan *agency cost*.

1.4 Sistematika Penulisan

Skripsi ini akan disajikan dalam sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bagian ini dijelaskan mengenai landasan teori yang mendasari diadakannya penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan pengembangan hipotesis.

BAB III Metode Penelitian

Pada bagian ini metode penelitian menjelaskan tentang variabel penelitian, penentuan populasi dan sampel, teknis analisis, dan pengujian hipotesis.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini diuraikan tentang deskripsi obyek penelitian yang terdiri dari gambaran umum sampel dan hasil olah data serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V Penutup

Bab ini merupakan simpulan penelitian, keterbatasan serta saran bagi penelitian mendatang

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Landasan teori menjabarkan teori-teori yang mendukung perumusan hipotesis yang ada dalam penelitian. Landasan teori dalam penelitian ini menggunakan *agency theory* dan persaingan yang digunakan untuk memecahkan permasalahan-permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

2.1.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Menurut Jensen and Meckling (1976) bahwa hubungan keagenan adalah sebuah kontrak antara agen dan prinsipal. Prinsipal adalah pihak yang memberikan mandat kepada agen (manajer) untuk bertindak atas nama prinsipal, sedangkan agen adalah pihak yang diberi mandat oleh prinsipal untuk menjalankan perusahaan.

Manajer dan prinsipal merupakan dua pihak yang rasional dan berhasrat agar kepentingan masing-masing dapat terpelihara. Manajer selaku pihak yang mengetahui bagaimana kondisi perusahaan yang sebenarnya, berusaha untuk memperoleh keuntungan yang maksimal bagi pihaknya. Sementara itu, prinsipal juga berkeinginan agar manajer melakukan tindakan sesuai dengan apa yang dikendaki oleh prinsipal.

Teori keagenan ini berawal dari dua masalah utama yang terjadi antara agen dan prinsipal (Eisenhardt, 1989). Pertama, hubungan antara agen (manajer) dan

prinsipal (pemegang saham) yang berakhir pada asimetri informasi antara kedua belah pihak. Kedua, adanya konflik kepentingan (*conflict of interest*) yang dialami antara agen dan prinsipal karena terdapat perbedaan tujuan di antara keduanya.

Eisenhardt (1989) menyatakan terdapat 3 asumsi dasar yang melandasi teori agensi.

1. Asumsi tentang sifat manusia

Sifat manusia yang mementingkan diri sendiri (*self interest*), memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*), kemudian manusia selalu menghindari resiko (*risk adverse*).

2. Asumsi tentang keorganisasian

Dalam suatu organisasi terdapat konflik antar anggota organisasi dan efisiensi sebagai kriteria produktivitas, serta asimetri informasi antara pihak agen dengan prinsipal.

3. Asumsi tentang informasi

Informasi dipandang oleh perusahaan dapat mempengaruhi kualitas pengungkapan informasinya.

Akibat adanya asimetri informasi ini, hal tersebut dapat menimbulkan dua permasalahan yang disebabkan adanya kesulitan prinsipal untuk memonitor dan melakukan kontrol terhadap tindakan-tindakan agen. Menurut Scott (2000), terdapat dua macam asimetri informasi.

1. *Adverse Selection*, yaitu bahwa para manajer serta orang-orang dalam lainnya biasanya mengetahui lebih banyak informasi tentang keadaan dan prospek perusahaan dibandingkan investor pihak luar. Informasi yang akan

digunakan keputusan ekonomi oleh pemegang saham tersebut tidak disampaikan kepada pemegang saham sehingga akan mempengaruhi keputusan yang diambil.

2. *Moral Hazard*, yaitu bahwa kegiatan yang dilakukan manajer tidak seluruhnya diketahui oleh pemegang saham maupun pemberi pinjaman sehingga manajer dapat melakukan tindakan tanpa sepengetahuan pemegang saham yang melanggar kontrak dan sebenarnya secara etika atau norma tidak layak dilakukan.

Dengan demikian, konflik antara manajer dan prinsipal muncul karena adanya asimetri informasi dari kedua belah pihak, yang pada akhirnya mengakibatkan perilaku menyimpang dan manajer dengan melakukan manajemen laba (perataan atau peningkatan pendapatan) dalam penyajian laporan keuangan. Dengan adanya kondisi ini menimbulkan tata kelola perusahaan yang kurang sehat karena tidak adanya keterbukaan dari manajemen untuk mengungkapkan hasil kinerjanya kepada prinsipal sebagai pemilik perusahaan (Arifin, 2005).

2.1.2 Biaya Keagenan (*Agency Cost*)

Masalah keagenan seperti yang dibahas sebelumnya, apabila kepentingan antara manajer dan prinsipal ini terus dibiarkan berlanjut dan menyebabkan konflik yang berkepanjangan dan dapat memicu munculnya biaya keagenan (*agency cost*). *Agency cost* merupakan penurunan kesejahteraan yang dialami oleh pihak prinsipal karena adanya perbedaan antara pihak prinsipal maupun agen.

mana menurut Jensen and Meckling (1976, p.6) dalam Scoot (2000) terdapat 3 (tiga) jenis biaya keagenan, yaitu :

1. *Monitoring Cost.*
2. *Bonding Cost.*
3. *Residual Loss.*

Monitoring cost merupakan biaya pemantauan perilaku agen yang dikeluarkan oleh prinsipal untuk mengukur, memantau, dan mengendalikan perilaku agen. Contoh *monitoring cost* adalah biaya audit, kompensasi manajemen (*management compensation*), pembatasan anggaran (*budget restriction*), dan aturan operasi. Pihak prinsipal akan melindungi risiko biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pemantauan perilaku agen dengan cara menyesuaikan remunerasi yang dibayarkan kepada agen. Sebagai contoh, seorang manajer dengan reputasi yang baik akan diharapkan untuk berperilaku demi kepentingan prinsipal sehingga mungkin pihak prinsipal akan sedikit melakukan pemantauan terhadap manajernya dan manjer pun akan mendapatkan gaji yang lebih baik. Jika manajer memiliki reputasi yang buruk atau tidak pasti, prinsipal akan melakukan pemantauan kinerja manajernya menjadi lebih ketat. Artinya, prinsipal membayar gaji manajernya akan berkurang dan meningkatkan biaya monitoring. Cara yang baik dilakukan oleh prinsipal untuk melindungi agar risiko meningkatnya *agency cost* yaitu '*price protection*'.

Demikian pula seperti kontrak utang yang dilakukan antara prinsipal dan agen. Semakin besar risiko kredit, semakin banyak pemberi pinjaman (prinsipal) akan melakukan pemantauan kinerja perusahaan terhadap investasi yang

dikeluarkan. Sebagai kompensasi untuk biaya monitoring, tingkat bunga yang dipinjamkan dari prinsipal akan lebih tinggi atau jangka waktu prinsipal dalam pemberian pinjaman akan dipersingkat. Tingkat bunga dan jangka waktu itu merupakan cara yang dilakukan prinsipal agar menekan peningkatan *agency cost* atau sering disebut dengan istilah '*price - protect*'.

