



Analisis Hubungan Reputasi KAP dan *Fee* Audit Terhadap Persaingan Jasa Audit Pada Kantor Akuntan Publik Indonesia

Fitria Fertha Agustina¹, Tika Putri Utami², Liafatra Nurlaily³

Program Studi S1 Akuntansi, Universitas Aisyah Pringsewu^{1,2}

Program Studi S1 Akuntansi Syariah, Universitas Islam Negeri walisongo³

e-mail: Fitriafertha19@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan reputasi KAP dan *fee* audit terhadap persaingan jasa audit di Indonesia dengan pendekatan kuantitatif menggunakan uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas dan analisis regresi berganda dengan sampel sebanyak 216. Hasil menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara reputasi KAP dan persaingan jasa audit sebesar 0.75, artinya hipotesis pertama diterima. *Fee* audit dan persaingan jasa audit menunjukkan hasil -0.43 berarti hipotesis kedua ditolak. Hal ini, lantaran pembayaran audit bersifat dinamis dan tidak transparan.

Kata kunci : Reputasi KAP; *Fee* Audit; Persaingan Jasa Audit.

ABSTRACT

This study aims to analyze the relationship between KAP reputation and audit fees on audit service competition in Indonesia with a quantitative approach using normality test, linearity test, multicollinearity test and multiple regression analysis with a sample of 216. The results show that there is a positive relationship between KAP reputation and audit service competition of 0.75, meaning that the first hypothesis is accepted. Audit fees and audit service competition show a result of -0.43, meaning that the second hypothesis is rejected. This is because audit payments are dynamic and not transparent.

Keywords : KAP reputation; Audit Fee; Audit Services Competition.

PENDAHULUAN

Kebutuhan informasi yang relevan dan dapat diandalkan bagi pengguna laporan keuangan mempengaruhi permintaan akan jasa audit (Rahmah, 2018). Untuk mengatasi masalah asimetri informasi, perusahaan harus memiliki pihak ketiga yang independen dan berfungsi sebagai mediator serta pemberi informasi yang reliabel (Nicolin & Sabeni, 2013). Asimetri informasi dapat memunculkan risiko karena tidak akuratnya laporan keuangan sehingga berdampak pada pengambilan keputusan yang kurang tepat (Arens dkk, 2014). Laporan keuangan harus disajikan berdasarkan prinsip akuntansi yang berlaku umum agar dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan dan evaluasi kinerja keuangan (Herdiyana, 2021). Oleh karena itu, laporan keuangan harus diaudit oleh pihak eksternal (Rahmah, 2018).

Pihak eksternal yang melakukan audit laporan keuangan adalah Kantor Akuntan Publik. Kantor Akuntan Publik (KAP) adalah organisasi independen yang didirikan dengan tujuan untuk menyelesaikan masalah informasi yang tidak lengkap. Tujuan dari tindakan ini dilakukan oleh seorang akuntan publik untuk memberikan

keyakinan kepada laporan keuangan perusahaan klien bahwa mereka sudah bebas dari salah saji, proses ini disebut auditing. Mengumpulkan dan menilai bukti yang ditemukan selama audit dan melaporkan tingkat keselarasan antara bukti yang diperoleh terhadap standar yang ditentukan dikenal sebagai audit (Arens et al., 2015).

Indonesia memiliki 487 KAP aktif berdasarkan data dari Pusat Pembinaan Profesi Keuangan (2024). Namun, saat ini segregasi pasar audit didominasi oleh KAP the big 4 (Rahmah, 2018). Persaingan pasar menimbulkan kekhawatiran akan penetapan harga atau *fee* audit yang efisien dan mendorong Kantor Akuntan Publik memiliki reputasi baik (Raak dkk, 2020).

