

**PENGARUH MARKET POWER KAP DAN KONSENTRASI PASAR JASA AUDIT
TERHADAP AUDIT FEE DI INDONESIA**

Full Paper

DHESTHA SUFIAN MARDIANA

FEB, Universitas Indonesia
dhestha.sm@gmail.com

VISKA ANGGRAITA

FEB, Universitas Indonesia
viska257@gmail.com

Abstract

The need for transparent and accountable financial report makes a number of rules require companies to present audited financial report. Furthermore, profession as a public accountant has good opportunity and increase number of public accountant company. Big 4 public accountant companies that controlled most of the audit services market this time faces several local competitors in the audit market in Indonesia, after the implementation of auditor rotation rules. The purpose of this study is to provide empirical evidence about the effect on audit market concentration and audit company's market power to audit fee in Indonesia. Sample in this study is non-financial listed audit client in Bursa Efek Indonesia in 2012-2014. This study found that audit market structure in Indonesia is low oligopoly, unless mining industry which has high oligopoly. Moreover, this study found that audit market in Indonesia has low concentration level. This evidence are indicating a high audit service competition level in Indonesia. This study also found evidence that audit company's market power and audit market concentration has positif effect on audit fee in audit market.

Keyword : Audit fee; audit market concentration; audit company market power; Indonesia audit market structure

I. Pendahuluan

Industri jasa audit eksternal telah menunjukkan perkembangan yang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Krisis keuangan yang pernah menimpa perekonomian hampir di seluruh dunia, mendorong peran dan pentingnya jasa audit untuk meningkatkan tata kelola perusahaan dan kewajaran atas laporan keuangan perusahaan. Kebutuhan akan jasa akuntan publik ke depan akan semakin besar sejak diberlakukannya sejumlah peraturan yang mewajibkan laporan keuangan yang transparan dan akuntabel ditambah dengan semakin banyaknya perusahaan besar yang terus berkembang di ranah global.

Jaringan auditor internasional terbesar yang saat ini masih bertahan untuk menanggapi kebutuhan pasar yaitu Big 4. Dalam skala global, auditor Big 4 yaitu Deloitte & Touche, Ernst & Young, PriceWaterhouseCoopers, dan KPMG memberikan jasa audit untuk lebih dari 60% dari semua perusahaan publik yang terdaftar dan mendominasi sebagian besar pasar audit. Dalam peraturan *Asia-Pacific Economic Corporation (APEC)* untuk Indonesia, KAP asing tidak diizinkan untuk memiliki keberadaan komersial atau kantor tetap untuk penyediaan layanan akuntansi profesional. Perusahaan akuntansi asing dan asosiasi komersial dapat bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan akuntansi lokal dalam bentuk menggunakan nama perusahaan akuntansi asing dan asosiasi komersial dan tidak ada status khusus atau istimewa yang diberikan. Akan tetapi, dengan masuknya akuntan publik asing ke Indonesia membuat persaingan dalam industri jasa audit keuangan akan semakin berat bagi akuntan publik lokal. Kantor akuntan publik (KAP) lokal yang berafiliasi dengan "the big four" di Indonesia saat masih menguasai papan atas dalam perolehan pendapatan dan pangsa pasar pada industri jasa audit.

Kebijakan mengenai *audit fee* dalam Surat Keputusan Ketua Umum dalam SK KEP.024/I-API/VII/2008 menjelaskan tentang kebijakan penentuan *fee* audit yang wajar harus sesuai atas jasa profesional yang telah diberikan. Pada tahun 2012 mulai aktif diberlakukannya peraturan tentang kewajiban mengungkapkan *audit fee* yang diterbitkan oleh Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam). Menurut peraturan Bapepam-LK nomor X.K.6 mengenai Penyampaian Laporan Tahunan Emiten Atau Perusahaan Publik ayat 2 huruf e poin 16, profesi penunjang pasar modal yang memberikan jasa secara berkala kepada Emiten atau Perusahaan Publik, wajib diungkapkan informasi mengenai jasa yang diberikan, biaya, dan periode penugasan yang telah dilakukan. *Audit fee* diungkapkan dalam laporan keuangan klien bagian pengungkapan, namun tidak semua perusahaan klien mengungkapkan *audit fee*, karena untuk

saat ini beberapa klien yang mengungkapkan *audit fee* hanya beberapa klien yang sudah terdaftar di BEI.

Menurut survey rata-rata *audit fee* untuk perusahaan publik di dunia pada tahun 2014 naik sebesar 3,4% (CFO, 2015), hal tersebut dikarenakan adanya penerapan IFRS dan ISA di seluruh dunia yang membuat auditor melakukan usaha lebih untuk meningkatkan kualitas auditnya, sehingga *audit fee* turut meningkat. Namun, di Indonesia terjadi penurunan tren rata-rata *audit fee* untuk perusahaan publik non-keuangan pada tahun 2014 sebesar 1% dibandingkan tahun 2013 (Tabel 1). Turunnya rata-rata *audit fee* tersebut menandakan adanya persaingan antar KAP di Indonesia dalam menentukan *audit fee*. Peningkatan persaingan menyebabkan penurunan kualitas audit karena KAP tidak ingin kehilangan klien dan menurunkan kualitas audit yang dihasilkan (Kallapur, Sankaraguruswamy, dan Zang, 2008). Sehingga pada prakteknya dikhawatirkan bahwa penetapan *audit fee* seolah-olah dikendalikan oleh persaingan harga dan tidak menggambarkan kualitas audit, melainkan demi mendapatkan pangsa pasar yang luas.

Beberapa penelitian mengenai *audit fee* didorong oleh persaingan harga di pasar audit sebagai akibat dari struktur pasar. Konsentrasi menentukan perilaku KAP besar dan merupakan faktor utama dalam kompetisi pasar (Moizer & Turley, 1989). Penelitian Willekens & Achmadi (2003) meningkatnya konsentrasi tidak membuat kompetisi harga menurun melainkan menaikkan kompetisi harga. Penelitian lainnya oleh Eshelman (2013) menyatakan konsentrasi pasar jasa audit yang tinggi dapat menghasilkan *audit fee* yang lebih tinggi.

Departemen Keuangan Republik Indonesia menerapkan kebijakan rotasi akuntan publik (AP) dan Kantor Akuntan Publik (KAP), tercantum dalam KMK Nomor 423/KMK.06/2002 tentang Jasa Akuntan Publik, bahwa rotasi AP harus dilakukan setiap 3 tahun dan rotasi KAP setiap 5 tahun. Revisi terakhir Peraturan Menteri Keuangan Nomor 17/PMK.01/2008 dimana rotasi AP tetap 3 tahun dan rotasi KAP menjadi 6 tahun. Peraturan mengenai rotasi tersebut menurunkan konsentrasi pasar jasa audit, tingkat konsentrasi pasar jasa audit yang lebih rendah menunjukkan tingkat persaingan yang lebih tinggi sehingga menyebabkan peningkatan peluang klien untuk berganti auditor dengan *audit fee* yang berbeda (Viska et al., 2012). Sehingga *audit fee* dipengaruhi secara positif oleh konsentrasi pasar jasa audit.

Penelitian Numan & Willekens (2012) menyatakan bahwa selain kenaikan konsentrasi mengubah posisi pasar, kekuatan pemain pada pasar audit dapat mencerminkan *audit fee* yang meningkat karena perbedaan presentase pangsa pasar yang mencerminkan adanya *market power* suatu kantor akuntan publik (KAP). Dampak *market power* KAP pada kompetisi *audit*

fee juga merupakan faktor penting untuk diteliti. Carson (2012) menemukan pasar audit KAP Big N dipengaruhi secara positif oleh *market power* KAP dan bagaimana KAP menentukan *audit fee*.

