

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

Teguh Prawibowo
Agung Juliarto¹

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

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.

PENDAHULUAN

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, kerelevannya, 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 oportunistik, 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*.

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

¹ Corresponding author

bagaimana perusahaan dapat mengurangi biaya-biaya yang menempatkan perusahaan berada di bawah tekanan yang berat.

Penelitian ini memfokuskan bagaimana tingkat persaingan yang beda-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-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.

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* ?

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

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.

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.

Biaya Keagenan (*Agency Cost*)

Agency cost merupakan penurunan kesejahteraan yang dialami oleh pihak prinsipal karena adanya perbedaan antara pihak prinsipal maupun agen. Di mana menurut Jensen and Meckling (1976, p.6) dalam Scoot (2000) terdapat 3 (tiga) jenis biaya keagenan. Pertama, *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. Kedua, *bonding cost* adalah biaya yang dikeluarkan oleh prinsipal untuk menjamin bahwa agen tidak akan menggunakan tindakan tertentu yang akan merugikan prinsipal atau untuk menjamin bahwa agen akan diberi kompensasi jika ia tidak mengambil banyak tindakan. Ketiga, *residual loss* merupakan penurunan tingkat kesejahteraan prinsipal maupun agen setelah adanya *agency relationship*.

Audit Fee

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.

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.

Efektivitas Persaingan Sebagai Mekanisme Pengendalian

Hart (1983) menyatakan bahwa dengan adanya persaingan di pasar produk akan jelas mengurangi kekenduran manajerial (*managerial slack*). 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).

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 keleluasaan 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.

Pandangan Mengenai Persaingan dan Audit Fee

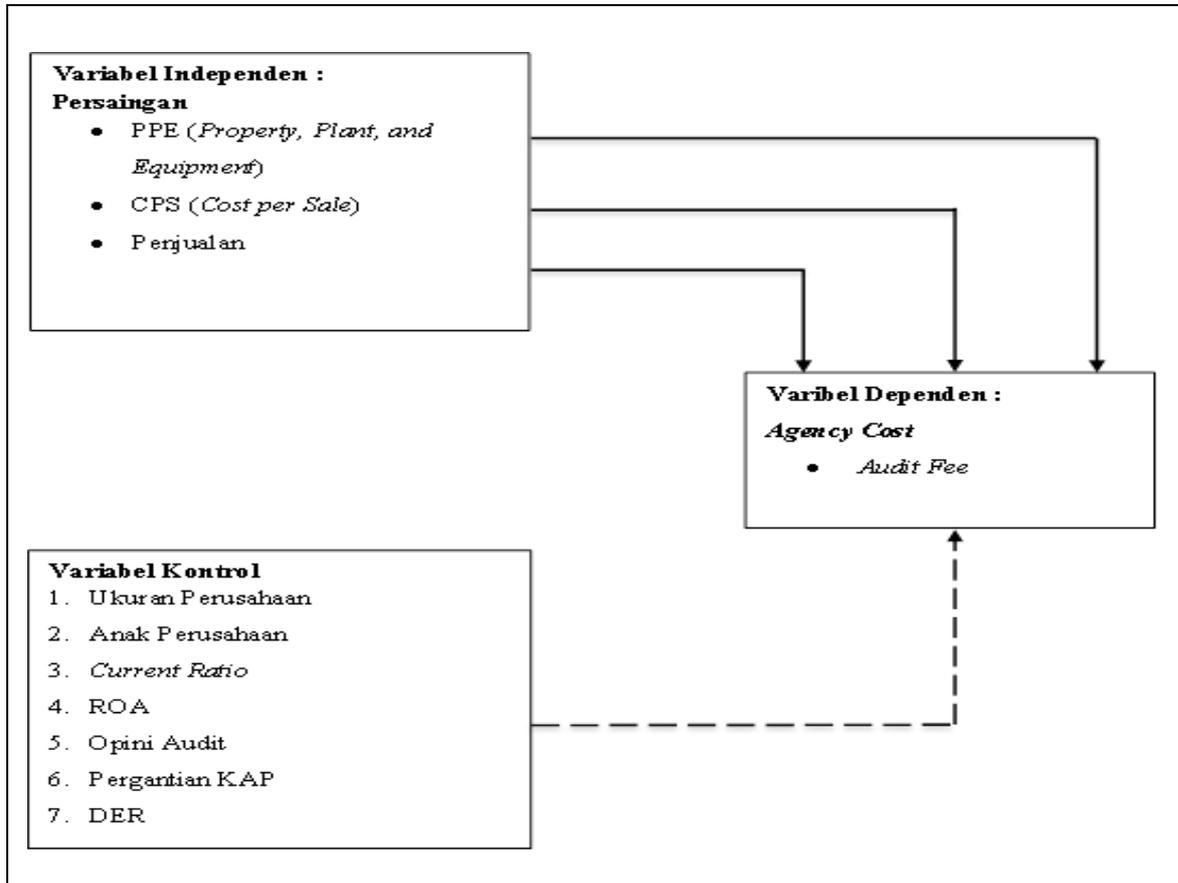
Wang (2010) menyatakan bahwa hubungan persaingan dan *audit fee* memiliki dua sudut pandang yang berbeda. Pertama, perusahaan yang berada posisi di mana tingkat persaingan tersebut kompetitif akan mengurangi manipulasi pada laporan keuangan karena adanya tata kelola yang baik (*corporate governance*) 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 membebankan biaya yang lebih rendah atau dapat membatasi ruang lingkup audit.

