

# BAB 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Aliansi antara kantor akuntan publik Indonesia dengan Kantor akuntan publik internasional semakin populer dan dapat ditemui dalam berbagai bentuk dan ruang lingkup, diantaranya adalah bentuk *network* atau *associations* (International Accounting Bulletin, November 2008).

Dari sudut pandang *strategic management*, aliansi itu sendiri bukan merupakan strategi (Carpenter & Sanders, 2007). Akan tetapi, dalam konteks lima elemen dari *strategy diamond*, aliansi merupakan salah satu sarana (*vehicle*) untuk merealisasikan strategi (Carpenter & Sanders, 2007) serta menciptakan dan meningkatkan *competitive advantage* bagi semua anggotanya dengan menyatukan sumberdaya dan kapabilitas yang dimilikinya (Carpenter & Sanders, 2007; Das & Teng, 2000).

Aliansi sering dipilih sebagai sarana untuk mendukung strategi internasional dalam langkah pengembangan usaha di pasar yang baru (Serrat, 2009) untuk mendapatkan pengetahuan mengenai budaya dan kebiasaan lokal, atau untuk memenuhi tuntutan pemerintah (Carpenter & Sanders, 2007). Di Indonesia, sampai dengan saat ini profesi akuntan publik masih merupakan suatu sektor jasa yang belum terbuka untuk akuntan asing, walaupun dorongan dan tekanan dari World Trade Organization dan berbagai pihak lainnya untuk membuka sektor ini tetap berlangsung. Kehadiran kantor akuntan publik internasional di Indonesia hanya dapat terjadi melalui aliansi dengan kantor akuntan publik Indonesia, dan inisiatif perolehan perizinannya berada di pihak kantor akuntan publik Indonesia (Peraturan Menteri Keuangan Nomor 17/PMK.01/2008 tentang Jasa Akuntan Publik). Hal ini menimbulkan masalah bagi kantor akuntan publik internasional yang memiliki portofolio klien global, internasional dan multi-nasional yang memiliki aktivitas bisnis di Indonesia. Dengan terbatasnya kapabilitas mereka untuk melayani klien-kliennya tersebut, beraliansi dengan kantor akuntan publik Indonesia merupakan sebuah jalan keluar.

Di sisi yang lain, bersamaan dengan dibukanya perekonomian Indonesia untuk investasi asing di tahun 1970an, dan berkembangnya pasar modal di Indonesia, telah terjadi peningkatan kebutuhan secara signifikan akan jasa akuntan publik (Tuanakotta, 2007). Perusahaan-perusahaan asing dan perusahaan publik yang mencatatkan sahamnya di pasar modal (Bursa Efek Indonesia) menginginkan jasa dari kantor akuntan publik yang telah dikenal dan diakui (*recognized*), baik di pasar domestik maupun internasional. Hal ini merupakan suatu tantangan bagi kantor akuntan publik Indonesia untuk meningkatkan *brand* dan kapabilitasnya dan merupakan motif yang melatarbelakangi dibentuknya aliansi dengan kantor akuntan publik internasional. Menurut Carpenter & Sanders (2007), kebutuhan untuk belajar dari *alliance partner*, dan memperoleh akses kepada pengetahuan, sumberdaya dan kapabilitas yang sebelumnya tidak dimiliki, merupakan motif-motif yang sering ditemui dalam pembentukan aliansi.

Kantor akuntan publik Indonesia memilih beraliansi dengan kantor akuntan publik internasional, berdasarkan keyakinan bahwa aliansi ini akan memberikan kontribusi positif terhadap pembentukan dan peningkatan *competitive advantage* yang diperlukannya untuk memenangkan persaingan di pasar Indonesia. Berbagai penelitian membuktikan bahwa aliansi memberikan kontribusi yang positif terhadap pembentukan *competitive advantage*. Rao & Ruekert (1994) menemukan bahwa mengasosiasikan diri lewat aliansi dengan *brand* yang terkenal membantu melegitimasi *brand* yang kurang terkenal. Aliansi juga dapat menyediakan akses kepada pengetahuan (Carpenter & Sanders, 2007), sumberdaya dan kemampuan yang sebelumnya tidak dimiliki oleh anggota aliansi (Carpenter & Sanders, 2007; Thompson & Strickland, 2001).