Faktor pertama adalah reputasi KAP. KAP berskala besar identik dapat menghasilkan audit berkualitas tinggi karena memiliki banyak auditee, fasilitas yang lengkap, dan kompetensi akuntan publik yang tinggi. Pasar audit di berbagai negara saat ini dipimpin oleh empat KAP besar, yang disebut The Big 4 (Boone dkk, 2010). KAP lokal yang bekerja sama dengan Big 4 dianggap oleh investor memiliki akuntan publik yang lebih mahir dan berpengalaman (Boone dkk, 2010). Selain itu, memiliki berbagai auditee

dengan pengalaman yang beragam dan auditee yang tersebar di seluruh dunia. Selain itu, *fee* audit juga menjadi faktor yang menjadi pertimbangan untuk menentukan jasa audit. *Fee* audit adalah biaya yang dibebankan kepada perusahaan klien sebagai kompensasi atas layanan audit yang diberikan oleh akuntan publik. Akuntan publik dengan kualitas tinggi akan meminta *fee* yang tinggi, karena dianggap sudah mencerminkan informasi yang ada tentang perusahaan klien. Oleh karena itu, untuk menghindari konflik kepentingan di kemudian hari, akuntan publik dan perusahaan klien harus mencapai kesepakatan mengenai *fee* tersebut sebelum memulai proses audit (Herdiyana, 2021).

Penelitian ini muncul didasarkan pada penjelasan dari latar belakang, minimnya literasi yang melakukan riset persaingan jasa audit di pasar menjadikan motivasi untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Hubungan Reputasi KAP dan *Fee* Audit Terhadap Persaingan Jasa Audit pada Kantor Akuntan Publik di Indonesia". Sebagian besar penelitian terdahulu Sheikh dan Siddiqui (2020); (Dinarjito dan Febriansyah, 2020); (Rahayu dan Mahzumi, 2020); (Herdiana, 2021); (Yulianto dan Sulistyowati, 2021); (Sitompul dkk, 2021) mengukur reputasi KAP dan *fee* audit terhadap kualitas audit. Penelitian ini memberikan pemahaman dan referensi baru terkait persaingan jasa audit di Indonesia.

Reputasi KAP dan *fee* audit digunakan sebagai variabel independen, dan persaingan jasa audit digunakan sebagai variabel dependen. Reputasi KAP merupakan kepercayaan publik kepada KAP dalam menjalankan penugasan audit dengan mematuhi kode etik yang berlaku, yang menghasilkan audit berkualitas tinggi (Herdiyana, 2021). Reputasi KAP memiliki hubungan positif terhadap kualitas audit (Narsuci dkk, 2020) tidak sejalan dengan Dinarjito dan Febriansyah (2020) bahwa Reputasi KAP dan Kualitas audit adalah negatif. Hal ini bisa menjadi faktor bahwa persaingan jasa audit semakin meningkat, karena KAP dengan reputasi baik tidak dapat memberikan jaminan untuk dapat memenuhi kebutuhan klien. Tentunya, membuka peluang bagi KAP lain untuk mendapatkan permintaan jasa audit oleh klien.

Selanjutnya, *fee* audit, yang dianggap sebagai faktor eksternal, dapat mempengaruhi keinginan auditor untuk melakukan tugasnya,

sebelum menandatangani kontrak kerja atau perjanjian, kedua belah pihak harus mendiskusikan biaya atau imbalan yang dibayarkan oleh perusahaan klien kepada akuntan publik (Herdiyana, 2021). Ini dilakukan untuk menghindari masalah kepentingan di kemudian hari. Untuk menentukan jumlah biaya yang harus dibayar untuk jasa audit, KAP harus mempertimbangkan apa yang dibutuhkan klien, ruang lingkup pekerjaan, tugas dan tanggung jawab menurut hukum, tingkat keahlian dan tanggung jawab klien, kompleksitas pekerjaan, jumlah staf, jumlah waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pekerjaan, dan sistem pengendalian kualitas kantor (IAPI, 2008). Namun, banyak perusahaan di Indonesia yang tidak menunjukkan secara jelas jumlah biaya audit yang dibayarkan kepada auditor karena pengungkapan *fee* audit masih bersifat eksplisit (Herdiyana, 2021).