Penelitian ini mengembangkan aspek lain terkait *audit fee* dari beberapa penelitian terdahulu, yang meneliti konsentrasi pasar jasa audit di Indonesia terhadap peraturan rotasi audit dan kualitas audit. Pada penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Numan & Willekens (2012), yaitu meneliti faktor yang dapat mempengaruhi persaingan *audit fee* berdasarkan konsentrasi pasar jasa audit dan *market power* KAP. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menemukan bukti empiris mengenai pengaruh konsentrasi pasar jasa audit dan *market power* KAP terhadap *audit fee*. Sepengetahuan penulis belum terdapat penelitian mengenai pengaruh struktur pasar terhadap *audit fee*, sehingga penelitian ini merumuskan permasalahan apakah *market power* berpengaruh positif terhadap *audit fee* dan apakah konsentrasi pasar jasa audit berpengaruh terhadap *audit fee* di Indonesia. Penelitian ini mengukur nilai konsentrasi pasar jasa audit dan *market power* KAP audit berdasarkan pangsa pasar seluruh Kantor Akuntan Publik yang terdapat di Indonesia. Penelitian ini melibatkan perusahaan klien yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia dari Kantor Akuntan Publik sebagai variabel yang mengontrol dari *audit fee*.

2. Tinjauan Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi *Audit fee*

Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi *audit fee*, dibagi berdasarkan atribut klien, atribut auditor dan atribut kontrak:

a. Atribut Klien:

1. Ukuran klien

Ukuran klien yang tercermin pada laporan keuangan. Dapat diukur dari jumlah aktiva, jumlah persediaan, jumlah penjualan, jumlah laba bersih, jumlah kas, dsb. Simunic (1980), menghubungkan ukuran besarnya klien dengan *audit fee*;

2. Kompleksitas operasi klien

Tingkat kompleksitas diukur dengan kompleksitas organisasi. Perbedaan kompleksitas antar klien yang diaudit suatu KAP merupakan faktor yang mempengaruhi perbedaan *audit fee* (Chaney et al., 2004; Piot, 2005);

3. Risiko

Risiko audit secara subjektif menentukan risiko yang auditor akan hadapi atau tangani. Risiko tersebut seperti *engagement risk*, *inherent risk*, *control risk*, *independence risk* dan *detection risk* (Gray dan Manson, 2011);

4. Profitabilitas

Profitabilitas diukur dengan *rate of return* dan adanya kerugian dalam periode lalu. Perusahaan yang tingkat keuntungannya lebih tinggi mempunyai probabilitas lebih kecil untuk terjerumus dalam kesulitan keuangan yang pada gilirannya mengancam auditor (Tuanakotta, 2007);

5. Industri

Jenis industri tertentu memiliki *audit fee* lebih tinggi atau lebih rendah dari industri lainnya (Tuanakotta, 2007). Hal ini disebabkan oleh beberapa industri membutuhkan lebih banyak prosedur audit sehingga semakin besar *audit fee* dibandingkan dengan industri lainnya (Firth, 1985). Contohnya, auditor membutuhkan pemahaman yang lebih luas tentang industri keuangan, karena laporan keuangan perusahaan industri keuangan lebih kompleks dibanding industri lainnya.

b. Atribut Auditor:

1. Ukuran Auditor

Ukuran auditor merupakan apakah auditor termasuk KAP dalam kelompok Big 4. *Economic of scale* yang dimiliki Big 4 secara fundamental menentukan pendapatan dari *audit fee* yang tinggi dan memiliki *bergaining power* (Jiali, 2014);

2. Spesialisasi

Spesialisasi merupakan ukuran dari kualitas audit. Fakta bahwa auditor yang memiliki spesialisasi dapat meningkatkan efisiensi dan mengurangi usaha audit (Jiali, 2014);

3. Tenur

Tenur adalah jangka waktu suatu KAP melakukan audit di suatu perusahaan. KAP dengan jangka waktu audit yang singkat akan membebankan *audit fee* yang lebih rendah dan KAP dengan jangka waktu audit lebih lama akan membebankan *audit fee* yang tinggi (Hay et al, 2006).

c. Atribut Kontrak

1. Jam Kerja

Jam kerja merupakan jumlah waktu yang digunakan oleh auditor untuk menyelesaikan suatu proses audit dan sangat mempengaruhi penentuan *audit fee*. Jam kerja dihubungkan dengan biaya tiap jam dan dapat berbeda untuk setiap KAP (Tuanakotta, 2007);

2. *Lag*

Audit report lag adalah jarak waktu antara tanggal neraca dan tanggal laporan audit, yaitu waktu yang dibutuhkan klien untuk menyusun laporan keuangannya dan waktu untuk mengauditnya (Tuanakotta, 2007). *Audit report lag* mengindikasikan perusahaan mengalami kesulitan, yang menyebabkan naiknya *audit fee* baik karena usaha auditor yang lebih atau tambahan risiko (Hassan dan Naser, 2013)

3. *Busy Season*

Audit dalam musim sibuk, seperti pada saat tanggal pelaporan pajak, akan lebih mahal sehingga beberapa penelitian menyatakan adanya korelasi positif dengan *audit fee* (Tuanakotta, 2007);

4. Jumlah Laporan

Jumlah laporan menentukan seberapa luasnya penugasan audit dalam keadaan tertentu sehingga semakin banyak berkorelasi positif terhadap *audit fee* (Tuanakotta, 2007).

2.2 Struktur Pasar

Beattie et al (2003) membagi empat bentuk struktur pasar menjadi enam bentuk struktur pasar, yaitu monopoli (1 perusahaan menguasai 100% pangsa pasar), dominan perusahaan (1 perusahaan menguasai 40% sampai dengan 99% pangsa pasar), oligopoli kuat (4 perusahaan menguasai lebih dari 60% pangsa pasar), oligopoli lemah (4 perusahaan menguasai kurang dari 40% pangsa pasar), persaingan monopolistik (banyak perusahaan dengan masing-masing perusahaan memiliki kekuatan yang kecil), dan persaingan sempurna (banyak perusahaan, dan masing-masing perusahaan tidak memiliki market power KAP).

Sebagian besar pasar audit termasuk struktur oligopoli. Oligopoli semakin longgar ketika banyak jumlah pesaing, pangsa pasar tidak stabil, hambatan masuk rendah, konsentrasi rendah, dan adanya kesempatan yang baik pada skala ekonomi (Pong, 1999; Abidin et al., 2006, Shepherd, 1997; Schaen & Maijoor, 1997), dan sebaliknya.

2.3 Konsentrasi pasar jasa audit

Konsentrasi tergantung pada jumlah KAP di pasar jasa audit, ukuran pasar KAP yang diukur dari jumlah klien mereka, jenis industri klien dan total penjualan klien (Charlotte Dubaere, 2008). Dalam struktur pasar dengan konsentrasi tinggi dan tingkat persaingan yang rendah, KAP dapat membebaskan *audit fee* yang lebih tinggi dan mencapai keuntungan yang lebih tinggi. Sebaliknya pasar terkonsentrasi rendah dapat menguntungkan klien (Beattie & Fearnley, 1994)

Konsentrasi dapat dilihat dari jumlah dan ukuran distribusi perusahaan. Salah satu cara untuk mengukur konsentrasi pasar yaitu Herfindahl-Hirschman Index (HHI). *Herfindahl-Hirschman Indeks* atau HHI, adalah metodologi yang dipakai untuk mengukur distribusi penghitungan konsentrasi pasar di dalam industri. Adapun ketentuan dalam Indeks *Herfindahl* adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Herfindahl Indeks Rate

HI	Interpretation
18 – 100 %	High market concentration
10 – 18 %	Medium market concentration
< 10 %	Low to unconcentrated market

Perhitungan HHI yaitu penjumlahan kuadrat dari pangsa pasar untuk masing-masing maupun semua perusahaan dalam suatu industri:

$$H = \sum_{i=1}^N s_i^2$$

Dimana:

s_i = *market share* suatu perusahaan dalam pasar

N = jumlah perusahaan

Dalam penelitian ini tingkat konsentrasi akan diukur dengan menggunakan *Harfindahl Index* (HHI), karena penelitian ini mengukur distribusi penguasaan pasar setiap tahun pada setiap industri yang hanya dapat diukur dengan menggunakan HHI.