Selain itu, keberadaan kantor akuntan publik internasional yang dapat dijadikan *alliance partner* jumlahnya sangat terbatas sehingga tercipta *barrier of entry* yang tinggi untuk kantor akuntan publik Indonesia yang belum menemukan *alliance partner* yang tepat. Oleh karena itu, timbul pertanyaan apakah ada alternatif strategis bagi kantor akuntan publik Indonesia yang berada dalam situasi ini.

Dengan semakin populernya penggunaan aliansi sebagai salah satu sarana untuk mencapai tujuan strategis, banyak riset atau penelitian telah dilakukan untuk

memperoleh pengertian yang lebih mendalam mengenai aliansi, terutama dalam hubungannya dengan pembentukan *competitive advantage*. Akan tetapi, sampai dengan saat ini, belum ditemukan penelitian yang berfokus pada permasalahan aliansi di Indonesia, khususnya mengenai aliansi yang terjadi dalam profesi akuntan publik di Indonesia.

## 1.2 Permasalahan Penelitian

Penelitian ini adalah mengenai aliansi antara kantor akuntan publik Indonesia dengan kantor akuntan publik internasional di pasar Indonesia, dan merupakan penelitian awal dari serangkaian penelitian mengenai subyek ini.

Seperti disebutkan terdahulu, aliansi dengan kantor akuntan publik internasional dipercayai dapat memberikan kontribusi positif dalam pembentukan dan peningkatan *Competitive Advantage*, baik itu bagi pembentukan *brand-name* maupun akses kepada *knowledge* dan sumberdaya serta kapabilitas yang sebelumnya tidak dimiliki. Sehingga, kantor akuntan publik Indonesia tersebut dapat meningkatkan pangsa pasarnya serta mencapai skala ekonomi yang cukup untuk dapat beroperasi secara efektif dan efisien dan mencapai tingkat profitabilitas yang lebih tinggi. Pada gilirannya, profitabilitas yang tinggi memungkinkan dilakukannya investasi dan inovasi agar *Competitive Advantage* yang tercipta dapat ditingkatkan dan dipertahankan. Jika dikelola dengan baik, dalam jangka panjang perputaran ini akan membentuk spiral pertumbuhan yang positif dan berkesinambungan. Selain itu, terbatasnya jumlah kantor akuntan publik internasional akan menjadi *Competitive Advantage* tersendiri bagi kantor akuntan publik Indonesia, karena keterbatasan (*scarcity*) ini akan membentuk sebuah *barrier* bagi kantor akuntan publik lain, *existing* atau *new entrants*, yang belum menemukan *alliance partner* yang tepat.

Dalam konteks kantor akuntan publik Indonesia memilih aliansi dengan kantor akuntan publik internasional sebagai sarana untuk mencapai tujuan strategisnya, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai bagaimana aliansi tersebut memberikan kontribusi yang positif terhadap pembentukan *competitive advantage* bagi kantor akuntan publik Indonesia. Dan, bagaimana

efektivitas (*effectiveness*) dari aliansi ini sebagai sebuah sarana (*vehicle*) dengan mempelajari kinerja kantor akuntan publik yang bersangkutan.