Karena dengan adanya *price - protect* pada akhirnya biaya monitoring yang berhubungan dengan kontrak akan ditanggung oleh agen. Oleh karena itu, agen cenderung membentuk suatu mekanisme untuk menjamin bahwa mereka akan berperilaku untuk tidak akan menggunakan tindakan tertentu yang akan merugikan prinsipal atau untuk menjamin bahwa agen akan diberi kompensasi jika agen tidak mengambil banyak tindakan. Biaya perikatan kontrak ini biasa disebut dengan *bonding cost* yang ditanggung oleh agen. Sebagai contoh, manajer mungkin dengan sukarela memberikan laporan keuangan triwulan kepada pemegang saham untuk menunjukkan bahwa manajer memiliki keunggulan komparatif atau mungkin manajer tidak akan mengungkapkan informasi perusahaan kepada pesaing. Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh agen terkait dengan *bonding cost* ini seperti :

1. Waktu dan usaha yang terlibat dalam menghasilkan laporan keuangan kuartalan kepada prinsipal.
2. Kendala pada kegiatan manajer karena laporan kuartalan akan mengungkapkan perilaku oportunistik yang dilakukan manajer.
3. Pendapatan yang dikorbankan oleh agen untuk tidak menjual rahasia perusahaan kepada perusahaan pesaing.

Meskipun dengan adanya *monitoring cost* yang dikeluarkan oleh prinsipal dan *bonding cost* yang ditanggung oleh agen, akan ada kemungkinan bahwa kepentingan agen tetap tidak akan sesuai dengan kepentingan pihak prinsipal. Hal tersebut akan menyebabkan tingkat kesejahteraan pihak prinsipal dan agen akan menurun setelah adanya *agency problem*. Penurunan kesejahteraan yang dialami kedua belah pihak itu biasa disebut dengan *residual loss*.

Masalah keagenan yang dilatarbelakangi oleh adanya konflik kepentingan dan asimetri informasi dapat berkurang dengan adanya tata kelola yang baik dari perusahaan. Tata kelola yang baik merupakan salah satu peran yang dimainkan oleh persaingan yang dilakukan perusahaan. Dan hal tersebut, diharapkan akan mengurangi biaya keagenan (*agency cost*).

2.1.3 Audit Fee

Dalam penelitian ini *audit fee* sebagai proksi *agency cost* dikarenakan biaya yang dikeluarkan oleh pihak prinsipal terhadap pihak yang independen dalam melakukan pemeriksaan maupun pemantauan terhadap apa yang dilakukan oleh agen. Pihak yang independen itu sendiri adalah akuntan publik yang dipercaya oleh pemegang saham untuk mengawasi agen tidak bertindak untuk kepentingan mereka masing-masing.

Profesi akuntan publik memiliki karakteristik yang berbeda dengan profesi lainnya seperti, dokter atau pun pengacara. Profesi dokter maupun pengacara akan menerima *fee* dari kliennya, dan memihak kepada kliennya. Berbeda dengan halnya profesi akuntan publik di mana mereka pun mendapatkan *fee* tetapi tidak

memihak kepada kliennya, akuntan publik dituntut harus independen terhadap segala pemeriksaan yang dilakukan terhadap kliennya. Oleh karena itu, *fee* yang dikeluarkan oleh klien (pihak prinsipal) merupakan salah satu bentuk pengendalian yang dilakukan terhadap agen untuk tidak bertindak oportunistis.

Simunic (1980) adalah orang yang pertama kali membuat penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya *fee* yang diberikan kepada seorang auditor. Dari hasil penelitiannya diketahui bahwa *fee* audit ditentukan berdasarkan oleh besar kecilnya perusahaan yang diaudit (*client size*), risiko audit (atas dasar *current ratio*, *quick ratio*, *D/E*, *litigation risk*) dan kompleksitas audit (*subsidiaries*, *foreign listed*). Penelitian Simunic kemudian dijadikan acuan untuk penelitian-penelitian berikutnya mengenai *fee* audit.

Iskak (1999) mendefinisikan *fee* audit sebagai honorarium yang dibebankan oleh akuntan publik kepada perusahaan *auditee* atas jasa audit yang dilakukan akuntan publik terhadap penetapan *fee* audit yang dilakukan oleh KAP berdasarkan perhitungan dari biaya pokok pemeriksaan yang terdiri dari biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya langsung terdiri dari biaya tenaga, yaitu manajer, supervisor, auditor junior dan auditor senior. Sedangkan biaya tidak langsung seperti biaya percetakan, biaya penyusutan komputer, gedung dan asuransi. Setelah dilakukan perhitungan biaya pokok pemeriksaan maka akan dilakukan tawar menawar antar klien dengan kantor akuntan publik.

Mulyadi (2002), menjelaskan bahwa besarnya *fee* profesional anggota dapat bervariasi tergantung antara lain: risiko penugasan, kompleksitas jasa yang diberikan, tingkat keahlian yang diperlukan untuk melaksanakan jasa tersebut,

struktur biaya KAP yang bersangkutan dan pertimbangan profesional lainnya. Dijelaskan juga bahwa anggota KAP tidak diperkenankan mendapatkan klien dengan cara menawarkan *fee* yang dapat merusak citra profesi. Selain *fee* profesional, terdapat juga *fee* kontinjensi. *Fee* kontinjensi adalah *fee* yang ditetapkan untuk pelaksanaan suatu jasa profesional tanpa adanya *fee* yang akan dibebankan, kecuali ada temuan atau hasil tertentu di mana jumlah *fee* tergantung pada temuan atau hasil tertentu. *Fee* dianggap tidak kontinjen jika ditetapkan oleh pengadilan atau badan pengatur atau dalam hal perpajakan, jika dasar penetapan adalah hasil penyelesaian hukum atau temuan badan pengatur. Dalam hal ini anggota KAP tidak diperkenankan untuk menetapkan *fee* kontinjensi apabila penetapan tersebut dapat mengurangi independensi.

Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI) menerbitkan Surat Keputusan No. KEP.024/IAPI/VII/2008 pada tanggal 2 Juli 2008 tentang Kebijakan Penentuan *Fee* Audit. Dalam bagian Lampiran 1 dijelaskan bahwa panduan ini dikeluarkan sebagai panduan bagi seluruh Anggota Institut Akuntan Publik Indonesia yang menjalankan praktik sebagai akuntan publik dalam menetapkan besaran imbalan yang wajar atas jasa profesional yang diberikannya.

Dalam Surat Keputusan ini dijelaskan bahwa dalam menetapkan *audit fee*, Akuntan Publik harus mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut :

- a. Kebutuhan Klien
- b. Tugas dan tanggung jawab menurut hukum (*statutory duties*)
- c. Independensi

- d. Tingkat Keahlian (*levels of expertise*) dan tanggung jawab yang melekat pada pekerjaan yang dilakukan, serta tingkat kompleksitas pekerjaan
- e. Banyaknya waktu yang diperlukan dan secara efektif digunakan oleh Akuntan Publik dan stafnya menyelesaikan pekerjaan
- f. Basis penetapan *fee* yang disepakati

Dijelaskan juga bahwa dalam menetapkan imbalan jasa yang wajar sesuai dengan martabat profesi akuntan publik dan dalam jumlah yang pantas untuk dapat memberikan jasa sesuai dengan tuntutan Standar Profesional Akuntan Publik (SPAP) yang berlaku. Imbalan jasa yang terlalu rendah atau secara signifikan jauh lebih rendah dari yang dikenakan auditor atau akuntan lain, akan menimbulkan keraguan mengenai kemampuan dan kompetensi anggota dalam menerapkan standar teknis dan standar profesional yang berlaku.

European Federations of Accountants and Auditor (EFAA) dalam Suharli dan Nurlelah (2008) secara jelas menyatakan bahwa total *fee* audit dari seorang klien kepada auditor sebaiknya tidak melebihi persentase total perputaran uang dalam kantor akuntan publik tersebut.