2.3 *Market power*

Market power adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mempengaruhi tingkat harga. *Market power* digambarkan dengan pangsa pasar dimana membantu supplier meningkatkan harga diatas biaya marginal (Schaen & Maijoor, 1997).

Perusahaan yang dominan dapat menaikkan harga dan memperoleh keuntungan yang sangat tinggi. Jika di suatu pasar terdapat banyak perusahaan tetapi terdapat satu atau dua perusahaan yang menguasai sebagian besar pangsa pasar, maka perusahaan yang memiliki sebagian besar pangsa pasar tersebut akan memiliki *market power* yang lebih besar dibandingkan perusahaan-perusahaan lainnya.

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 *Market power* KAP Audit

Willekens & Achmadi (2003) menggunakan penilaian pangsa pasar KAP karena memungkinkan untuk menilai dampak dari *market power* KAP terhadap *audit fee*. Dalam pasar jasa audit, terdapat kantor akuntan publik yang mendominasi atau memiliki pangsa pasar lebih besar dibandingkan yang lainnya. Kantor akuntan publik yang mendominasi dapat menaikkan harga dan memperoleh profit tinggi, atau disebut juga diskriminasi harga (Shepherd, 1997). Penelitian oleh Niemi (2005) menyatakan sebagian besar penelitian menyimpulkan bahwa kantor akuntan publik yang terbesar mampu mendapatkan *fee* tinggi.

Observasi yang dilakukan Numan dan Willekens (2012), menyatakan *audit fee* dapat dipengaruhi oleh perbedaan pangsa pasar dari pesaing terdekat, KAP dengan perbedaan pangsa pasar yang terbesar dapat menunjukkan *market power*. Hasil penelitian Numan dan Willekens (2012) menunjukkan hubungan positif antara *market power* dan *audit fee*, ketika suatu KAP menjadi *price leader* dalam industri tersebut. Berdasarkan penelitian yang telah dipaparkan maka hipotesis penelitian ini adalah:

Hipotesis 1 : *Market power* yang dimiliki kantor akuntan publik berpengaruh positif terhadap *audit fee*.

2.4.2 Konsentrasi pasar jasa audit

Berdasarkan penelitian Eshleman (2013) *audit fee* ditentukan oleh level konsentrasi pasar jasa audit, *audit fee* jauh lebih tinggi ketika terdapat konsentrasi pasar. Penelitian lain menyebutkan terdapat hubungan positif yang signifikan secara statistik antara konsentrasi pasar dan *audit fee* untuk klien-klien besar (Evans & Schwartz, 2013).

Beattie et al., (2003) menyatakan bahwa konsekuensi dari peningkatan konsentrasi pasar mengakibatkan berkurangnya pilihan bagi pengguna jasa. Sejalan dengan itu, penelitian Abidin (2010), konsentrasi pasar jasa audit menurun pasca runtuhnya Arthur Anderson, membuat tingkat *audit fee* naik di UK karena ingin menanamkan keyakinan tentang kualitas audit di pelaku pasar keuangan setelah kasus Enron (*'Andersen effect'*). Dengan demikian, perusahaan ingin auditor melakukan lebih banyak usaha.

Menurunnya konsentrasi pasar jasa audit diakibatkan oleh peraturan tentang rotasi auditor membuat keuntungan bagi KAP lokal untuk berkompetisi dalam pasar audit, sehingga persaingan antar KAP meningkat. Hasil penelitian di Indonesia oleh Viska et al (2012), menunjukkan bahwa terjadi penurunan konsentrasi pasar jasa audit pada seluruh sektor non-keuangan di Indonesia setelah diterapkannya peraturan mengenai rotasi KAP, yang menjadikan peningkatan pangsa pasar untuk KAP Non-Big 4. Konsentrasi pasar jasa audit yang lebih

rendah menunjukkan tingkat persaingan yang lebih tinggi sehingga menyebabkan kesetaraan antar KAP (auditor) dan peningkatan peluang klien untuk berganti auditor dengan *audit fee* yang berbeda (Viska et al., 2012), sehingga dapat mengurangi *audit fee*. Dengan begitu, *audit fee* dipengaruhi secara positif oleh konsentrasi pasar jasa audit.

Konsentrasi pasar dapat memacu persaingan *audit fee* diantara kantor akuntan publik. Penelitian sebelumnya oleh Pearson dan Trompeter (1994) menyatakan adanya hubungan negatif antara *audit fee* dan *level konsentrasi supplier*. Penelitian Willekens & Achmadi (2003) meningkatnya konsentrasi tidak membuat kompetisi harga menurun melainkan menaikkan kompetisi harga, sehingga berhubungan negatif dengan *audit fee*. Penelitian Numan & Willekens (2012) juga menyatakan bahwa kenaikan konsentrasi mengubah posisi pasar dan kekuatan pemain pada pasar audit dan menunjukkan bahwa konsentrasi pasar jasa audit tidak meningkatkan tetapi menurunkan *audit fee*.

Berdasarkan literatur yang telah disebutkan ada yang menemukan bahwa konsentrasi pasar jasa audit memiliki hubungan positif dan ada juga yang berpendapat memiliki hubungan negatif dengan level *audit fee*, sejalan dengan penelitian-penelitian tersebut hipotesis pada penelitian ini yaitu:

Hipotesis 2: Konsentrasi pasar jasa audit berpengaruh positif (negatif) terhadap *audit fee*.

3. Metode Penelitian

Variabel dependen pada penelitian ini adalah *audit fee*. *Audit fee* dalam penelitian ini dikumpulkan dari laporan tahunan perusahaan non-keuangan yang terdaftar di bursa efek. Sedangkan, variabel *independen* pada penelitian ini adalah *market power* KAP suatu kantor akuntan publik dan konsentrasi pasar jasa audit dengan mengacu pada penelitian oleh Numan dan Willeen (2012); Evan dan Schwartz (2013); Willekens dan Achmadi (2003). Penelitian ini menggunakan 5 variabel kontrol yaitu ukuran klien, kompleksitas bisnis klien, risiko bisnis klien, profitabilitas klien, pergantian auditor, dan ukuran auditor.