Persaingan Jasa Audit

Persaingan pasar jasa audit adalah kondisi di mana berbagai perusahaan atau praktisi independen yang menyediakan layanan audit bersaing untuk memenangkan klien atau proyek audit. Persaingan ini terjadi di antara perusahaan audit yang berbeda, yang masing-masing berusaha untuk menawarkan layanan audit yang lebih baik, lebih efisien, atau lebih spesialis dibandingkan pesaingnya (Soelistya, I. D., & MM, C., 2021). Dengan intensitas persaingan yang tinggi, perusahaan audit terus berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan mereka dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk membedakan diri mereka dari pesaing (Fauzan, R, 2023).

Reputasi KAP

Definisi dari reputasi KAP adalah kepercayaan publik terhadap interpretasi seorang akuntan publik yang independen dan profesional dalam menjalankan proses audit yang bertujuan untuk menghasilkan audit yang berkualitas tinggi (Herdiyana, 2021). Reputasi KAP menunjukkan seberapa baik auditor melakukan proses audit dengan tetap profesional dan independen (Praselia dan Rozali, 2016). Auditor yang memiliki reputasi baik cenderung mempertahankan kualitas auditnya untuk menjaga reputasinya dan menghindari kehilangan klien. Dengan kata lain,

reputasi auditor menunjukkan prestasi auditor dan kepercayaan publik yang diterima (Sukerni, 2022). Berdasarkan penelitian Malinda Rizki & Sudarno (2020), reputasi KAP berpengaruh positif terhadap kualitas audit. Sedangkan, penelitian Rifaldi Rafli & M. Nuryatno Amin (2021) dan Mita Budi Herdiyana (2021) menunjukkan hasil bahwa reputasi KAP tidak berpengaruh terhadap kualitas audit. Dari beberapa penelitian terdahulu, belum ada penelitian yang menganalisis hubungan reputasi KAP dan persaingan jasa audit. Hal ini, menjadi motivasi terbentuknya hipotesis penelitian pertama sebagai berikut.

H1 : Reputasi KAP berhubungan positif terhadap persaingan jasa audit.

Fee Audit

Menurut Permatasari & Astuti (2019), *fee* audit adalah jumlah uang yang dibayarkan oleh perusahaan atau klien kepada auditor untuk jasa audit yang dilakukannya. Menurut Lestari & Latrini (2018), *fee* audit adalah uang yang diterima auditor dari klien perusahaan untuk jasa audit yang dilakukannya.

Fee audit adalah salah satu jenis biaya keagenan, yaitu biaya pengawasan yang ditagihkan kepada prinsipal untuk mengawasi agen dan memastikan tidak melakukan kegiatan yang mengakibatkan kerugian bagi prinsipal, guna memberikan keluaran berupa laporan audit yang andal, KAP harus terlebih dahulu mencapai kesepakatan dengan klien mengenai besaran *fee* audit (Herdiyani, 2021).

Berdasarkan penelitian Mita Budi Herdiyani (2021) juga penelitian dari Diah Rahayu & Mahzumi (2020), menunjukkan hasil bahwa *fee* audit memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kualitas audit. Selain itu, *fee* audit juga pernah diteliti pengaruhnya terhadap audit delay. Penelitian yang dilakukan oleh Syukri Hadi & Jessica S. (2023), menunjukkan hasil bahwa *fee* audit berpengaruh positif terhadap audit delay. Dari beberapa penelitian terdahulu, belum ada penelitian yang menganalisis hubungan *fee* audit dan persaingan jasa audit. Hal ini, menjadi motivasi terbentuknya hipotesis penelitian pertama sebagai berikut.