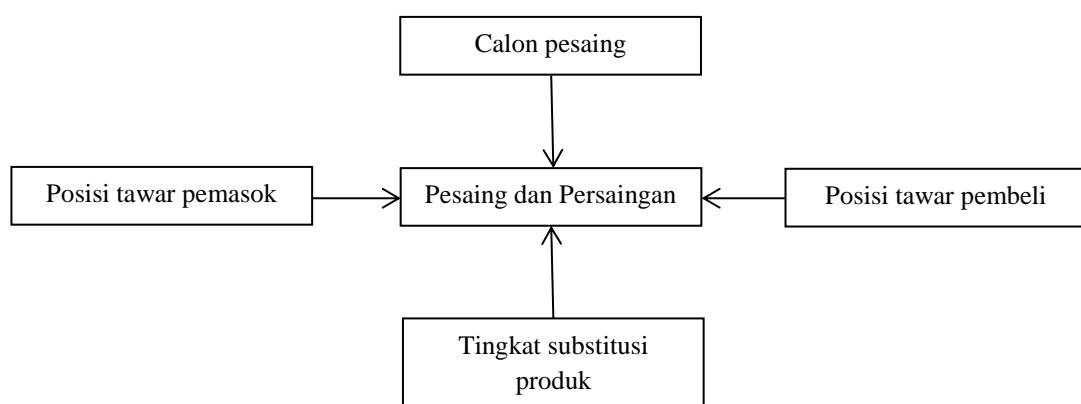
2.1.4 Persaingan

Dalam teori ekonomi, persaingan sempurna mengacu pada pasar di mana tidak ada peserta yang cukup besar untuk memiliki kekuatan pasar untuk menetapkan harga produk yang homogen. Jelas, dasar untuk persaingan dalam pengertian ini adalah untuk mengejar kepentingan pribadi yang merupakan motto dari ekonom klasik dan neoklasik. Oleh karena itu, persaingan dalam kapitalisme

didasarkan pada jumlah modal keseluruhan dan keuntungan pribadi. Persaingan dalam kegiatan ekonomi adalah salah satu faktor utama dalam organisasi dan unit bisnis (Setayesh dan Kargar , 2011).

Praktik persaingan yang dinamis akan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan daya saing perusahaan, industri, dan negara. Pertumbuhan dan pembangunan daya saing industri dijelaskan lebih rinci oleh Porter (1996) melalui model persaingan, penelitiannya menyatakan bahwa ada 4 (empat) daya atau faktor yang dapat dimiliki dan diakses untuk menentukan derajat persaingan antar perusahaan di suatu industri yaitu konsumen, pemasok sumber daya, calon pesaing potensial, dan produk substitusi. Pemanfaatan empat daya atau faktor tersebut dan besarnya derajat persaingan antar pesaing akan mempengaruhi besaran laba yang diperoleh dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Gambar 2.1
Penentu Persaingan Suatu Industri



Sumber : Porter, M.E. "On Competition", Harvard Business School. 1996.

Terdapat beberapa pengukuran pada setiap faktor yang digunakan sebagai penentu derajat antar perusahaan di suatu industri. Faktor-faktor tersebut yaitu, ancaman dari calon perusahaan baru (*new entrants*), posisi tawar konsumen atau pembeli (*power of consumers*), posisi tawar pemasok input (*power of suppliers*), produk substitusi (*substitute product*), dan keberadaan pesaing (Porter, 1996).

Pertama, faktor yang menentukan derajat antar perusahaan di suatu insutri adalah ancaman dari calon perusahaan baru (*new entrants*). Calon perusahaan baru merupakan ancaman jika memiliki kapasitas, pangsa pasar, dan memiliki akses pada sumber daya. Indikator pengukurannya adalah ukuran aset perusahaan baru, efisiensi perusahaan baru, penguasaan sumber daya khususnya material seperti penolong dan modal, serta akses pada jalur distribusi.

Kedua, posisi tawar konsumen atau pembeli (*power of costumers*). Indikator pengukurannya adalah jumlah volume pembelian, semakin besar volume pembelian maka kapasitas industri yang dibutuhkan semakin besar. Kemudian sifat produk, apakah standar atau sedikit berbeda. Lalu, elastisitas permintaan yang diukur dari besarnya proporsi pengeluaran konsumen (proporsi kuantitas yang dibeli dan besarnya biaya pembelian) untuk produk industri, semakin kecil proporsi maka pembeli tidak akan sensitif terhadap perubahan harga. Serta, tingkat kualitas produk industri.

Ketiga, posisi tawar pemasok input (*power of suppliers*). Indikator pengukurannya adalah tingkat dominasi beberapa pemasok, posisi tawar pemasok (jumlah pemasok dibandingkan jumlah perusahann secara input), besarnya *switching cost* merespon keleluasaan memilih pemasok, dan sifar keterkaitan

pemasok dan industri pengguna input. Keempat, produk substitusi (*substitute product*) yang menunjukkan *trade-off* harga dan kinerja produk. Indikator pengukurannya adalah perbedaan harga antar produk yang dapat disubstitusikan, elastisitas substitusi yang juga dapat mendeskripsikan *market power*, dan perbedaan manfaat antar produk yang dapat disubstitusikan.

Kelima, faktor yang terakhir dalam menentukan derajat antar perusahaan di suatu industri adalah keberadaan pesaing. Persaingan yang dilakukan para pesaing berbentuk harga, introduksi produk, dan iklan. Indikator pengukurannya adalah jumlah pesaing dan konsentrasi pasar, pertumbuhan industri, tingkat diferensiasi produk, tingkat *switching cost*, besarnya *fixed cost* untuk produksi, tingkat utilitas kapasitas, dan tingkat hambatan (*barrier*) keluar pasar.

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa informasi mengenai tingkat persaingan (*degree of competition*) suatu industri tertentu berguna sebagai *conduct* dan strategi bersaing perusahaan pada industri tersebut serta penetapan kebijakan oleh regulator.

2.1.5 Efektivitas Persaingan Sebagai Mekanisme Pengendalian

Perusahaan yang memiliki persaingan yang kompetitif baik dalam persaingan internal maupun secara global dituntut agar memiliki tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*). Hal ini dapat membantu agar seorang agen membatasi kekeluasaan mereka dalam pengambilan keputusan ekonomi. Teori ekonomi mikro menunjukkan bahwa persaingan dinilai dapat menyamai biaya marjinalnya dan menciptakan efisiensi perusahaan. Dalam

persaingan yang kompetitif akan dipastikan bahwa perusahaan yang memiliki daya saing yang baik akan bertahan dan hal tersebut akan mendorong pemberian kompensasi yang lebih untuk manajer. Oleh karena itu, apabila persaingan di pasar produk ini cukup kompetitif, pihak manajemen akan dibatasi untuk bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham atau perusahaan akan mengalami *financial distress*.

Hart (1983) menyatakan bahwa dengan adanya persaingan di pasar produk akan jelas mengurangi kekenduran manajerial (*managerial slack*). Dengan asumsi bahwa manajer hanya peduli dengan target laba yang sudah ditetapkan, jika biaya input untuk perusahaan bersaing kurang maka usaha manajer tidak akan kerja keras. Dalam persaingan pasar yang kompetitif, bagaimana pun penurunan biaya input dalam memproduksi suatu barang produk akan disertai penurunan harga barang tersebut. Dengan demikian, manajer dituntut untuk berpikir secara keras agar tidak terjadi *managerial slack* dan memperoleh target laba yang sudah ditetapkan.

Persaingan dapat mempengaruhi pendapatan seorang manajer melalui evaluasi kinerja relatif (*relative performance evaluation*). Apabila naik turunnya produktivitas yang dihubungkan kepada perusahaan yang kompetitif akan didapatkan peningkatan terhadap jumlah pesaing yang memberikan informasi tambahan yang dapat mengurangi *moral hazard* (Holstrom, 1982 dalam Nalebuff dan Stiglitz, 1983). DeFond dan Park (1983) menyatakan bahwa penggunaan pengukuran akuntansi berdasarkan RPE (*relative performance evaluation*) lebih berhubungan dengan pergantian CEO dalam industri yang kompetitif. Oleh karena

itu, adanya peningkatan persaingan akan membangkitkan informasi-informasi tambahan yang dapat mengurangi masalah *moral hazard*.