Penelitian ini menggunakan model regresi PLS (*Pooled Least Square*) seperti pada model penelitian Hay et al (2006) dan Wang (2009) untuk menganalisis hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen dengan beberapa variabel pengendali yang telah disesuaikan untuk menguji hipotesis. Model penelitian digambarkan sebagai berikut ini:

$$\begin{aligned}
FEE_{it} = & \alpha_0 + \alpha_1 \text{MPOWER}_{it} + \alpha_2 \text{CONCEN}_{it} + \alpha_3 \text{SIZE}_{it} + \alpha_4 \text{LNBU}_{it} + \\
& \alpha_5 \text{FOREIGN}_{it} + \alpha_6 \text{INVREC}_{it} + \alpha_7 \text{CATA}_{it} + \alpha_8 \text{QUICK}_{it} + \alpha_9 \text{LEV}_{it} + \\
& \alpha_{10} \text{ROTA}_{it} + \alpha_{11} \text{LOSS}_{it} + \alpha_{12} \text{SWITCH}_{it} + \alpha_{13} \text{BIG 4}_{it} + \alpha_{14} \text{IPO}_{it} + \varepsilon
\end{aligned}$$

Keterangan :

FEE	: biaya jasa audit (<i>audit fee</i>) yang dibebankan oleh auditor kepada klien tertentu di tahun tertentu
MPOWER	: <i>market power</i> KAP audit dengan jarak <i>absolute</i> pangsa pasar KAP dengan KAP lainnya dalam satu industri di tahun tertentu.
CONCEN	: konsentrasi pasar jasa audit, dengan menghitung dengan <i>harfindhl index</i> pangsa pasar dalam suatu industri di tahun tertentu
SIZE	: ukuran perusahaan berdasarkan total aset perusahaan klien
LNBU	: natural log jumlah segmen lini bisnis klien
FOREIGN	: natural log jumlah segmen asing
INVREC	: jumlah persediaan dan piutang dibagi dengan total aset perusahaan.
CATA	: rasio aset lancar per total aset
QUICK	: rasio aset lancar (dikurangi persediaan) per utang lancar
LEV	: rasio hutang jangka panjang per total aset
ROTA	: rasio pendapatan sebelum pajak dan bunga per total aset
LOSS	: indikator variable, 1 jika perusahaan terdapat rugi ditahun buku, dan 0 sebaliknya
SWITCH	: indikator variable, 1 jika perusahaan melakukan pergantian auditor dalam satu tahun, dan 0 sebaliknya
BIG4	: indikator variabel, 1 jika perusahaan menggunakan Big 4 sebagai akuntan publik perusahaan dan 0 sebaliknya
IPO	: indikator variable, 1 jika perusahaan melakukan IPO pada tahun tertentu dan 0 sebaliknya.
ε	: <i>residual error</i>

3.1 Operasionalisasi Variabel

3.1.1 Variabel Dependen dan Independen

Informasi mengenai variabel dependen, *audit fee*, didapatkan dengan melihat pada bagian pengungkapan rapat umum pemegang saham laporan tahunan masing-masing perusahaan non-keuangan yang terdaftar pada bursa efek dari tahun 2012-2014,

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *market power* KAP audit (MPOWER) dan konsentrasi pasar jasa audit (CONCEN) suatu kantor akuntan publik. Pangsa pasar yang dimiliki setiap KAP dalam suatu industri tertentu di tahun tertentu (it) menjadi proksi penting untuk mengukur variabel ini. Perhitungan pangsa pasar setiap KAP dilakukan melalui 2 buah proksi pengukuran.

Pertama, menggunakan total aset klien setiap KAP yang dijumlahkan menurut jenis industri yang sesuai dengan JASICA (Jakarta Industrial Classification) per keseluruhan total aset klien audit seluruh KAP dalam industri tersebut. Kedua, menggunakan jumlah klien yang dimiliki setiap KAP yang dijumlahkan menurut jenis industri yang sesuai dengan JASICA (Jakarta Industrial Classification) per keseluruhan jumlah klien audit seluruh KAP dalam industri tersebut. Pengukuran kedua dilakukan untuk mengatasi pengaruh *fixed effect* total aset klien-klien besar terhadap *audit fee* (Evan dan Schwartz, 2012). Total aset dan jumlah klien yang dihitung berasal dari klien audit perusahaan terbuka maupun perusahaan tertutup.

Berdasarkan penelitian Numan dan Willekens (2012), nilai *market power* KAP didapatkan melalui perhitungan perbedaan terkecil absolut dari nilai pangsa pasar antara kantor akuntan publik yang satu dengan pangsa pasar kantor akuntan publik lainnya. Pengukuran konsentrasi pasar jasa audit konsisten dengan penelitian Viska *et al.* (2012) yang mengukur konsentrasi pada setiap sektor industri setiap tahunnya. Konsentrasi pasar jasa audit pada penelitian ini dihitung dengan menggunakan *Herfindhahl Index*, dengan mentotalkan pangsa pasar kuadrat seluruh kantor akuntan publik untuk setiap industri di tahun tersebut.

3.1.2 Variabel Kontrol

a. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (SIZE) diukur dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Beberapa penelitian sebelumnya (Simunic, 1980; Khan *et al.*, 2011; Ghosh dan Tang, 2015), menggunakan ukuran perusahaan dalam penelitian sebagai variabel kontrol. Biaya jasa audit dapat meningkat karena biaya dan usaha yang diberikan oleh auditor untuk melakukan audit pada perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan besar akan meningkat.

b. Kompleksitas Bisnis Klien

Jumlah segmen bisnis klien (LNBU) menurut penelitian Huang (2007), bahwa banyaknya segmen bisnis memiliki pengaruh yang positif dengan *audit fee*. Semakin banyak segmen bisnis klien berarti semakin kompleks suatu perusahaan untuk di audit, sehingga membuat auditor harus melakukan usaha lebih yang berdampak pada *audit fee* yang dibebankan. Audit pada klien yang memiliki jumlah segmen asing (FOREIGN) membutuhkan usaha yang besar, karena itu audit tersebut merefleksikan *fee* yang lebih besar (Karim & Moizer, 1996; Rose, 1999). Sehingga proksi jumlah segmen asing berhubungan positif dengan *audit fee*. Proksi INVREC diukur dengan rasio atas penjumlahan persediaan dan piutang dibagi dengan total aset, semakin kecil nilai rasio tersebut maka semakin tidak efisien perusahaan dalam mengelola persediaan dan piutangnya. Hal tersebut membuat *audit fee* yang dibebankan akan lebih besar saat mengaudit persediaan dan piutang yang semakin bernilai besar (Taylor & Simon, 1999).

c. Risiko bisnis klien

Rasio aset lancar per total aset (CATA) menunjukkan likuiditas, risiko bertambah jika likuiditas rendah. Dalam penelitian Willekens (2003) menyatakan bahwa *quick ratio* (QUICK) berpengaruh signifikan terhadap *audit fee*, nilai rasio menjadi rendah dan membuat *audit fee* akan semakin tinggi. Rasio hutang jangka panjang per total aset (LEV) dalam penelitian Numan dan Willekens (2012) menunjukkan hubungan yang positif dengan *audit fee*, karena jika rasio *leverage* tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan ada potensi mengalami *financial distress*, sehingga meningkatkan risiko audit sehingga meningkatkan *audit fee*. Kerugian perusahaan (LOSS) merupakan variabel *dummy*. Indikator kerugian pada tahun buku berhubungan dengan permasalahan *going concern*. Sehingga rendahnya *going concern* membuat *audit fee* tinggi. IPO termasuk variabel *dummy*, seberapa lama perusahaan tersebut telah melakukan ipo. Penelitian Chi (2011) menyatakan bahwa perusahaan dengan riwayat *listing* tergolong masih pendek lebih berisiko mengalami kebangkrutan.

d. Profitabilitas klien

Rasio pendapatan sebelum pajak dan bunga per total aset (ROTA). Semakin rendah rasio maka profitabilitas klien dinilai kurang baik, sehingga dapat meningkatkan *audit fee* (Hassan dan Naser, 2013). Hal tersebut membuat hubungan negatif antara proksi rasio pendapatan sebelum pajak dan bunga per total aset dengan *audit fee*.

e. Tingkat pergantian auditor

Tingkat pergantian auditor diproksikan sebagai aktivitas pergantian auditor yang dilakukan oleh suatu perusahaan (SWITCH). Proksi ini merupakan variabel *dummy*. Penelitian

lain menunjukkan bahwa aktivitas pergantian auditor meningkat pada awal mengaudit suatu klien baru (Griffin dan Lont, 2005; Ettredge et al., 2007).

f. Ukuran auditor

BIG 4 merupakan variabel *dummy*. Jika perusahaan diaudit oleh salah satu KAP yang termasuk Big 4 maka perusahaan akan membayar *fee* lebih besar (Firth, 1997; Beattie et al., 2001).