Kerangka Pemikiran Teoritis

Gambar 1
Kerangka Pemikiran Teoritis



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

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*.

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

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

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 oportunistis 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*.

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

Pengaruh Penjualan terhadap *Audit Fee*

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*.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

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).

Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah (1) PPE (*Property, Plant, and Equipment*), (2) CPS (*Cost per Sale*), dan (3) Penjualan.

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.

$$PPE = \frac{\text{Total Aset Tetap}}{\text{Total Aset}}$$

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:

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

Penjualan (*COMP*)

Penjualan adalah pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa (Simamora, 2000). 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).

Variabel Kontrol

Ukuran Perusahaan (*SIZE*)

Ukuran perusahaan yaitu besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai total aset (Riyanto, 1998).). Variabel ukuran perusahaan akan diukur dengan

menggunakan selisih logaritma natural dari total aset perusahaan pada periode penelitian dengan tahun sebelumnya (Nayeri dan Salehi, 2013).

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). Variabel ini akan diukur melalui jumlah total anak perusahaan.

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):

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

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).

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

Opini Audit (REM)

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.

Pergantian KAP (CHAN)

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*.

DER (Debt to Equity Ratio)

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):

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal Sendiri}}$$

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010 sampai dengan 2012. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* (BEI 2010-2012).

Sampel dipilih melalui metode *purposive sampling* yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan kriteria-kriteria 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.

Metode 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*).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah data penelitian terdistribusi normal. Jika data tidak berdistribusi normal, hal ini akan menyebabkan masalah pada ketepatan fungsi (model) diskriminan. Dalam penelitian ini, uji normalitas yang digunakan adalah Uji *Kolmogorov-Smirnov*. Kaidah uji normalitas yang digunakan adalah sebagai berikut :

- Jika signifikansi $> 0,05$ maka data terdistribusi dengan normal
- Jika signifikansi $\leq 0,05$ maka data terdistribusi dengan tidak normal

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat kolerasi antar variabel independen. Kaidah uji multikolonieritas yang digunakan adalah sebagai berikut : nilai Tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 menunjukkan adanya multikolonieritas antar variabel.

Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi autokorelasi maka ada masalah autokorelasi. Pendekatan yang sering digunakan untuk menguji ada tidaknya autokorelasi adalah uji Durbin-Watson dan *Run test*. Jika nilai signifikansi *Run test* $> 0,05$ maka tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi (Ghozali, 2005).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Kaidah uji heteroskedastisitas yang berlaku adalah sebagai berikut :

- Jika signifikansi $> 0,05$ maka varian data homogen atau tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika signifikansi $\leq 0,05$ maka varian data tidak homogen atau mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis penelitian menggunakan analisis regresi berganda dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen serta seberapa besar hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Persamaan regresi dengan linier berganda dalam penelitian ini 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 :

<i>Audit Fee</i>	= nilai logaritma natural dari <i>professional fee</i>
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 <i>current asset</i> terhadap <i>current liability</i>
ROA	= rasio laba bersih setelah pajak terhadap total aset
REM	= opini audit
CHAN	= pergantian KAP
DER	= rasio utang terhadap jumlah modal sendiri

Uji 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 R²* sebagai koefisien determinasi.

Uji Regresi Simultan (Uji 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*.