Peningkatan persaingan akan meningkatkan kemungkinan bahwa perusahaan dengan biaya yang tinggi maka tidak mendapatkan laba yang optimal dan dapat membuat tingkat likuidasi perusahaan akan meningkat (Schmidt, 1997). Hal ini mendorong agar manajer untuk berusaha keras untuk menjaga pekerjaan mereka dan menghindari *disutility of liquidation*. Dengan demikian, pesaing dapat membantu meluruskan kepentingan-kepentingan antara manajer dan pemegang saham.

Marciukaityte dan Park (2009) mengatakan bahwa perusahaan-perusahaan yang berada dalam industri yang lebih kompetitif cenderung untuk terlibat dalam manajemen laba yang bersifat oportunistik yang diukur dengan besarnya akrual diskresioner (*discretionary accruals*). Dalam penelitian mereka menyatakan bahwa persaingan pasar akan menurunkan asimetri informasi antara manajer dan pemegang saham dan meningkatkan keakuratan laporan keuangan dengan efektif.

2.1.6 Pandangan Mengenai Persaingan dan *Audit Fee*

Persaingan yang dihadapi perusahaan semakin lama akan meningkat ketika perusahaan berada pada posisi di mana produk tersebut termasuk pada pasar persaingan sempurna. Perusahaan berusaha untuk meningkatkan daya saingnya untuk menghasilkan hasil yang optimal. Namun demikian, terkadang dengan

adanya persaingan, perusahaan mengalami tingkat likuiditas yang semakin meningkat.

Wang (2010) menyatakan bahwa hubungan persaingan dan *audit fee* memiliki dua sudut pandang yang berbeda. Pertama, perusahaan yang berada posisi di mana tingkat persaingan tersebut kompetitif akan mengurangi manipulasi pada laporan keuangan karena adanya tata kelola yang baik (*corporate governance*) yang dimainkan oleh persaingan itu sendiri, serta mampu untuk mengurangi masalah keagenan. Oleh karena itu, persaingan pasar dapat mengurangi risiko audit. *Audit fees* berkurang karena adanya persaingan pasar yang mengurangi risiko audit tersebut.

Pandangan kedua, perusahaan yang berada pada industri yang kompetitif akan menghadapi meningkatnya risiko likuiditas (*liquidity risk*) dan risiko kerugian (*distress risk*). Risiko litigasi auditor akan meningkat juga seiring hal tersebut. Oleh karena itu, persaingan dapat meningkatkan risiko bisnis (*business risk*) dan *audit fee* pula akan meningkat dengan adanya risiko bisnis tersebut.

Leventis *et.al.* (2011) menyatakan bahwa ketika auditor berada di bawah tekanan dari klien agar mengendalikan atau mengurangi biaya keagenan, adanya tekanan tersebut kemungkinan akan menjadi sebuah respon untuk mengurangi biaya atas perjanjian audit yang dilakukan oleh pihak auditor dan perusahaan klien. Pasar persaingan produk dapat menciptakan tekanan biaya yang meningkat pada perusahaan klien karena persaingan tersebut yang akan membuat manajer lebih sensitif terhadap struktur biaya. Perusahaan mungkin berusaha untuk

mengendalikan biaya dengan menunjuk seorang auditor yang membebaskan biaya yang lebih rendah atau dapat membatasi ruang lingkup audit.

Hubungan persaingan yang diproksikan dengan PPE (*Property, Plant, and Equipment*), CPS (*Cost per Sale*), dan penjualan terhadap *audit fee* sebagai proksi *agency cost* adalah sebagai berikut :

a. Hubungan PPE (*Property, Plant, and Equipment*) terhadap *audit fee*

Penelitian Nayeri dan Salehi (2013) menyatakan bahwa jumlah PPE (*Property, Plant, and Equipment*) yang meningkat akan mengindikasikan bahwa tingkat persaingan yang dihadapi perusahaan cukup ketat. Tingkat persaingan yang tinggi akan menunjukkan jumlah *agency cost* dalam hal ini *audit fee* akan meningkat karena tingkat kompleksitas perusahaan yang tinggi, dan Nayeri dan Salehi (2013) melakukan penelitian pada 67 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Tehran pada tahun 2006-2011. Hubungan antara PPE (*Property, Plant, and Equipment*) dan *audit fee* memiliki pengaruh yang positif.

Namun demikian, Valipour *et.al.* (2013) menemukan hasil sebaliknya antara PPE (*Property, Plant, and Equipment*) dan *audit fee*. Objek penelitiannya pada 56 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Tehran pada tahun 2005-2010. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah PPE sebagai proksi persaingan yang meningkat akan menurunkan *audit fee* yang dibayarkan oleh perusahaan terhadap auditor. Perbedaan pengaruh antara kedua penelitian tersebut kemungkinan karena sampel yang digunakan dalam

penelitian berbeda walaupun populasi yang digunakan sama dan periode penelitian yang dilakukan juga berbeda.

b. Hubungan CPS (*Cost per Sale*) terhadap *audit fee*

Variabel persaingan yang diproksikan dengan CPS (*Cost per Sale*) diukur menggunakan proporsi HPP terhadap penjualan. Semakin besar proporsi HPP terhadap menunjukkan bahwa laba akan semakin kecil, di mana hal tersebut dapat mengindikasikan persaingan yang ketat pada pasar produk.

Nayeri dan Salehi (2013) menemukan hasil bahwa hubungan CPS (*Cost per Sale*) terhadap *audit fee* menunjukkan hubungan yang negatif, di mana semakin besar tingkat persaingan diharapkan dapat menurunkan *agency cost* yang diproksikan dengan *audit fee*. Penelitian tersebut didukung oleh Valipour et.al. (2013) yang menunjukkan hubungan yang negatif juga antara CPS (*Cost per Sale*) terhadap *audit fee*.

c. Hubungan Penjualan terhadap *audit fee*

Penjualan adalah pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa (Simamora, 2000). Nayeri dan Salehi (2013) menyatakan bahwa penjualan yang meningkat dapat menunjukkan tingkat persaingan yang dihadapi perusahaan tidak ketat. Adanya peningkatan penjualan mengindikasikan tingkat laba yang diperoleh perusahaan akan semakin besar. Laba yang meningkat akan membuat pihak prinsipal akan mengeluarkan biaya yang lebih dalam memlakuakn pemantauan terhadap pihak agen agar bertindak sesuai apa kepentingan pihak prinsipal.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang *agency problem* sudah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Dalam penelitian ini akan membahas apakah terdapat pengaruh antara persaingan yang kompetitif terhadap biaya keagenan. Peneliti sebelumnya menggunakan proksi yang berbeda-beda dalam mengukur persaingan maupun biaya keagenan. Dalam penelitian Wang (2010) menyatakan bahwa terdapat dua kontradiksi mengenai persaingan dan *audit fee*. Pertama, ketika perusahaan berhadapan dengan persaingan yang kompetitif, di sana terjadi peningkatan likuiditas yang semakin tinggi dan ancaman kebangkrutan akan muncul. Kedua, perusahaan yang kompetitif di mana persaingan memainkan peran dari prinsip tata kelola yang baik, hal tersebut dapat mengurangi biaya keagenan. Ukuran yang digunakan dalam menentukan tingkat persaingan menggunakan *Herfindahl-Hirschman index (HIndex)*. Hasil penelitian ditemukan bahwa terdapat hubungan positif antara persaingan dan *audit fee*.