3.2 Data dan Sampel

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan berupa data sekunder yang berasal dari laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), *IDX Fact Book*, EIKON, *Indonesia Capital Market Directory* (ICMD), Pusat Data Ekonomi dan Bisnis (PDEB) FEUI, dan data sekunder dari Pusat Pembinaan Profesi Keuangan (PPPK) Kementerian Keuangan RI.

Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* Tipe *purposive sampling* yang digunakan adalah *judgement sampling*. Berikut ini merupakan beberapa kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel:

1. Perusahaan non-keuangan yang terdaftar di BEI periode 2012-2014
2. Perusahaan yang memiliki laporan keuangan yang telah diaudit
3. Perusahaan yang mengungkapkan *audit fee* atau jasa akuntan publik atau jasa auditor eksternal yang dibayarkan pada tahun 2012, 2013, 2014 di laporan keuangannya
4. Informasi perusahaan tersedia lengkap dalam laporan keuangan untuk seluruh variabel yang akan diteliti di dalam model dalam kurun tahun penelitian.

Jenis sampel yang diambil adalah *unbalanced sampling* karena di setiap tahun tidak terdapat perusahaan yang selalu sama. Hal ini dilakukan agar sampel yang dapat dipertahankan relatif lebih banyak. Tabel 2 merupakan jumlah sampel yang dibutuhkan.

4 Hasil Penelitian

4.1 Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini penulis membagi 2 statistik deskriptif berdasarkan proksi 1 (pangsa pasar dari total aset klien) dan proksi 2 (pangsa pasar dari jumlah klien). Berdasarkan analisa statistik deskriptif diketahui hasil sebagai berikut.

Berdasarkan nilai tertinggi dan terendah *audit fee* terdapat perbedaan rentang nilai yang jauh. Hal ini menunjukkan bahwa ada perusahaan-perusahaan di Indonesia yang membayar untuk *audit fee* sangat besar, namun ada pula membayar untuk *audit fee* sangat kecil. *Audit fee*

terbesar karena memiliki ukuran perusahaan terbesar dalam sampel, tingkat risiko cukup tinggi, merupakan klien dari Big 4, merupakan klien KAP E&Y yang memiliki *market power* KAP terbesar dan industri tersebut mengalami peningkatan tren konsentrasi pasar jasa audit.

Berdasarkan tabel 3, diketahui adanya perbedaan tren *market power* KAP yang dimiliki oleh KAP jika menggunakan proksi 1, yaitu menghitung *market power* KAP dengan menggunakan total aset klien, dan jika proksi 2, yaitu menghitung *market power* KAP dengan menggunakan jumlah klien. Pada proksi 1 besarnya *market power* KAP dalam satu industri *fluktuatif* dari tahun ke tahun, hal ini mungkin dipengaruhi oleh perusahaan besar yang menjadi klien suatu KAP, lalu kemungkinan adanya klien besar tersebut berganti auditor. Sedangkan pada proksi 2, tren *market power* KAP cenderung stabil. Hal tersebut terbebas dari distorsi klien besar, karna pangsa pasar ditentukan oleh jumlah klien.

Berdasarkan tabel 3 tersebut dapat terlihat juga bahwa industri yang memiliki *market power* KAP besar mengindikasikan bahwa industri tersebut merupakan industri yang yang spesifik. *Market power* KAP yang besar mengindikasikan bahwa KAP memiliki *bargaining power* dalam menentukan *audit fee*, sedangkan *market power* KAP yang kecil menunjukan klien yang memiliki *bargaining power* dalam menentukan harga. KAP pada industri pertambangan dan manufaktur memiliki *bargaining power* yang besar untuk menentukan *audit fee*, karena memerlukan pengetahuan khusus dan usaha auditor khusus untuk mengaudit industri tersebut.

Berdasarkan tabel 4, diketahui adanya perbedaan tren konsentrasi pasar yang dimiliki oleh tiap industri jika menggunakan proksi 1, yaitu menghitung *market power* KAP dengan menggunakan total aset klien, dan jika proksi 2, yaitu menghitung *market power* KAP dengan menggunakan jumlah klien. Pada proksi 1 dapat tergambar bahwa tren konsentrasi *fluktuatif* dari tahun ke tahun, hal tersebut dikarenakan adanya distorsi dari klien yang memiliki total aset besar dalam industri tersebut. Sedangkan pada proksi 2 dapat tergambar bahwa tren konsentrasi cenderung konsisten naik, karena jumlah klien dalam industri tersebut lebih menggambarkan pangsa pasar pada industri tersebut tanpa adanya distorsi dari perusahaan besar.

Berdasarkan atas hal tersebut, penjelasan dan perhitungan konsentrasi pasar akan menggunakan proksi 2. Pada proksi 2 dapat terlihat bahwa industri yang memiliki konsentrasi pasar paling besar pada tahun 2012, 2013, dan 2014 adalah industri pertambangan. Hal tersebut dikarenakan industri pertambangan memiliki hambatan masuk industri tersebut yang cukup besar. Penelitian ini menemukan bahwa konsentrasi pada setiap industri di Indonesia termasuk

kelompok konsentrasi rendah, karena masing-masing nilai berada dibawah 10% jika menggunakan pengukuran *Harfindahl Index*.

4.2 Uji Panel Data, Uji Klasik, Uji Statistik

Penelitian ini telah menguji ketiga jenis model panel, yaitu uji Chow, uji *Breusch Pagan Langrange Multiplier (LM)* dan uji *Hausman*. Hasil akhir penelitian ini menggunakan model Pooled Least Square (PLS). Dalam uji klasik penelitian ini menguji miltikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Tidak ditemukan permasalahan dalam uji klasik, kecuali dalam menguji heteroskedastisitas. Masalah tersebut dapat diatasi dengan menggunakan *treatment generalized least square (GLS)* sehingga hasil uji statistik yang diperoleh dapat lebih diandalkan.

Berdasarkan uji statistik yang dilakukan melalui uji signifikansi model (F-Statistik), dapat dinyatakan bahwa variabel independen dan variabel kontrol yang terdapat dalam model penelitian ini secara bersama-sama dan signifikan mampu mempengaruhi nilai variabel dependen yaitu biaya jasa audit. Melalui uji goodness of fit (R-Squared) didapatkan variasi nilai variabel independen pada model yang menggunakan proksi 2 dapat menjelaskan lebih banyak variasi dari nilai variabel dependennya (tabel 5).

4.3 Uji Hipotesis

Hasil regresi untuk variabel *market power* KAP audit terlihat pada Tabel 5. Hipotesis pertama penelitian ini menyatakan bahwa *market power* KAP suatu KAP berhubungan positif terhadap *audit fee*. Hasil regresi *market power* pada model penelitian yang menggunakan sampel proksi 1 menunjukkan hasil yang tidak signifikan, namun model penelitian yang menggunakan sampel proksi 2 menunjukkan hasil yang signifikan dan sesuai dengan hipotesis pertama, yakni *market power* KAP suatu KAP berpengaruh positif secara signifikan terhadap *audit fee*.