Uji Regresi Parsial (Uji 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.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2012 yaitu berjumlah 148 perusahaan. Perusahaan manufaktur yang menyediakan informasi data laporan keuangan untuk tahun 2010-2012 serta memenuhi kriteria sampel yaitu sebanyak 63 perusahaan per tahun. Total sampel awal yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 189 perusahaan (63 perusahaan x 3 tahun). Sampel awal tersebut terdapat data yang *outlier* sehingga data yang siap untuk diolah yaitu sebanyak 131 perusahaan. Deteksi terhadap *univariate outlier* dapat dilakukan dengan menentukan nilai batas yang akan dikategorikan sebagai data *outlier* yaitu mengkonversi nilai ke dalam skor *standardized* atau yang disebut *z-score*. Kriteria data yang *outlier* ditentukan dalam penentuan sampel besar atau sampel lebih dari 80 memiliki *z-score* pada kisaran 3 sampai 4 (Ghozali, 2005).

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran suatu data berdasarkan nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum dari nilai variabel yang bersangkutan. Penjelasan statistik deskriptif mengenai variabel *Audit Fee*, PPE, CPS, Penjualan (COMP), Ukuran Perusahaan (SIZE), Anak Perusahaan (SUBSDR), *Current Ratio*, ROA dan DER disajikan sebagai berikut :

Tabel 1
Statistik Deskriptif 1

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
PPE	131	0.0006	0.7880	0.3408	0.1954
CPS	131	0.1178	0.9662	0.7288	0.1897
COMP	131	24.9536	31.6556	28.2276	1.6474
SIZE	131	-0.1724	0.4824	0.1273	0.1203
SUBSDR	131	0.0000	63.0000	6.7939	11.6617
CURRENT	131	0.0793	3.8403	1.6235	0.7071
ROA	131	-9.2245	23.8508	8.8533	6.4404
DER	131	0.1388	2.6049	0.8881	0.5282
Ln.AUDITFEE	131	18.2928	25.4335	21.7770	1.7358

Sumber : Data yang diolah, 2014

Nilai rata-rata (*mean*) PPE adalah sebesar 0,3408 yng berarti bahwa PPE yang dimiliki perusahaan sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 34,08 % dari total aset perusahaan. Nilai rata-rata (*mean*) CPS adalah sebesar 0,7288 yang berarti bahwa rata-rata HPP mencapai 73,8% dari pendapatan perusahaan. Nilai rata-rata (*mean*) COMP dalam transformasi Ln adalah sebesar 28,2276 atau sebesar Rp 1.815.895.772.000.

Tabel 2
Statistik Deskriptif 2

Opini Audit (REM)	Frekuensi	%
0	128	97.7
1	3	2.3
Total	131	100

Sumber: Data yang diolah, 2014.

Pada tabel di atas dari 131 sampel yang diolah menunjukkan bahwa sebesar 97,7% menerima opini wajar tanpa pengecualian (*unqualified*), dan sisanya sebesar 2,3% menerima opini wajar dengan pengecualian (*qualified*) atau tidak memberikan opini.

Tabel 3
Statistik Deskriptif 3

Pergantian KAP (CHAN)	Frekuensi	%
0	118	90.1
1	13	9.9
Total	131	100

Sumber: Data yang diolah, 2014.

Pada tabel di atas dari 131 perusahaan sampel yang diolah menunjukkan bahwa 118 perusahaan atau sebesar 90,1% perusahaan sampel tidak melakukan pergantian KAP, dan sisanya 13 perusahaan atau sebesar 9,9% perusahaan sampel melakukan pergantian KAP.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mendeteksi apakah dalam model regresi distribusi data normal atau tidak, dapat dilihat pada grafik normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif data normal.

Uji Multikolinieritas

Pada Tabel 2 disajikan besaran nilai tolerance dan VIF berdasarkan hasil analisis regresi berganda.