Namun demikian, Leventis *et.al.*(2011) menganalisis pengaruh persaingan terhadap *agency cost* (*audit fee* dan *audit hours*) yang menghasilkan hubungan yang negatif. Tingginya tingkat persaingan akan menurunkan biaya keagenan di mana persaingan yang diproksikan dengan PPE (*Property, Plant, and Equipment*), CPS (*cost per sale*), dan penjualan perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Valipour *et.al.* (2013) yang menganalisis hubungan antara persaingan dan *agency cost* (*audit fee*) menghasilkan hubungan yang negatif. Penelitian Valipour *et.al.* (2013) didukung oleh Nayeri dan Salehi (2013) juga menunjukkan hasil penelitian yang sama dengan variabel-variabel pengukuran yang sama yaitu PPE (*Property,*

Plant, and Equipment), *CPS (cost per sale)*, dan penjualan perusahaan sebagai proksi persaingan sedangkan *audit fee* sebagai proksi *agency cost*. Hasil menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara persaingan dan *agency cost (audit fee)*.

Tabel berikut merupakan ringkasan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya ditunjukkan dengan menggunakan tabel yang terdiri atas Nama Peneliti, Variabel Penelitian, Alat Analisis dan Hasil Penelitian. Tabel ringkasan penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Wang J.Y., (2010)	<u>Variabel Independen</u> Variabel persaingan pasar produk yang diproksikan pada <i>Herfindahl-Hirschman index (HIndex)</i> <u>Variabel Dependen</u> <i>Audit Fee</i> <u>Variabel Kontrol</u> Ukuran perusahaan, <i>current asset, quick ratio, return on asset, debt to equity ratio, logaritma natural non-audit fee, segmen bisnis, segmen geografis, laba/rugi, fiscal, dan Big-Five.</i>	Uji Regresi OLS	Persaingan pasar produk berhubungan positif terhadap <i>audit fee</i> sehingga perusahaan akan membayarkan <i>audit fee</i> yang lebih tinggi kepada auditor dengan adanya persaingan pasar produk yang kompetitif.

2.	Leventis <i>et.al.</i> (2013)	<p><u>Variabel Independen</u> Variabel persaingan yang diproksikan pada PPE (<i>Property, Plant, and Equipment</i>), CPS (<i>cost per sale</i>), dan penjualan perusahaan.</p> <p><u>Variabel Dependen</u> <i>Agency cost</i> yang diproksikan pada <i>audit fee</i> dan <i>audit hours</i>.</p> <p><u>Variabel Kontrol</u> Ukuran perusahaan, <i>current ratio</i>, <i>quick ratio</i>, anak perusahaan, anak perusahaan asing, <i>return on asset</i>, laba/rugi, <i>Big Four</i>, denda perusahaan, opini audit, pergantian KAP, <i>yield</i>, volatilitas, dan <i>debt to equity ratio</i>.</p>	Uji Regresi OLS	Persaingan pasar produk berhubungan negatif terhadap <i>agency cost</i> . Hal tersebut menunjukkan adanya persaingan akan menurunkan biaya keagenan. Hasil variabel PPE dan CPS sebagai proksi persaingan tidak memiliki pengaruh yang cukup signifikan sedangkan variabel COMP berpengaruh signifikan positif terhadap <i>audit fee</i> .
3.	Nayeri dan Salehi, (2013)	<p><u>Variabel Independen</u> Variabel persaingan yang diproksikan pada PPE (<i>Property, Plant, and Equipment</i>), CPS (<i>cost per sale</i>), dan penjualan perusahaan.</p> <p><u>Variabel Dependen</u> <i>Agency cost</i> yang diproksikan pada <i>audit fee</i>.</p>	Uji Regresi Berganda	Persaingan perusahaan berhubungan negatif terhadap <i>agency cost</i> . Perusahaan yang menghadapi persaingan yang kompetitif akan mengurangi jumlah <i>agency cost</i> . Hasil menunjukkan PPE (<i>Property, Plant, and Equipment</i>) dan penjualan perusahaan berhubungan signifikan positif terhadap <i>audit fee</i> . Sedangkan CPS

		<p><u>Variabel Kontrol</u> Ukuran perusahaan, <i>current asset</i>, <i>quick ratio</i>, <i>return on asset</i>, laba/rugi tahun sebelumnya, denda perusahaan, opini audit, pergantian KAP, perubahan harga saham, dan <i>debt to equity ratio</i>.</p>		<p>(<i>cost per sale</i>) berhubungan signifikan negatif terhadap <i>audit fee</i>.</p>
4.	Valipour <i>et al.</i> , (2013)	<p><u>Variabel Independen</u> Variabel persaingan pasar produk yang diproksikan pada PPE (<i>Property, Plant, and Equipment</i>), CPS (<i>cost per sale</i>), dan penjualan perusahaan.</p> <p><u>Variabel Dependen</u> <i>Agency cost</i> yang diproksikan pada <i>audit fee</i>.</p> <p><u>Variabel Kontrol</u> Ukuran perusahaan, anak perusahaan, <i>current asset</i>, <i>quick ratio</i>, <i>debt to equity ratio</i>, laba/rugi, opini audit, dan pergantian KAP</p>	Uji Regresi Berganda	Persaingan pasar produk dapat mengurangi jumlah <i>audit fee</i> yang dibayarkan kepada auditor karena tingkat persaingan yang semakin kompetitif. Hasil menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh signifikan negatif terhadap variabel dependennya.

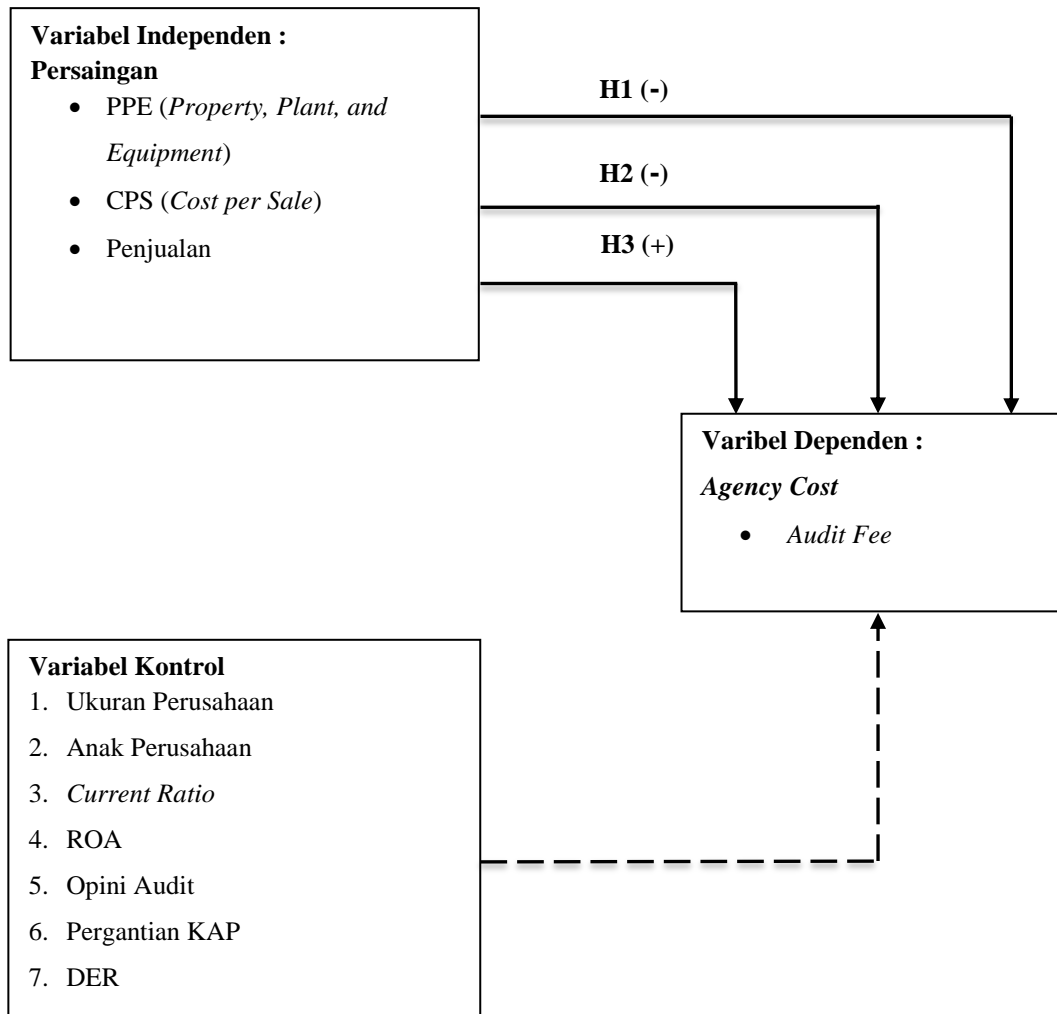
2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan gambaran permasalahan yang diteliti secara singkat. Kerangka pemikiran juga menjelaskan bagaimana hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Berdasarkan penelitian yang telah dibahas sebelumnya. Penelitian ini menganalisis pengaruh antara persaingan dan *agency cost*. Persaingan sebagai variabel independen yang diproksikan pada PPE (*Plant, Property, and Equipment*), CPS (*Cost per Sale*), dan rasio penjualan. Sedangkan variabel dependen adalah *agency cost* yang diproksikan pada *audit fee*.