Hal ini berarti hipotesis 1 diterima hanya untuk model dengan proksi yang menghitung *market power* KAP berdasarkan perbedaan terbesar pangsa pasar suatu KAP dengan kompetitor menurut jumlah klien KAP. Berdasarkan penelitian oleh Willekens dan Achmadi (2003), diketahui bahwa ketika *market power* dimiliki oleh suatu KAP maka hambatan bagi pesaing masuk pasar menjadi besar sehingga dapat menentukan harga. Proksi 2 lebih sesuai karena menghitung *market power* KAP berdasarkan total aset klien lebih menggambarkan pangsa pasar KAP tanpa dipengaruhi oleh aktivitas ‘cherry picking’, yaitu pemilihan klien

berdasarkan klien yang mempunyai aset besar atau ukuran perusahaan besar, sehingga dapat mendistorsi pangsa pasar.

Hasil regresi untuk variabel konsentrasi pasar jasa audit terlihat pada Tabel 4. Hipotesis kedua penelitian ini menyatakan bahwa konsentrasi pasar jasa audit pada suatu industri berpengaruh positif (negatif) terhadap *audit fee*. Hasil regresi konsentrasi pasar jasa audit pada model penelitian yang menggunakan sampel proksi 1 menunjukkan hasil yang tidak signifikan, namun model penelitian yang menggunakan sampel proksi 2 menunjukkan hasil yang signifikan dan sesuai dengan hipotesis pertama, yakni konsentrasi pasar jasa audit pada suatu industri berpengaruh positif (negatif) secara signifikan terhadap *audit fee*.

Hal ini berarti hipotesis 2 diterima hanya untuk model dengan proksi yang menghitung konsentrasi pasar jasa audit suatu industri berdasarkan index *harfindahl* dengan perhitungan pangsa pasar menurut jumlah klien KAP. Berdasarkan penelitian Viska et al.,(2012), yang memperoleh hasil signifikan untuk pengukuran konsentrasi ketika menggunakan total jumlah klien dan sebaliknya ketika menggunakan total aset klien untuk mengukur konsentrasi pasar jasa audit. Lebih lanjut penelitian tersebut menyatakan bahwa tingkat konsentrasi yang lebih rendah menunjukkan tingkat persaingan yang lebih tinggi. Tingkat persaingan yang tinggi menyebabkan *audit fee* rendah. Sehingga, konsentrasi berhubungan positif dengan *audit fee*.

4.4 Variabel Kontrol

Hasil dari segmen asing berbeda dengan ekspektasi, yaitu berhubungan negatif signifikan. Hal ini dikarenakan penelitian dilakukan dengan memasukan KAP Big 4 dan KAP lokal. Menurut hasil penelitian oleh Wang et al. (2014), penelitian *audit fee* yang hanya meneliti KAP Big 4 yang dapat menghasilkan hubungan negatif antara proksi segmen asing dan *audit fee*, hubungan positif terjadi ketika hanya meneliti KAP lokal, dan hubungan negatif ketika menggabungkan KAP Big 4 dan KAP lokal. Hal tersebut disebabkan KAP Big 4 telah mempercayakan hasil audit oleh KAP Big 4 di lokasi entitas anak luar negeri tersebut, sehingga KAP Big 4 tidak memerlukan usaha lebih untuk mengaudit entitas asing tersebut. Sedangkan, KAP lokal membutuhkan sumberdaya dan usaha lebih untuk mengaudit entitas anak luar negeri klien, sehingga *audit fee* yang dibebankan kepada klien akan lebih besar. Konteks dalam penelitian ini perusahaan yang memiliki usaha diluar negeri sebagian besar diaudit oleh KAP Big 4, sehingga sesuai dengan penelitian Wang et al. (2014).

Hasil dari SWITCH juga berbeda dengan ekspektasi meskipun tidak signifikan. Kompetisi diantara auditor telah dipengaruhi tentang adanya fenomena *low-balling*, dengan koefisien negatif pada variabel pergantian auditor (Willekens dan Achmadi, 2003; John, 2013;

Wang, 2014). Auditor menetapkan harga rendah untuk memperluas pangsa pasar. Sehingga penetapan biaya rendah pada awal engagement saat klien berpindah auditor dapat dipengaruhi oleh aktivitas *low-balling*, yaitu aktivitas KAP dalam memberikan audit fee rendah pada awal engagement menjadi klien dengan harapan tahun depan tetap menjadi klien KAP tersebut (Chan, 1999). Namun pengaruhnya tidak signifikan terhadap audit fee dalam penelitian ini.

5. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai faktor yang diekspektasikan memiliki pengaruh *market power* KAP dan konsentrasi pasar jasa audit terhadap *audit fee* yang belum pernah diteliti sebelumnya di Indonesia. Dengan ekspektasi bahwa *market power* KAP memiliki hubungan positif dengan *audit fee* dan konsentrasi pasar jasa audit berhubungan positif (negatif) dengan *audit fee*. Sampel yang digunakan adalah perusahaan klien non-keuangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2002-2014 yang mengungkapkan jumlah *audit fee* dan memiliki laporan keuangan tahunan lengkap dan data KAP dan kliennya baik klien perusahaan terbuka maupun tertutup di Indonesia untuk mendapatkan nilai *market power* KAP dan konsentrasi pasar jasa audit secara keseluruhan. Pengukuran pada *market power* KAP dan kekuatan pasar menggunakan pangsa pasar karena dapat mencerminkan persaingan dalam suatu pasar.

Penelitian ini menemukan bahwa di Indonesia, *market power* KAP berpengaruh positif signifikan dengan *audit fee* dan konsentrasi pasar jasa audit mempengaruhi audit fee secara positif signifikan pada total jumlah klien KAP. Sedangkan, jika menggunakan total aset klien diperoleh hasil yang tidak signifikan untuk kedua variabel. Hal tersebut karena faktor total aset klien dapat dipengaruhi oleh aktivitas '*cherry picking*' berdasarkan klien yang mempunyai aset besar atau ukuran perusahaan besar, sehingga dapat mendistorsi pangsa pasar KAP lainnya. Tingkat konsentrasi yang lebih tinggi menunjukkan tingkat persaingan yang lebih rendah. Tingkat persaingan yang rendah menyebabkan *audit fee* tinggi. Penelitian ini menemukan konsentrasi pasar jasa audit di Indonesia terkonsentrasi rendah (tabel 4), hal ini dikarenakan adanya peraturan mengenai rotasi audit sehingga membuka kesempatan bagi KAP non big 4 untuk bersaing dalam pasar audit. Konsentrasi pasar jasa audit di Indonesia rendah membuat *audit fee* menurun (tabel 1).

Penelitian ini juga menemukan bahwa struktur pasar jasa audit di Indonesia termasuk oligopoli lemah karena 4 perusahaan memiliki kurang dari 40% pangsa pasar, kecuali untuk industri pertambangan yang termasuk oligopoli kuat yang memiliki 4 perusahaan dengan pangsa pasar lebih dari 40% (tabel 6). Hal tersebut dikarenakan sulitnya bagi auditor untuk

memasuki industri pertambangan yang membutuhkan pemahaman khusus. Hal tersebut ditentukan berdasarkan presentasi 4 besar pangsa pasar yang dimiliki KAP di masing-masing industri.

Penelitian ini memberikan implikasi terhadap Regulator, dengan memberikan informasi mengenai persaingan pasar jasa audit di Indonesia dan dampaknya terhadap *audit fee*. Berdasarkan informasi ini maka diperlukan pengawasan dari Regulator yang berwenang, yaitu PPPK (dahulu adalah PPAJP) dan IAPI untuk memastikan persaingan yang ketat tidak menyebabkan *audit fee* yang tidak wajar dan terlalu rendah yang berpotensi menurunkan kualitas audit yang dihasilkan.

