

Pengaruh Keahlian Auditor dan Bisnis *E-commerce* Terhadap Kebutuhan Jasa Audit *E-commerce*

Sri Wahyuni¹⁾, Suci Ramadhani²⁾, Novia Desriwan³⁾

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPI “YPTK” Padang

Sriw931@yahoo.com

ABSTRACT

The development of technology has a good impact for online businesses that provide services where consumers can buy or sell their products to shorten the time to buy their desired needs. There are auditors who can help e-commerce businesses in improving business quality. The use of audit services in e-commerce business gives a good influence for the needs of audit services. The size of the business in the E-commerce business will have a good impact on the development of the existence of information technology can make it easier to manage the business and conduct audits. In order for the business to use insurance services to protect all data consumers who shop business size will also affect the use of large-scale e-commerce audit services for businesses in the use of e-commerce audit services. Therefore, the purpose of this study is to find out whether the influence of auditor expertise and e-commerce business has a significant influence on audit services.

Keyword: *Audit, e-commerce*

Detail Artikel:

Diterima : 29 Desember 2019

Disetujui : 25 Februari 2020

DOI:10.31575/jp.v4i1.223

PENDAHULUAN

Bisnis *E-commerce* adalah bisnis yang sangat kreatif di era digital e-commerce sangat berpotensi tingkat keberhasilan usaha juga tinggi. Bisnis e-commerce itu menggambarkan bagaimana jual barang dengan perantara media social atau layanan online yang menjualkan dan mempromosikan usaha sampai ke global. Menurut (Anugrah & Teddy, 2018) Bisnis *e-commerce* merupakan suatu kegiatan jual beli barang maupun jasa dengan menggunakan jaringan internet. Bisnis *e-commerce* merupakan bisnis yang tidak memiliki batas atau pun perantara antara penjual dan pembeli baik batasan jarak maupun waktu. Indonesia menjadi salah satu Negara yang memiliki kisah sukses terbaik

Meskipun pernah menghadapi gejolak ekonomi dalam krisis keuangan 1997, Indonesia saat ini adalah salah satu Negara yang memiliki pertumbuhan ekonomi tercepat didunia. Fokus utama ekonominya adalah ekspor barang-barang seperti tekstil, mobil, peralatan listrik, minyak dan gas. *E-commerce* mengalami peningkatan yang begitu cepat dan penggunaan *smartphone*. *Smartphone* jauh lebih terjangkau di bandingkan komputer dan laptop yang membuat mudah di akses oleh sebagian orang di Indonesia. Ada sekitar 70% pengguna internet Negara ini adalah pengguna *smartphone*. Laporan McKinsey menyoroti bahwa hampir 75% pembeli *online* di Indonesia menggunakan *smartphone*. Pertumbuhan perdagangan informal dapat dikaitkan dengan muda mudi Indonesia yang mengerti digital. Dengan adanya layanan jasa audit *e-commerce* memberikan jaminan atau asuransi kepada para pemilik usaha yang dilakukan oleh auditor independen. Agar tingkat keamann data konsumen dapat terjaga dan aman dilindungi (www.blog.mtarget.com).

Kajian Teori

E-Commerce adalah singkatan dari Electronic Commerce, yang sudah ada dalam Undang-undang (UU) Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan telah mengatur kegiatan *e-commerce* dalam pasal 65 dan pasal 66. Sesuai pasal 66 UU tersebut, ketentuan lebih lanjut mengenai transaksi *e-commerce* diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Pemerintah. *e-commerce* yang secara singkat dapat didefinisikan sebagai mekanisme transaksi jual dan beli dengan menggunakan fasilitas internet sebagai media komunikasi. Dalam pengertian yang lain, *e-commerce* dapat diartikan sebagai rangkaian kegiatan usaha perdagangan yang sebagian atau seluruhnya menggunakan media internet sebagai media komunikasinya menurut (Hidayat, 2018). Bisnis *e-commerce* merupakan bisnis yang menggunakan teknologi informasi berupa aplikasi maupun layanan yang digunakan dalam menjual barang maupun memasarkan usaha yang dimiliki. Banyak nya bisnis online berkembang pesat dan membutuhkan jasa audit *e-commerce* sebagai meningkatkan mutu usaha oleh auditor yang kompeten. Menurut (Anugrah & Teddy, 2018).

Bisnis *e-commerce* merupakan suatu kegiatan jual beli barang maupun jasa dengan menggunakan jaringan internet. Audit *e-commerce* adalah jasa audit yang dilakukan untuk memberikan assurance kepada pihak-pihak yang berkepentingan akan tingkat keamanan yaitu bahwa seluruh data yang dikirim via internet hanya dapat diakses oleh orang-orang yang berhak untuk bertransaksi online pada suatu perusahaan *e-commerce* dan bahwa sistem transaksi tersebut berjalan dengan baik dan jasa audit *e-commerce* adalah jasa audit yang dilakukan untuk memberikan *assurance* kepada pihak-pihak yang berkepentingan akan tingkat keamanan yaitu bahwa seluruh data yang dikirim via Internet hanya dapat diakses oleh orang-orang yang berhak untuk bertransaksi jual-beli secara on-line pada suatu perusahaan *e-commerce* dan bahwa sistem transaksi *e-commerce* tersebut berjalan dengan baik. Sedangkan jasa *assurance* adalah pelayanan profesional independen yang dapat meningkatkan kualitas informasi bagi para pembuat keputusan. Informasi yang

menjadi bahan dalam *assurance service* bukan hanya informasi keuangan, tetapi juga meliputi informasi non keuangan (Octavia, 2013).