Dalam penelitian ini, selain menggunakan variabel dependen dan variabel independen juga digunakan variabel kontrol sebagai pengontrol variabel independen untuk dapat menjelaskan keberadaan variabel dependen. Variabel tersebut digunakan sebagai pengontrol risiko serta untuk mengembangkan *baseline* model atau model dasar bagi *audit fee* sebagaimana digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini terdapat 7 variabel kontrol yang terdiri dari, ukuran perusahaan, anak perusahaan, *current ratio*, ROA (*Return on Assets*), opini audit, pergantian KAP, dan DER (*Debt to Equity*).

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



2.4 Perumusan Hipotesis

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan di atas, terdapat dua hubungan yang kontradiksi antara persaingan dan *agency cost*. Pertama, dengan persaingan yang kompetitif akan meningkatkan likuiditas perusahaan dan risiko kebangkrutan. Kedua, persaingan yang kompetitif dapat mengurangi *agency cost* karena persaingan memainkan peran dari perusahaan yang memiliki tata kelola yang baik.

Dalam penelitian ini variabel independen yaitu persaingan yang diproksikan pada PPE (*Property, Plant, and Equipment*), CPS (*cost per sale*), dan penjualan sedangkan variabel dependen yaitu *agency cost* yang diproksikan pada *audit fee*. Berikut adalah pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu :

2.4.1 Pengaruh PPE (*Property, Plant, and Equipment*) terhadap *Audit Fee*

Fenomena persaingan yang sangat kompetitif yang terjadi saat ini, pihak prinsipal dalam hal ini adalah investor menggunakan dananya untuk menginvestasikan kepada perusahaan yang memang memiliki prospek yang baik ke depannya. Di dalam penelitian ini persaingan yang diproksikan pada jumlah PPE dari total aset perusahaan digunakan untuk mengetahui apakah dengan adanya investasi yang ditanamkan oleh investor pada PPE akan menunjukkan suatu korelasi terhadap *agency cost*. Berdasarkan dengan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, adanya peningkatan investasi terhadap jumlah PPE dari suatu perusahaan menunjukkan adanya tingkat persaingan yang semakin kompetitif. Perusahaan dituntut untuk membuat suatu inovasi dan kreasi pada produk yang dihasilkan dari barang mentah sampai barang siap untuk dijual. Oleh karena itu, jumlah PPE yang diinvestasikan akan dapat menunjukkan seberapa besar tingkat persaingan yang dihadapi.

Penelitian sebelumnya Valipour *et.al.* (2013) menemukan hubungan yang berbanding terbalik atau negatif antara PPE (*Property, Plant, and Equipment*) terhadap *audit fee*. Hal tersebut menunjukkan adanya peningkatan PPE

menjadikan suatu ukuran perusahaan akan meningkat seiring peningkatan persaingan yang semakin kompetitif. Wang (2013) menyatakan bahwa persaingan yang kompetitif merupakan salah satu praktik *good corporate governance*, hal tersebut menuntut pihak agen (manajer) agar melakukan keputusan yang efektif agar dapat bersaing dan tidak bertindak oportunistis. Dengan demikian, adanya peningkatan PPE sebagai proksi dari persaingan akan mengurangi masalah keagenan dengan penurunan *agency cost* atau jumlah *audit fee*. Penelitian Heshmatzade *et.al.* (2013) juga sejalan dengan penelitian Valipour *et.al.* (2013) menemukan hubungan yang negatif antara PPE (*Property, Plant, and Equipment*) terhadap *audit fee*. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis pertama dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1 : PPE (*Property, Plant, and Equipment*) berpengaruh negatif terhadap *audit fee*.

2.4.2 Pengaruh CPS (*Cost per Sale*) terhadap *Audit Fee*

Dalam penelitian ini, persaingan yang diproksikan pada CPS diukur dengan menggunakan jumlah beban pokok penjualan dibandingkan jumlah total pendapatan pada perusahaan. Proporsi HPP yang tinggi terhadap penjualan akan menunjukkan laba yang semakin kecil, di mana hal ini dapat mengindikasikan persaingan yang ketat pada pasar produk.

Menurut Nayeri dan Salehi (2013), hubungan antara CPS (*cost per sale*) terhadap *audit fee* memiliki hubungan yang signifikan negatif. Adanya penurunan CPS akan menimbulkan laba yang semakin meningkat sehingga hal tersebut akan

mempengaruhi jumlah *audit fee* yang juga akan meningkat karena persaingan yang longgar dapat menimbulkan sifat oportunistik agen. Penelitian Valipour *et.al.* (2013) juga membuktikan bahwa laba yang semakin meningkat akan berpengaruh terhadap *audit fee* yang juga akan meningkat. Oleh karena itu, Valipour *et.al.* (2013) menemukan hasil yang signifikan negatif antara hubungan CPS terhadap *audit fee*. Konsisten dengan penelitian-penelitian sebelumnya maka hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H2 : CPS (*Cost per Sale*) berpengaruh negatif terhadap *audit fee*.

2.4.3 Pengaruh Penjualan terhadap *Audit Fee*

Penjualan merupakan pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan untuk mendapatkan laba yang optimal. Berdasarkan teori yang dijelaskan sebelumnya bahwa dengan adanya penjualan yang meningkat menunjukkan bahwa tingkat persaingan yang dihadapi perusahaan itu kecil (Nayeri dan Salehi, 2013). Namun, perusahaan yang menghadapi tingkat persaingan yang kecil dikhawatirkan bahwa agen atau manajer perusahaan akan melakukan tindakan yang oportunistik dan tidak sesuai kepentingan pihak prinsipal.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Nayeri dan Salehi (2013) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara penjualan dengan *audit fee*. Penjualan yang meningkat menunjukkan bahwa laba perusahaan juga akan meningkat. Laba yang meningkat karena tidak adanya persaingan yang cukup kompetitif akan membuat pihak prinsipal melakukan pemantauan dengan mengeluarkan biaya monitoring agar para agen tersebut melakukan tindakan yang

sesuai kepentingan prinsipal. Oleh karena itu, peningkatan yang terjadi pada penjualan perusahaan akan juga meningkatkan jumlah biaya monitoring dalam hal ini adalah *audit fee*

H3 : Penjualan perusahaan berpengaruh positif terhadap *audit fee*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh persaingan terhadap *agency cost*, di mana variabel persaingan diproksikan dengan PPE (*property, plant, and equipment*), *cost per sale*, dan penjualan. Sedangkan variabel dependen yaitu *agency cost* diproksikan dengan *audit fee*.