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
PPE	.706	1.416
CPS	.696	1.438
COMP	.411	2.434
SIZE	.711	1.406
SUBSDR	.473	2.114
CURRENT	.686	1.458
ROA	.497	2.011
REM	.706	1.416
CHAN	.933	1.072
DER	.634	1.578

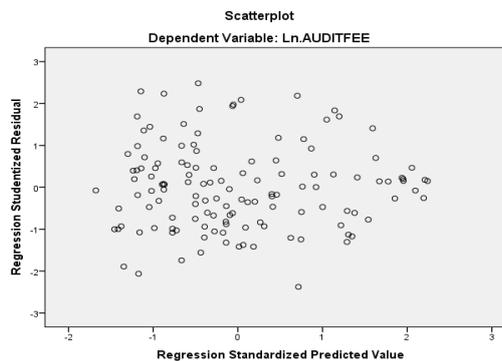
Sumber: Data yang diolah, 2014.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* semua variabel mendekati angka 1 dan nilai VIF tidak lebih dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat multikolinieritas dan model regresi layak untuk dipakai.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance*. Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot*. Apabila pola yang dibentuk oleh *scatterplot* tidak teratur maka model regresi tersebut bebas dari masalah heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik *scatterplot* ditunjukkan pada gambar dibawah ini :

Gambar 2



Sumber: Data yang diolah, 2014.

Dari gambar grafik scatterplot diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Pengujian Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model dalam suatu model regresi linier terdapat kolinier antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi harus melihat nilai D-W. Berikut adalah hasil pengujian autokorelasi dalam penelitian ini :

Tabel 3
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.913 ^a	.833	.819	.7374892	1.832

Sumber: Data yang diolah, 2014.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,832. Nilai sigifikansi tersebut berada antara dU (1,7616) dan 4 – dU yaitu 2,2384. Dengan demikian menunjukkan bahwa model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi.

Analisis Regresi

Hasil uji analisis regresi berganda dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4
Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.051	1.523		-2.660	.009
PPE	-.287	.394	-.032	-.730	.467
CPS	-.998	.409	-.109	-2.443	.016*
COMP	.978	.061	.928	15.963	.000**
SUBSDR	-.001	.008	-.004	-.075	.940
CURRENT	-.320	.110	-.130	-2.893	.005**
ROA	-.010	.014	-.039	-.735	.464
REM	.268	.513	.023	.523	.602
CHAN	.065	.223	.011	.291	.771
DER	-.517	.154	-.157	-3.359	.001**
SIZE	.871	.638	.060	1.365	.175

a. Dependent Variable : Ln AUDITFEE

b. * Signifikansi pada tingkat 5%, ** Signifikan pada tingkat 1%

Sumber : Data yang diolah, 2014

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan umum regresi sebagai berikut:

$$AUDIT FEE = - 4,051 - 0,287(PPE) - 0,998(CPS) + 0,978(COMP) + 0,871(SIZE) - 0,001(SUBSDR) - 0,320(CURRENT) - 0,010(ROA) + 0,268(REM) + 0,065(CHAN) - 0,517(DER) + e$$

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependennya. Berikut adalah hasil perhitungan koefisien determinasi yang ditunjukkan pada nilai *adjusted R-Square* :

Tabel 5
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.913 ^a	.833	.819	.7374892	1.832

Sumber: Data yang diolah, 2014.

Pada tabel 5 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai *adjusted R²* sebesar 0,819. Hal ini berarti bahwa 81,9% variasi *agency cost (audit fee)* dapat dijelaskan secara signifikan oleh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, PPE, CPS, dan COMP dan dikontrol oleh SIZE, SUBSDR, CURRENT, ROA, REM, CHAN, dan DER. Sedangkan sisanya sebesar 18,1% *agency cost (audit fee)* dapat dijelaskan oleh variabel lainnya di luar model.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji Statistik – F dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil dari uji statistik F:

Tabel 6
Hasil Pengujian Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	326.424	10	32.642	60.016	.000 ^a
	Residual	65.267	120	.544		
	Total	391.691	130			

Sumber: Data yang diolah, 2014.

Hasil pengolahan data dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F sebesar 60,016 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih rendah dari 0,05. Hal tersebut berarti bahwa model regresi dalam penelitian ini dapat digunakan.

Pembahasan Hipotesis

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

Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa pengujian hipotesis mengenai pengaruh variabel PPE terhadap *audit fee* menunjukkan nilai t sebesar -0,730 dengan signifikansi sebesar 0,467. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa PPE tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *audit fee*. Dengan demikian **Hipotesis 1 ditolak**.