Batasan pada penelitian ini adalah penelitian tidak dilakukan terhadap sektor industri keuangan dan karena data yang digunakan tidak hanya menggunakan data perusahaan terbuka namun juga menggunakan data perusahaan tertutup, maka peneliti tidak dapat memastikan keakuratan data untuk perusahaan tertutup. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya untuk mengikutsertakan perusahaan sektor industri keuangan di Indonesia sebagai sampel penelitian.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi kepada Regulator mengenai persaingan pasar jasa audit di Indonesia dan dampaknya terhadap *audit fee*. Sehingga diperlukan pengawasan dari Regulator yang berwenang, yaitu PPPK (dahulu adalah PPAJP) dan IAPI untuk memastikan persaingan yang ketat tidak menyebabkan *audit fee* yang tidak wajar dan terlalu rendah yang berpotensi menurunkan kualitas audit yang dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin Vivien Beattie, Alan Goodacre. (2010). Audit Market Structure, fees, and Choice in a period of structural Change: Evidence from the UK 1998-2003. *The British Accounting Review*, Vol. 42, 187-206.
- Beattie, et al. (2003). And The Three Four: A Study of UK Audit Market Concentration- Causes, Consequences and the Scope for Market adjustment. *Journal of Financial Regulation and Compliance*, Vol. 11, 3. pp 250, 265.
- Dubaere, Charlotte. (2008). Concentration on The Audit Market. Ghent University, Faculty of Economics and Business Administration.
- Carson, Elizabeth, Neil L. Fargher, Marshall A. Geiger, Clive S. Lennox, K. Raghunandan, and Marleen Willekens. (2013) Audit Reporting for Going-Concern Uncertainty: A Research Synthesis. *A Journal of Practice & Theory*, Vol. 32, No.1, pp. 353-384.

- Chan, Derek K. (1999). "Low-Balling" and Efficiency in a Two-Period Specialization Model of Auditing Competition. *Contemporary Accounting Research*, Vol.16, No. 4, 609–642.
- Eshleman, John Daniel. (2013). The Effect of Audit Market Concentration on Audit Pricing and Audit Quality: The Role of Size of The Audit Market. North Carolina State University, Department of Accounting.
- Evans, Lawrence dan Jeremy Schwartz. (2013). The Effect of Concentration and Regulation on Audit Fees: An Application of Panel Data Techniques. *Journal of Empirical Finance*.
- Firth, Michael. (1985). An Analysis Of Audit Fees And Their Determinants In New- Zealand. *A Journal Of Practice & Theory*, Vol 4, 23-37.
- Hassan, Yousef Mohammad dan Kamal Naser. (2013). Determinants of Audit Fees: Evidence from an Emerging Economy. *International Business Research*, Vol. 6, No 8.
- Hay, D, W Robert Knechel, Helen Ling. (2008). Evidence on the impact of internal control and corporate governance on audit fees. *International Journal of Auditing*, Vol 12, No. 1, 9-24.
- Hay, D, R Knechel, V Li. (2006). Non- audit Services and Auditor Independence: New Zealand Evidence. *Journal of Business Finance & Accounting*, Vol.33, No.5- 6, 715-734.
- Huang, Hua- Wei, Li- Lin Liu, K. Raghunandan, and Dasaratha V. Rama. (2007). Auditor Industry Specialization, Client Bargaining Power, and Audit Fees: Further Evidence. *A Journal of Practice & Theory*, Vol. 26, No. 1, pp. 147-158.
- Moizer, Peter and Stuart Turley. (1989). Changes In the Uk Market For Audit Services: 1972-1982. *Journal of Business Finance & Accounting* Vol.16, No 1, 41–53.
- Niemi, Lasse. (2005). Audit effort and fees under concentrated client ownership: Evidence from four international audit firms. *The International Journal of Accounting*, Vol. 40, 303–323.
- Pearson, Tim And Greg Trompeter. (1994). Competition In The Market For Audit Services: The Effect Of Supplier Concentration On Audit Fees. *Contemporary Accounting Research*, Vol. 11, No 1, 115–135.
- Pong, Christopher K.M. (1999). Auditor Concentration: A Replication and Extension for the UK Audit Market 1991–1995. *Journal of Business Finance & Accounting*, Vol 26, No 3-4, 451–475.
- Simunic, Dan A. (1980). The Pricing of Audit Services: Theory and Evidence. *Journal of Accounting Research*, Vol. 18, No. 1, 161-190
- Taylor, Mark H. and Daniel T. Simon. (1999). Determinants of audit fees: the importance of litigation, disclosure, and regulatory burdens in audit engagements in 20 countries. *The International Journal of Accounting*, Vol. 34, No 3, 375–388

Tuanakotta, Theodoros M. (2007). *Berpikir Keritis Dalam Auditing*. Salemba Empat.

Viska Anggraita, Fitriany, Sandra Aulia, Sylvia Veronica. (2012) *Pengaruh Persaingan Pasar Jasa Audit Terhadap Kualitas Audit: Peran Regulasi Rotasi dan Regulasi Corporate Governance*. Universitas Indonesia, Fakultas Ekonomi.

Wang, Kun, Sewon O dan Baoping Chu. (2014). Auditor Competition, Auditor Market Share, and Audit Pricing – Evidence from a Developing Country. *The Journal of Global Business Management*. Vol.10, No.1.

Website majalah CFO

<http://ww2.cfo.com/auditing/2015/10/audit-fees-public-companies-3-4/>

(diunggah pada Senin, 4 Jan 2015)

Wieteke, Numan dan Marleen Willekens. (2012). An Empirical Test of Spatial Competition in The Audit Market. *Journal of Accounting and Economics*, Vol.53, 450-465.

Willekens, Marleen dan Christina Achmadi. (2003). Pricing and Supplier Concentration in Private Client Segment of the Audit Market: Market Power or Competition?. *The International Journal of Accounting*, Vol. 38, 431-455

Tabel 1. Rata-rata Audit Fee di Indonesia tahun 2012-2014

Nama Industri	Rata - Rata Audit Fee				
	2012		2013		2014
Pertanian	Rp 1,851,260,520	turun	Rp 1,618,345,340	turun	Rp 1,582,731,111
Pertambangan	Rp 1,812,014,448	turun	Rp 1,624,384,546	turun	Rp 1,613,850,534
Manufaktur	Rp 1,699,424,026	turun	Rp 1,506,316,456	turun	Rp 1,486,938,109
Infrastruktur	Rp 1,880,057,927	turun	Rp 1,595,610,980	turun	Rp 1,563,206,166
Property	Rp 1,719,163,570	turun	Rp 1,518,336,956	turun	Rp 1,503,509,663
Perdagangan	Rp 1,745,304,994	turun	Rp 1,545,789,327	turun	Rp 1,513,659,939

Tabel 2. Sampel Penelitian

Kriteria	Pengukuran 1		
	Pengukuran 2		
	2012	2013	2014
Jumlah perusahaan yang tercatat di BEI	463	486	509
(-) Jumlah perusahaan sektor keuangan	71	85	87
Jumlah populasi	392	401	422
(-) Perusahaan yang tidak mengungkapkan audit fee dalam laporan keuangan	331	312	311
Perusahaan yang mengungkapkan audit fee	62	89	111
(-) Perusahaan yang tidak memiliki data keuangan lengkap dalam laporan keuangannya	3	4	3
Total Sampel per Tahun	59	85	108
Total Sampel	252		