3.1.1 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *audit fee*. *Audit fee* adalah honorarium yang dibebankan oleh akuntan publik kepada perusahaan *auditee* atas jasa audit yang dilakukan akuntan publik. Data tentang *audit fee* diperoleh dari akun *professional fees* yang terdapat dalam laporan keuangan pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) karena *audit fee* merupakan salah satu bagian dari akun *professional fee*. Variabel dependen yang berupa *audit fee* akan diukur dengan menggunakan *logaritma natural* dari *professional fees* (Hazmi, 2013). Hal ini dikarenakan belum banyak perusahaan di Indonesia yang bersedia mengungkapkan data mengenai besarnya *fee* yang mereka bayarkan kepada auditor di dalam *annual report* sehingga sulit menentukan jumlah *audit fee*. Pengungkapan data tentang *audit fee* di Indonesia masih berupa *voluntary disclosures* (Rizqiasih, 2010 dalam Hapsari, 2013).

Selanjutnya variabel ini akan disimbolkan dengan LNFEAAUD di dalam persamaan :

$$\text{LNFEAAUD} = \ln \text{ audit fees}$$

3.1.2 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini terdapat tiga variabel, yaitu PPE (*Property, Plant, and Equipment*), CPS (*Cost per Sale*), dan Penjualan.

3.1.2.1 PPE (*Property, Plant, and Equipment*)

Dalam penelitian Lao dan Richardson (1994) dalam Valipour *et al.* (2013), PPE sebagai proksi dari persaingan dapat dihitung dengan cara perbandingan antara total aset tetap terhadap total aset keseluruhan perusahaan. Aset tidak lancar suatu perusahaan terhadap total aset keseluruhan mengindikasikan berapa persen dari aset-aset yang dialokasikan untuk aset tetap dan investasi jangka panjang. Dengan kata lain, seberapa banyak aset tetap terhadap total aset keseluruhan mungkin merubah tingkat likuiditas dalam jangka pendek. PPE dalam penelitian ini diukur dengan cara seperti penelitian Valipour *et al.* (2013), yaitu sebagai berikut :

$$\text{PPE} = \frac{\text{TOTAL ASET TETAP}}{\text{TOTAL ASET}}$$

3.1.2.2 CPS (*Cost per Sale*)

Leventis *et.al.* (2011) menyatakan bahwa *cost per sale* disebut juga rasio efisiensi perusahaan yang diukur dengan beban-beban yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap penjualan. Semakin besar beban yang dikeluarkan dapat mengindikasikan tingkat persaingan yang tinggi. Heshmatzade *et.al.* (2013) mengukur CPS diukur dengan cara rasio beban pokok penjualan terhadap tingkat penjualan perusahaan. Dengan demikian CPS dalam penelitian ini diukur dengan cara:

$$\text{CPS} = \frac{\text{Beban Pokok Penjualan}}{\text{Total Penjualan}}$$

3.1.2.3 Penjualan (COMP)

Penjualan adalah pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa (Simamora, 2000). Aktivitas penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan. Informasi data tentang penjualan diambil dari laporan keuangan, tepatnya pada laporan laba rugi komprehensif perusahaan periode berjalan. Dalam penelitian ini, penjualan (COMP) diukur menggunakan logaritma natural dari penjualan (Nayeri dan Salehi, 2013).

3.1.3 Variabel Kontrol

Penelitian ini menggunakan variabel kontrol sebagai pengontrol variabel independen untuk dapat menjelaskan keberadaan variabel dependen. Alasan penggunaan variabel kontrol adalah untuk menghindari adanya unsur bias dari hasil penelitian. Dengan adanya variabel kontrol, bias akan bisa diminimalisasi dibanding penelitian yang tidak menggunakan variabel kontrol. Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu Ukuran Perusahaan, Anak Perusahaan, *Current Ratio*, ROA (*Return on Assets*), Opini Audit, Pergantian KAP, dan DER (*Debt to Equity Ratio*).

3.1.3.1 Ukuran Perusahaan (SIZE)

Ukuran perusahaan yaitu besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai total aset (Riyanto, 1998). Berdasarkan definisi tersebut ada beberapa cara yang bisa dijadikan sebagai tolak ukur untuk menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Salah satu tolak ukur yang bisa menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aset. Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aset yang kecil (Rizqiasih, 2010 dalam Hazmi, 2013). Variabel ukuran perusahaan akan diukur dengan menggunakan selisih logaritma natural dari total aset perusahaan pada periode penelitian dengan tahun sebelumnya (Nayeri dan Salehi, 2013).

3.1.3.2 Anak Perusahaan (SUBSDR)

Jumlah anak perusahaan menggambarkan kompleksitas operasi perusahaan. Kompleksitas operasi perusahaan berhubungan dengan pemilihan auditor dan jumlah *audit fees* yang dibayarkan (Ghosh, 2010 dalam Agustina, 2013). Penelitian yang dilakukan oleh Jonson (1995) dalam Hazmi (2013) menghasilkan kesimpulan bahwa jumlah anak perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap *fee* audit. Semakin besar jumlah anak perusahaan maka semakin besar pula *fee* audit yang dikenakan kepada setiap perusahaan tersebut. Variabel ini akan diukur melalui jumlah total anak perusahaan. Selanjutnya variabel ini akan dilambangkan dengan SUBSDR.

3.1.3.3 Current Ratio

Current Ratio adalah mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar utang lancar dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki (Sudana, 2011). Semakin besar rasio ini berarti menunjukkan tingkat likuiditas perusahaan besar. Rasio ini secara matematis dapat diformulasikan sebagai berikut: (Weston dan Copeland, 1999):

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Current Asset}}{\text{Current Liabilities}}$$

3.1.3.5 ROA (Return on Asset)

Perusahaan dengan *Return on Assets (ROA)* tinggi akan membayar *fee* yang lebih rendah dengan tetap konsisten dengan *auditor client risk sharing* (Crasswell

dan Francis dalam Halim, 2005). ROA merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset tersebut. Di dalam persamaan variabel ini akan dilambangkan dengan ROA.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

3.1.3.7 Opini Audit (REM)

Opini audit merupakan pernyataan pendapat yang diberikan oleh auditor dalam menilai kewajaran penyajian laporan keuangan perusahaan yang diauditnya. Pengukuran variabel opini audit ini menggunakan variabel *dummy* (Nayeri dan Salehi, 2013). Jika perusahaan klien menerima opini selain wajar tanpa pengecualian (*unqualified*) seperti wajar dengan pengecualian (*qualified*) dan tidak memberikan pendapat maka diberikan nilai 1. Sedangkan jika perusahaan klien menerima opini wajar tanpa pengecualian maka diberikan nilai 0

3.1.3.8 Pergantian KAP (CHAN)

Definisi variabel pergantian KAP adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam periode 2010-2012 yang telah melakukan pergantian KAP selama periode tersebut dan melakukan pergantian bukan karena *mandatory*. Variabel pergantian KAP ini adalah variabel *dummy*, jika perusahaan melakukan

pergantian KAP diberi kode 1 dan jika tidak diberi kode 0 (Nayeri dan Salehi, 2013). Maksud pergantian KAP disini adalah jika perusahaan menggunakan KAP yang berbeda di tiap tahunnya dan bukan bersifat *mandatory*. Jika terjadi pergantian salah satu partner atau lebih, dimaksudkan sebagai rotasi partner dan bukan pergantian KAP.