H2 : Fee audit berhubungan positif terhadap persaingan jasa audit.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data dilakukan melalui survei dengan memberikan kuesioner pada responden yaitu Kantor Akuntan Publik di Indonesia yang terdaftar pada laman Pusat Pembinaan Profesi Keuangan tahun 2024 melalui *google form* yang disebarakan via *WhatsApp* atau *Email* masing- masing KAP. Survei ini ditujukan kepada seluruh auditor yang bekerja di Kantor Akuntan Publik. Data dianalisis pada penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji linearitas dan uji multikolinearitas dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil kuesioner yang kembali dan dapat diolah sebanyak 216 responden. Maka dilakukan beberapa uji untuk melihat hubungan antar variabel:

Tabel 1. Uji Normalitas

Variabel	Batas	Sig	Ket
Reputasi KAP	> 0.05	0.459	Normal
Fee Audit	> 0.05	0.227	Normal
Persaingan Jasa Audit	> 0.05	0.084	Normal

*) data diolah, 2024

Tabel 2. Uji Linearitas

Variabel	Linearity	F	Sig
Persaingan Jasa Audit	Linearity	757.262	0.000
Reputasi KAP	Deviation from Linearity	1.294	0.140

*) data diolah, 2024

Berdasarkan uji linearitas didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan sejalan antara reputasi KAP dan persaingan jasa audit dengan nilai linearity <0.05 yaitu 0.000 dan deviation from linearity >0.05 yaitu 0.140.

Tabel 3. Uji Multikolonearitas

Variabel	Linearity	F	Sig
Persaingan Jasa Audit	Linearity	757.262	0.000
Reputasi KAP	Deviation from Linearity	1.294	0.140

*) data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji multikolonearitas menunjukkan bahwa nilai toleransi berada diatas 0,10 dan VIF berada kurang dari 10, yang berarti tidak ada korelasi antara variabel bebas.

Tabel 4. Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	t
Reputasi KAP	.725	22.597
Fee Audit	-.043	-1.429

- a. Nilai B1 sebesar 0,725 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara reputasi KAP dan persaingan pasar jasa audit sebesar 0,725. Ketika KAP memiliki reputasi yang baik maka berhubungan dengan persaingan pasar jasa audit. Hal ini, sejalan dengan nilai t yang menunjukkan hasil positif yaitu sebesar 22,5897.
- b. Nilai B2 sebesar -0,043 menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara *fee* audit dan persaingan pasar jasa audit sebesar -0,043. Hal ini, sejalan dengan nilai t yang menunjukkan hasil negatif yaitu sebesar -1.429. Artinya, *fee* audit sifatnya dinamis dan tidak transparan.

SIMPULAN

Reputasi KAP berhubungan dengan persaingan pasar jasa audit. Auditor yang memiliki reputasi baik cenderung mempertahankan kualitas auditnya untuk menjaga reputasinya dan menghindari kehilangan klien (Sukerni, 2022). Dengan adanya hasil temuan ini maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, yang artinya terdapat hubungan positif antara reputasi KAP terhadap persaingan jasa audit. *Fee* audit tidak berhubungan dengan persaingan pasar jasa audit. Sifat *fee* audit yang dinamis dan tidak transparan, membuat variabel ini tidak berhubungan dengan persaingan pasar jasa audit. Dengan adanya hasil temuan ini maka dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak, yang artinya tidak terdapat hubungan antara *fee* audit terhadap persaingan jasa audit.

DAFTAR PUSTAKA

Boone, J. P., Khurana, I. K., & Raman, K. K. (2010). Do the Big 4 and the second-tier firms provide audits of similar quality?. *Journal of accounting and public policy*, 29(4), 330-352.

Diah Rahayu, S. E., MM, A., CA, D., Laporan dan Surat Tugas Penelitian Pengaruh *Fee* Audit, Spesialisasi Audit, Reputasi Kap Dan Persaingan Pasar Jasa Audit Terhadap Kualitas Audit (Studi Empiris Pada Kantor Akuntan Publik di Jakarta Pusat).