Tabel 3. Market Power KAP

Tahun	Nama Industri	Proksi 1			Proksi 2		
		Rank	Nama KAP	Mpower	Rank	Nama KAP	Mpower
2012	Pertanian	1	Hendrawinata Eddy & Siddharta	47.75%	1	Purwanto, Suherman & Surja	5.33%
2013		1	Purwanto, Suherman & Surja	14.49%	1	Purwanto, Suherman & Surja	7.66%
2014		1	Purwanto, Suherman & Surja	25.79%	1	Purwanto, Suherman & Surja	13.15%
2012	Pertambangan	1	Siddharta & Widjaja	13.65%	1	Tanudiredja, Wibisana & Rekan	9.79%
2013		1	Tanudiredja, Wibisana & Rekan	58.93%	1	Tanudiredja, Wibisana & Rekan	8.73%
2014		1	Siddharta Widjaja & Rekan	3.04%	1	Tanudiredja, Wibisana & Rekan	6.91%
2012	Manufaktur	1	Siddharta & Widjaja	35.80%	1	Purwanto, Suherman & Surja	9.53%
2013		1	Purwanto, Suherman & Surja	20.53%	1	Purwanto, Suherman & Surja	7.47%
2014		1	Purwanto, Suherman & Surja	12.33%	1	Purwanto, Suherman & Surja	5.94%
2012	Infrastruktur	1	Purwanto, Suherman & Surja	19.28%	1	Purwanto, Suherman & Surja	2.06%
2013		1	Purwanto, Suherman & Surja	30.37%	1	Purwanto, Suherman & Surja	3.52%
2014		1	Purwanto, Suherman & Surja	32.16%	1	Purwanto, Suherman & Surja	1.29%
2012	Property	1	Tanudiredja, Wibisana & Rekan	4.16%	1	Purwanto, Suherman & Surja	0.62%
2013		1	Osman Bing Satrio & Eny	3.25%	1	Purwanto, Suherman & Surja	1.94%
2014		1	Osman Bing Satrio & Eny	2.92%	1	TanubrataSutantoFahmi&Rekan	0.86%
2012	Perdagangan	1	Osman Bing Satrio & Rekan	60.16%	1	Purwanto, Suherman & Surja	0.44%
2013		1	Osman Bing Satrio & Rekan	60.16%	1	Purwanto, Suherman & Surja	1.16%
2014		1	Hadori Sugiarto Adi & Rekan	4.52%	1	Purwanto, Suherman & Surja	2.62%

Keterangan:

Afiliasi KAP lokal dengan Big 4, yaitu:
 Purwanto, Suherman & Surja = EY
 Tanudiredja, Wibisana & Rekan = PWC
 Osman Bing Satrio = Delloite
 Siddharta Widjaja & Rekan = KPMG

Tabel 4. Trend Konsentrasi Pasar Jasa Audit

Proksi 1				
No	Nama Industri	2012	2013	2014
1	Pertanian	0.368	0.123	0.183
2	Pertambangan	0.246	0.564	0.183
3	Manufaktur	0.287	0.160	0.118
4	Infrastruktur, Utiitas, Transportasi	0.190	0.249	0.231
5	Property, Real Estate, Konstruksi	0.091	0.104	0.105
6	Perdagangan, Jasa, Investasi	0.205	0.461	0.111
Proksi 2				
No	Nama Industri	2012	2013	2014
1	Pertanian	0.052	0.061	0.071
2	Pertambangan	0.066	0.075	0.079
3	Manufaktur	0.045	0.049	0.051
4	Infrastruktur, Utiitas, Transportasi	0.033	0.047	0.056
5	Property, Real Estate, Konstruksi	0.024	0.032	0.035
6	Perdagangan, Jasa, Investasi	0.020	0.023	0.025

Tabel 5. Hasil Regresi

No	Nama Variabel	Ekspektasi arah	Proksi 1			Proksi 2		
			Koefisien	Probabilitas	Signifikansi	Koefisien	Probabilitas	Signifikansi
1	MPOWER	+	-0.040	0.482		2.050	0.011	**
2	CONCEN	+ / - ¹	0.680	-		1.650	0.098	*
4	SIZE	+	12.590	0.000	***	12.590	0.000	***
5	LNBU	+	0.080	0.466		0.570	0.284	
6	FOREIGN	+	-1.560	0.060	*	-2.180	0.015	**
7	CATA	+	0.830	0.204		0.990	0.161	
8	QUICK	-	-2.580	0.005	***	-2.680	0.004	***
9	LEV	+	-1.530	0.063	*	-0.940	0.173	
10	ROTA	-	-1.220	0.111		-1.050	0.147	
11	LOSS	+	-2.010	0.022	**	-2.220	0.013	**
12	SWITCH	+	-0.390	0.349		-0.180	0.429	
13	INVREC	+	-2.220	0.014	**	-2.130	0.017	**
14	BIG4	+	5.840	0.000	***	4.820	0.000	***
15	IPO	+	-0.670	0.253		-0.490	0.314	
Prob > F		0				0		
R-Squared		0.688				0.681		

Keterangan:

FEE : natural log biaya jasa audit (*audit fee*) yang dibebankan oleh audit kepada klien; **MPOWER**: jarak *absolute* pangsa pasar suatu kantor akuntan publik dengan pesaingnya dalam satu industri yang serupa; **CONCEN** : nilai harfindhl index suatu industri tertentu untuk mengukur konsentrasi jasa audit dalam tahun tertentu; **SIZE** : natural log nilai total aset klien; **LNBU** : jumlah segmen bisnis klien; **FOREIGN** : jumlah segmen asing; **INVREC** : rasio persediaan dan piutang dibagi dengan total aset perusahaan; **CATA** : rasio aset lancar per total asset; **QUICK** : rasio aset lancar (dikurangi persediaan) per utang lancar; **DE** : rasio hutang jangka panjang per total aset; **ROTA** : rasio pendapatan sebelum pajak dan bunga per total aset; **LOSS** : dummy, 1 jika perusahaan terdapat rugi ditahun buku, dan 0 sebaliknya; **SWITCH** : dummy, 1 jika perusahaan melakukan pergantian auditor dalam satu tahun, dan 0 sebaliknya; **BIG4** : dummy, 1 jika perusahaan menggunakan Big4 sebagai akuntan publik perusahaan dan 0 sebaliknya; **IPO** : dummy, 1 jika perusahaan melakukan IPO pada tahun tertentu dan 0 sebaliknya; ϵ : residual error. Signifikan pada *** = 1%; ** = * α = 5% ; * = 10%

Tabel 6. Struktur Pasar Jasa Audit

Tahun	Nama Industri	Market Power 4 KAP
2012	Pertanian	38%
2012	Pertambangan	40%
2012	Manufaktur	34%
2012	Infrastruktur, Utilitas, Transportasi	27%
2012	Property, Real Estate, Konstruksi	20%
2012	Perdagangan, Jasa, Investasi	19%
Tahun	Nama Industri	Market Power 4 KAP
2013	Pertanian	30%
2013	Pertambangan	44%
2013	Manufaktur	25%
2013	Infrastruktur, Utilitas, Transportasi	28%
2013	Property, Real Estate, Konstruksi	23%
2013	Perdagangan, Jasa, Investasi	21%
Tahun	Nama Industri	Market Power 4 KAP
2014	Pertanian	40%
2014	Pertambangan	46%
2014	Manufaktur	37%
2014	Infrastruktur, Utilitas, Transportasi	39%
2014	Property, Real Estate, Konstruksi	25%
2014	Perdagangan, Jasa, Investasi	21%