Penelitian ini sejalan dengan Leventis *et.al.* (2011) yang menunjukkan bahwa persaingan yang diprosikan dengan PPE tidak memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap *audit fee* sebagai proksi *agency cost*. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah PPE suatu perusahaan yang digunakan sebagai proksi persaingan belum mampu menjelaskan jumlah *audit fee* yang digunakan sebagai proksi dari biaya pemantauan pihak agen agar tidak bertindak oportunistik. Tidak adanya pengaruh yang cukup signifikan antara PPE terhadap *audit fee* dikarenakan kemungkinan terdapat

perbedaan tekanan persaingan yang mempengaruhi langsung pada pihak agen (Leventis *et.al.*, 2011). Perbedaan tekanan persaingan dapat dikarenakan mungkin investasi yang digunakan untuk penambahan jumlah PPE belum tentu digunakan untuk meningkatkan persaingan terhadap perusahaan lain, melainkan digunakan untuk menambah anak perusahaan saat perusahaan menghadapi persaingan yang tidak ketat.

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

Berdasarkan menunjukkan bahwa pengujian hipotesis mengenai pengaruh variabel CPS terhadap *audit fee* menunjukkan nilai t sebesar -2,443 dengan signifikansi sebesar 0,016. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa CPS memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap *audit fee*. Dengan demikian **Hipotesis 2 diterima**. Perusahaan dengan CPS yang besar membayar *audit fee* yang lebih kecil.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nayeri dan Salehi (2013) serta Valipour *et.al* (2013) yang menyatakan adanya pengaruh yang signifikan negatif antara CPS dengan *audit fee*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat persaingan yang tinggi akan ditunjukkan dengan rasio HPP terhadap penjualan yang semakin meningkat. Rasio HPP yang tinggi menandakan laba semakin kecil. Laba yang semakin kecil akan mengindikasikan bahwa tingkat persaingan yang tinggi. Dengan demikian, penelitian ini berhasil membuktikan bahwa persaingan yang tinggi dapat menurunkan biaya pemantauan yang diprosikan dengan *audit fee*.

Pengaruh Penjualan Perusahaan (COMP) terhadap *Audit Fee*

Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa pengujian hipotesis mengenai pengaruh variabel COMP terhadap *audit fee* menunjukkan nilai t sebesar 15,963 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa COMP memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *audit fee*. Dengan demikian **Hipotesis 3 diterima**. Perusahaan dengan penjualan yang besar membayar *audit fee* yang lebih besar.

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa tingkat persaingan yang diprosikan dengan Penjualan Perusahaan (COMP) memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap *agency cost* yang diprosikan *audit fee*. Dengan demikian hipotesis yang dinyatakan dalam penelitian ini bahwa terdapat hubungan yang positif antara COMP dengan *audit fee* diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Leventis *et.al.*(2011) serta Nayeri dan Salehi (2013) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan positif antara COMP dengan *audit fee*.

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat diambil beberapa kesimpulan. Pertama, hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa tingkat persaingan yang diprosikan pada PPE (*Property, Plant, and Equipment*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap besarnya *audit fee*. Hal ini berarti variabel PPE belum mampu menjelaskan pengaruh variabel dependennya.

Selanjutnya, hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa tingkat persaingan usaha yang diprosikan pada CPS memiliki pengaruh yang signifikan negatif terhadap besarnya *audit fee*. Perusahaan dengan proporsi HPP yang besar mengindikasikan bahwa tingkat persaingan tinggi sehingga berdampak akan membayar jumlah *audit fee* yang lebih rendah. Hal ini karena persaingan dapat berperan dalam mendisplinkan perusahaan.

Kesimpulan dari hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa tingkat persaingan usaha yang diprosikan pada penjualan perusahaan (COMP) memiliki pengaruh yang positif terhadap *audit fee*. Perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi dapat menunjukkan bahwa perusahaan beroperasi dalam tingkat persaingan yang kurang ketat. Hal tersebut akan memunculkan risiko perilaku oportunistik manajer sehingga diperlukan biaya pemantauan yang tinggi yang tercermin pada meningkatnya *audit fee*.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan diantaranya karena untuk mengukur *audit fee* tidak diungkapkan secara eksplisit dalam laporan keuangan dan sifatnya adalah *voluntary*

disclosure. Dengan demikian untuk pengukuran *audit fee* didasarkan pada *professional fee* yang terdiri dari jasa manajemen, jasa audit, jasa penilai, jasa notaris, dan lain-lain. Hal tersebut dapat mengurangi akurasi dalam mengukur *audit fee*.

Pengukuran variabel persaingan dalam penelitian ini tidak menggunakan pengukuran yang kompleks. Variabel persaingan hanya menggunakan proksi yang terdapat dalam laporan keuangan. Dalam penelitian ini, persaingan diukur seperti penelitian terdahulu di mana persaingan diproksikan pada PPE (*Property, Plant, and Equipment*), CPS (*Cost per Sale*), dan Penjualan Perusahaan (COMP).