Untuk memperoleh gambaran mengenai kontribusi dari aliansi, penelitian ini akan meneliti karakteristik dan kondisi dari aliansi yang ada di Indonesia, dengan menggunakan sepuluh fitur yang diidentifikasi oleh Gomes-Casseres (2004) dan *dedicated alliance function* menurut Carpenter & Sanders (2007) sebagai acuan penelitian. **Pertanyaan penelitian pertama** yang akan dicoba untuk dijawab melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

*Apakah karakteristik dan kondisi aliansi antara kantor akuntan publik Indonesia dengan kantor akuntan publik internasional memenuhi sepuluh fitur aliansi sukses yang diidentifikasi oleh Gomes-Casseres (2004) dan memiliki dedicated alliance function menurut Carpenter & Sanders (2007) dan memberikan kontribusi positif bagi kantor akuntan publik Indonesia dalam pembentukan competitive advantage?*

Penelitian ini juga akan melakukan analisis mengenai efektivitas aliansi sebagai sebuah sarana strategis bagi kantor akuntan publik Indonesia dengan melakukan analisis kinerja kantor akuntan publik Indonesia beraliansi. Analisis ini dilakukan dengan membandingkan kinerja kantor akuntan publik beraliansi dengan yang tidak beraliansi. **Pertanyaan penelitian kedua** yang akan dicoba untuk dijawab melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

*Apakah dalam realitasnya kantor akuntan publik Indonesia yang beraliansi dengan kantor akuntan publik internasional menunjukkan kinerja yang relatif lebih baik dibandingkan dengan kantor akuntan publik Indonesia yang tidak beraliansi?*

Informasi yang akan menjadi obyek penelitian ini adalah informasi publik dan non-publik mengenai kantor akuntan publik Indonesia, termasuk data-data pendapatan, jumlah klien dan persyaratan-persyaratan dalam aliansi antara kantor akuntan publik Indonesia dengan kantor akuntan publik internasional.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai karakteristik dan kondisi aliansi antara kantor akuntan publik Indonesia dengan kantor akuntan publik internasional dan **efektivitas** dari aliansi tersebut sebagai **sarana strategis** untuk menciptakan *competitive advantage* bagi kantor akuntan publik Indonesia.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi informasi pendahuluan bagi penelitian-penelitian selanjutnya dalam ranah manajemen strategik yang berhubungan dengan peningkatan kinerja dari kantor akuntan publik Indonesia, permasalahan dalam aliansi antar kantor akuntan publik di Indonesia dan, dalam konteks adanya dorongan dan tekanan dari berbagai pihak termasuk dari WTO untuk membuka sektor jasa ini, diharapkan hasil penelitian ini dapat pula menjadi salah satu masukan bagi analisis yang akan dilakukan dalam rangka formulasi strategi untuk mengembangkan profesi akuntan publik di Indonesia ke depan.

### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini hanya berfokus kepada kantor akuntan publik Indonesia sebagai dua kelompok, yaitu kelompok akuntan publik yang beraliansi dan yang tidak. Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menganalisis dinamika, perbedaan-perbedaan dan hubungan-hubungan yang mungkin terdapat di dalam setiap kelompok. Oleh karena itu, analisis, hasil penelitian dan kesimpulan yang ditarik perlu diinterpretasikan dalam ruang lingkup tersebut.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Tesis ini disusun dalam lima bab, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

#### BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan gambaran umum penelitian yang berupa latar belakang penelitian, tujuan dan manfaat dilakukannya penelitian serta ruang lingkup

penelitian. Tujuan dari bab ini adalah memberikan informasi penelitian secara umum kepada pembaca.

## BAB 2: LATAR BELAKANG PROFESI AKUNTAN PUBLIK DAN LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diulas secara singkat latar belakang profesi akuntan publik Indonesia dan kantor akuntan publik internasional di Indonesia serta pemaparan teori-teori dan hasil berbagai penelitian yang relevan dan dijadikan dasar dalam penelitian ini.

## BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai obyek dan metode penelitian, termasuk pengumpulan data serta metode-metode pengujian dan analisis yang akan dipergunakan dalam penelitian.

## BAB 4: ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menyajikan analisis dan pembahasan atas hasil yang didapat dari penelitian. Analisis terhadap data dan informasi dilakukan sesuai dengan rumusan permasalahan dan metodologi penelitian.

## BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini disajikan kesimpulan atas hasil yang didapat dari penelitian yang telah dilakukan beserta saran-sarannya dan uraian singkat yang relevan bagi penelitian selanjutnya.