3.1.3.9 DER (Debt to Equity Ratio)

Debt to Equity Ratio menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi total hutang (*total debt*) berdasarkan total modal sendiri (*total shareholder equity*) menurut Robert, Ang, 1997. Ukuran variabel yang digunakan adalah total hutang dan total modal sendiri. Pada setiap laporan keuangan di dalam ICMD 2012 sudah mencatumkan DER, apabila nilai DER tidak dicantumkan maka variabel DER dihitung dengan membagi jumlah total hutang dengan *total shareholder equity*. Rasio ini dapat dirumuskan sebagai berikut, (Riyanto, 1998):

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Jumlah Modal Sendiri}}$$

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Alasan penggunaan populasi perusahaan manufaktur adalah perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang lebih besar pada perekonomian dan tingkat persaingan yang

dihadapi oleh perusahaan manufaktur pun cukup tinggi. Perusahaan manufaktur juga memiliki jumlah PPE yang cukup besar dari total aset perusahaan serta jumlah beban pokok penjualan tinggi untuk memproduksi barang yang kreatif dan inovatif untuk menghadapi persaingan yang semakin kompetitif ini. Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria tertentu (*purposive sampling*) dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang *representative* sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Kriteria tersebut ditentukan sebagai berikut :

1. Saham perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2010-2012
2. Perusahaan tidak mengalami *delisting* selama periode pengamatan.
3. Laporan keuangan menggunakan kurs mata uang rupiah.
4. Mencantumkan akun *professional fee* dalam laporan keuangan tahunan.
5. Perusahaan tidak memiliki ekuitas yang negatif pada laporan keuangan tahunan.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini berupa laporan tahunan dan laporan keuangan auditan semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010 sampai tahun 2012. Sumber data yang digunakan adalah sumber data eksternal perusahaan. Data-data ini diperoleh dari Pojok BEI Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas

Diponegoro dan situs resmi BEI, yaitu www.idx.co.id dan *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD).

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumenter. Data dokumenter adalah data yang memuat informasi mengenai suatu obyek atau kejadian masa lalu yang dikumpulkan, dicatat, atau disusun dalam arsip. Data-data ini diperoleh dari Pojok BEI Undip, *website* Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id dan ICMD serta berbagai macam literatur yang ada.

3.5 Metode Analisis

Metode analisis menjelaskan jenis dan teknik analisis, serta mekanisme penggunaan alat uji dalam pengujian hipotesis. Alat statistik utama yang digunakan untuk menguji hipotesis-hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda (*multiple linear regression*).

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai maksimum, minimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi (*standard deviation*). Maksimum-minimum digunakan untuk melihat nilai minimum dan maksimum dari populasi. *Mean* digunakan untuk memperkirakan besar rata-rata populasi yang diperkirakan dari sampel. Standar deviasi digunakan untuk menilai dispersi rata-rata dari sampel. Hal ini perlu dilakukan untuk melihat

gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi antara variabel dependen dengan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2005). Untuk mendeteksi apakah suatu distribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Dalam penelitian ini proses uji normalitas data dilakukan dengan uji statistik yaitu uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Selain itu, juga dengan memperhatikan penyebaran data (titik) pada *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual* dari variabel dependen, dimana:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel independen saling berhubungan secara linier. Multikolinieritas terjadi apabila antara variabel-variabel independen terdapat hubungan yang signifikan. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel

independennya. Menurut Ghozali (2005), untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam regresi adalah dengan memperhatikan :

1. Nilai R^2

Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.

2. Korelasi antar variabel independen

Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi yaitu 0,90 atau 90 persen, maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi bukan berarti bebas dari multikolinieritas.

3. Nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF)

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh setiap variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya sehingga nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi.

$$\text{Persamaan VIF} = \frac{1}{\textit{Tolerance}}$$

Nilai *cutoff* yang dipakai untuk menandai adanya faktor-faktor multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .

c. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah terjadinya varians yang tidak sama untuk variabel independen yang berbeda. Heterokedastisitas dapat terdeteksi dengan melihat plot antara nilai taksiran dengan residual. Untuk melihat heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot*. Yang mendasari dalam pengambilan keputusan ini adalah:

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk satu pola yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka akan terjadi masalah heterokedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu-sumbu maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji heterokedastisitas dapat diperkuat dengan menggunakan uji *glejser*. Uji *Glejser* adalah meregresikan antara variabel bebas dengan variabel *residual absolute*, dimana apabila nilai $p > 0,05$ maka variabel bersangkutan dinyatakan bebas heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Modal regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Uji autokorelasi dilakukan dengan *Run Test* untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah random atau acak. *Run Test* digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara acak atau sistematis.

3.5.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linear Berganda (*Multiple Linear Regression*) dengan alasan bahwa terdapat variabel independen dan variabel kontrol. Analisis ini digunakan untuk menentukan hubungan antara *fee* audit dengan variabel independen dan variabel kontrolnya. Persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$AUDIT FEE = \beta_0 + \beta_1 PPE + \beta_2 CPS + \beta_3 COMP + \beta_4 SIZE + \beta_5 SUBSDSR + \beta_6 CURRENT + \beta_7 ROA + \beta_8 REM + \beta_9 CHAN + \beta_{10} DER + e$$

Dimana :

Audit Fee = nilai logaritma natural dari *professional fee*

PPE = rasio aset tetap terhadap total asset

CPS = rasio beban pokok penjualan terhadap penjualan

COMP = nilai logaritma natural dari jumlah penjualan

SIZE = nilai selisih logaritma natural dari total aset sebelumnya

SUBSDSR = jumlah anak perusahaan

CURRENT = rasio *current liability* terhadap *current asset*

ROA	= rasio laba bersih setelah pajak terhadap total aset
REM	= opini audit
CHAN	= pergantian KAP
DER	= rasio hutang terhadap jumlah modal sendiri

Kemudian untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap tingkat *audit fee* maka dilakukan pengujian-pengujian seperti di bawah ini :

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan ikhtisar yang menyatakan seberapa baik garis regresi sampel mencocokkan data. Koefisien determinasi untuk mengukur proporsi variasi dalam variabel dependen yang dijelaskan oleh regresi. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1, apabila $R^2=0$ berarti tidak ada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, sedangkan jika $R^2=1$ berarti suatu hubungan yang sempurna. Untuk regresi dengan variabel bebas lebih dari 2 maka digunakan *adjusted* R^2 sebagai koefisien determinasi.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji ini dilakukan untuk menguji variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penolakan atau penerimaan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi kurang dari atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima yang berarti secara bersama-sama variabel PPE, CPS, COMP,

SIZE, SUBSDSR, CURRENT, ROA, REM, CHAN, KAP, dan DER berpengaruh terhadap *audit fee*.

2. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka hipotesis ditolak yang berarti secara bersama-sama variabel PPE, CPS, COMP, SIZE, SUBSDSR, CURRENT, ROA, REM, CHAN, KAP, dan DER tidak berpengaruh terhadap *audit fee*.

c. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk mengetahui kemampuan masing-masing variabel independen secara individu (*partial*) dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penolakan atau penerimaan hipotesis dilakukan dengan kriteria membandingkan antara nilai t statistik koefisien individual dengan tingkat signifikansi yang sudah ditentukan.