Saran

Saran yang dapat diberikan berkaitan dengan hasil penelitian yang diharapkan dapat melengkapi keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model penelitian dengan penambahan variabel penelitian atau perubahan dalam proksi tingkat persaingan dan *agency cost*. Hal ini karena kemungkinan masih banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *agency cost* selain variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini.
2. Objek penelitian selanjutnya sebaiknya tidak hanya menggunakan perusahaan manufaktur saja dan merubah periode penelitian untuk penelitian selanjutnya.
3. Perusahaan sebaiknya merespon adanya tingkat persaingan yang kompetitif sebagai salah satu mekanisme *good corporate governance* untuk mendisiplinkan manajer agar tidak berperilaku oportunistik terhadap perusahaan.

REFERENSI

- DeFond, M. and C. Park. 1999. "The Effect of Competition on CEO Turnover". *Journal of Accounting and Economics*. 27(1) : 35-56.
- Eisenhardt, K.M. 1989. "Agency Theory : An Assesment and Review". *Academy of Management Riview*. 14(1) : 54-57.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hapsari, E.D. 2013. Pengaruh Fungsi Audit Internal Terhadap *Fee Auditor Eksternal*. Skripsi S-1. Universitas Diponegoro. Tidak Dipublikasikan.
- Hart, O. 1983. "The Market Mechanism as an Incentive Scheme". *Bell Journal of Economics*. 14(2) : 366-382.
- Hesmatzadeh *et.al.* 2013. "The Study of The Effect of Market Competition on Agency Costs". *European Online Journal of Natural and Social Sciences*. 2(3) : 950-958.
- Hesmatzadeh *et.al.* 2013. "The Study of The Effect of Market Competition on Agency Costs". *European Online Journal of Natural and Social Sciences*. 2(3) : 950-958.
- Iskak, J. 1999. " Pengaruh Besarannya Perusahaan dan Lamanya Waktu Audit Serta Besarannya Kantor Akuntan Publik Terhadap *Audit Fee*". Publikasi FE UNTAR. 2(2) : 20-29.
- Jagannathan, R. and Srinivasan, S. B. (2000), "Does Product Market Competition Reduce Agency Costs?". *North American Journal of Economics and Finance*. 10(2) : 387-400.
- Jensen, M.C dan Meckling. 1976. "Theory of the Firm : Managerial Behaviour, Agency Cost, and Ownership Structure". *Journal of Financial Economics*. 3(4) : 305-360.
- Leventis S, Weetman P. dan Caramanis C. 2010. "Agency Costs and Product Market Competition: The Case of Audit Pricing in Greece". *The British Accounting Review*. 43(2) : 112-119.
- Marcu Kaityte, D. and J. Park. 2009. "Market Competition and Earning Management". *Working Paper*,. Drexel University.
- Mulyadi. 2002. *Auditing Jilid I*. Jakarta : Salemba Empat.
- Nayeri, N and Mahdi S. 2013. "Agency Costs in Islamic Countries : Evidence from Iran". *The IUP Journal of Accounting Research & Audit Practices*. 12(2) : 68-76.
- Porter, M.E. 1996. *On Competition*. Harvard Business School.
- Schimdt, K. 1997. "Managerial Incentives and Priduct Market Competition". *Review of Economics Studies*. 64(2) : 192-213.
- Scott, William R. 2000. *Financial Accounting Theory*. Second edition. Canada : Prentice Hall



- Setayesh, M.H. and Kargar J. 2011. "A Study of the Effect of Production Market Competition on Capital Structure". *Iranian Journal of Experimental Research*. 1(1) : 9-31.
- Simunic, D. 1980. "The Pricing of Audit Services : Theory and Evidence". *Journal of Accounting Research*. 18(2) : 161-190.
- Valipour *et al.* 2013. "Studying the Effect of Market Competition on the Auditing Fees and Operational Costs Efficiency as the Agency Costs Indexes". *International Academic Research in Accounting, Finance, and Management Science*. 3(3) : 99-108.
- Wang, Joy Y. 2010. "Product Market Competition and Audit Fees". *Working Paper*. The Hongkong Polytechnic University.
- Weston, J. Fred dan Copeland, Thomas E. 1999. *Manajemen Perusahaan (Managerial Finance)*. Edisi Kedelapan. Jilid 1. Jakarta. Penerbit Erlangga.