Dinarjito, A., & Febriansyah, L. (2020). Analysis of the effect of public accounting firms

reputation on audit quality. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(1), 1787-1797.

Fauzan, R. (2023). 3.9 Audit Internal Strategi. *Manajemen Strategis*, 38.

Hadi, S., & Gharniscia, J. S. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Reputasi Kap, *Fee* Audit, Auditor Switching Terhadap Audit Delay (Studi Kasus Pada Perusahaan Hotel, Restoran Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021). *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 8(2), 176-191.

Herdiyana, M. B., & Prabowo, T. J. W. (2021). *Pengaruh Reputasi Kap Dan Fee Audit Terhadap Kualitas Audit (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)* (Doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Lestari, N. L. K. A. S., & Latrini, M. Y. (2018). Pengaruh *fee* audit, ukuran perusahaan klien, ukuran kap, dan opini auditor pada audit delay. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(1), 422-450.

Mardiana, D. S., & Anggraita, V. I. S. K. A. (2015). Pengaruh market power KAP dan konsentrasi pasar jasa audit terhadap audit *fee* di Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi XIX*, 1-25

Martani, D., Rahmah, N. A., Fitriany, F., & Anggraita, V. (2021). Impact of audit tenure and audit rotation on the audit quality: Big 4 vs non big 4. *Cogent economics & finance*, 9(1), 190139.

Nicolin, O., & Sabeni, A. (2013). *Pengaruh Struktur Corporate Governance, Audit Tenure, dan Spesialisasi Industri Auditor Terhadap Integritas Laporan Keuangan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2008-2011)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Permatasari, I. Y., & Astuti, C. D. (2018). Pengaruh *fee* audit, rotasi auditor, dan reputasi KAP terhadap kualitas audit. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 5(1), 81-94.

Prasetya, I. F., & Rozali, R. D. Y. (2016). Pengaruh Tenur audit, rotasi audit dan reputasi KAP terhadap kualitas audit

- (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014). *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, 8(1), 49-60.
- Rafli, R., & Amin, M. N. (2021). Pengaruh Rotasi Auditor dan Reputasi KAP terhadap Kualitas Audit dengan Fee Audit Sebagai Variabel Moderasi. *Akuntabilitas*, 15(2), 307-328.
- Rahmah, F. S. (2018). *Pengaruh Konsentrasi Pasar Audit Terhadap Kualitas Audit Dengan Litigation Risk Sebagai Variabel Pemoderasi: Studi Pada Perusahaan Non-Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Rajabalizadeh, J. (2023). Readability of auditor reports: does audit market competition matter? Empirical evidence from Iran. *Asian Review of Accounting*, (ahead-of-print).
- Rizki, M., & Sudarno, S. (2020). Pengaruh reputasi KAP, ukuran KAP, dan biaya audit terhadap kualitas audit (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(3).
- Sheikh, A. Q., & Siddiqui, D. A. (2020). Impact of Audit Fees and Audit Firm's Reputation on Audit Quality: Evidence from Listed Companies from Pakistan. *Available at SSRN 3681321*.
- Sitompul, S., & Medan, S. T. I. E. I. (2021). Pengaruh pengetahuan label halal dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian kosmetik melalui rekomendasi kelompok sebagai variabel moderating. *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 7(1), 51-64.
- Soelistya, I. D., & MM, C. (2021). *Buku Ajar: Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) Strategy*. Nizamia Learning Center.
- Sukerni, N. K. (2022). *Pengaruh Financial Distress, Audit Tenure, Komisaris Independen, Komite Audit Dan Kualitas Audit Terhadap Integritas Laporan Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020)* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Yulianto, A. R., & Sulistyowati, S. (2021). Meneropong Fee Audit dan Kualitas Audit. *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 16(2).