Peranan auditor dalam perusahaan *e-commerce* sangat dibutuhkan untuk memberikan asuransi kepada pemilik untuk menjaga keamanan maupun dalam bertransaksi. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari berbagai segi : ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan dalam kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu (Murdoko dan Sularto, 2007:A54). Semakin besar aktiva suatu perusahaan maka akan semakin besar pula modal yang ditanam, semakin besar total penjualan suatu perusahaan maka akan semakin banyak juga perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan dikenal oleh masyarakat luas (Hilmi dan Ali, 2008:5). (Anggi dan Bagas, 2017) menyatakan bisnis *e-commerce* menggambarkan pertukaran atau kegiatan jual beli barang maupun jasa yang dilakukan dengan bantuan jaringan internet. Bisnis *e-commerce* dikatakan bisnis yang sangat menjanjikan karena bisnis *e-commerce* satu-satunya bisnis yang dapat menghubungkan penjual dan pembeli tanpa batasan jarak dan waktu karena menggunakan jaringan internet. System informasi akuntansi berbasis teknologi adalah suatu system yang digunakan untuk menyediakan informasi dengan cepat dengan bantuan computer atau alat teknologi lainnya kita dapat lebih mudah melakukan system informasi. System informasi menurut (Indrayati, 2016:2) definisi system informasi yaitu: “system informasi adalah sebuah rangkaian produser data yang dimana prosedur data tersebut dikumpulkan dan diproses menjadi sebuah informasi yang akan digunakan oleh pemakainya”.

Kebutuhan jasa audit *e-commerce* merupakan suatu jasa yang diberi akuntan indenpen kepada para pelaku bisnis *e-commerce*. Jasa audit yang diberikan berupa asuransi terhadap laporan keuangan para pelaku bisnis tersebut. Menurut, (Nuhaya, 2016) audit *e-commerce* memiliki definisi yaitu: ”audit *e-commerce* adalah audit yang dilakukan untuk memberikan assurance kepada pihak-pihak yang berkemungkinan akan tingkat keamana yaitu bahwa seluruh data yang dikirim via internet hanya dapat di akses oleh orang-orang yang berhak untuk bertransaksi secara online pada suatu perusahaan *e-commerce* dan bahwa system transaksi bahwa *e-commerce* tersebut berjalan dengan baik”. Di Indonesia belum begitu mengenal jasa audit tersebut. Meskipun pernah menghadapi gejolak ekonomi dalam krisis keuangan 1997, Indonesia saat ini adalah salah satu Negara yang memiliki pertumbuhan ekonomi tercepat didunia. Fokus utama ekonominya adalah ekspor barang-barang seperti tekstil, mobil, peralatan listrik, minyak dan gas. *E-commerce* mengalami peningkatan yang begitu cepat dan penggunaan smartphone. Smartphone jauh lebih terjangkau di bandingkan komputer dan laptop yang membuat mudah di akses oleh sebagian orang di Indonesia. Ada sekitar 70% pengguna internet Negara ini adalah pengguna smartphone. Laporan McKinsey menyoroti bahwa hampir 75% pembeli online di Indonesia menggunakan smartphone. Pertumbuhan perdagangan informal dapat dikaitkan dengan muda mudi Indonesia yang mengerti digital. Dengan adanya layanan jasa audit *e-commerce* memberikan jaminan atau *asuransi* kepada

para pemilik usaha yang dilakukan oleh auditor independen. Agar tingkat keamann data konsumen dapat terjaga dan aman dilindungi (www.blog.mtarget.com).

Keahlian Auditor

Keahlian(kompetensi) adalah seorang yang memiliki pengetahuan dan keterampilan prosedural yang luas dan ditunjukkan dalam pengalaman audit (Indira Januarti, 2018). Sehingga dapat diartikan bahwa kompetensi auditor adalah auditor yang dengan pengetahuan dan pengalaman yang cukup dan eksplisit dapat melakukan secara objektif, cermat, dan seksama. Standar umum pertama (SA seksi 210 SPAP, 2001) menyebutkan bahwa audit harus dilakukan oleh seorang atau lebih yang memiliki keahlian dan pelatihan teknis yang cukup sebagai auditor, sedangkan standar umum ketiga (SA seksi 230 SPAP, 2001) menyebutkan bahwa dalam pelaksanaan audit dan penyusunan laporannya, auditor wajib menggunakan kemahiran profesionalitasnya dengan cermat dan seksama (*due professional care*). Auditor harus memiliki kualifikasi untuk memahami kriteria yang digunakan dan harus kompeten untuk mengetahui jenis serta jumlah bukti yang akan dikumpulkan guna mencapai kesimpulan yang tepat setelah memeriksa bukti itu. Adapun keahlian menurut Angelo (1981) dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, yakni sudut pandang auditor individual, audit tim dan Kantor Akuntan Publik (KAP). Masing-masing sudut pandang akan dibahas berikut ini :

1. Kompetensi Auditor Individual

Ada banyak faktor yang mempengaruhi kemampuan auditor, antara lain pengetahuan dan pengalaman. Untuk melakukan tugas pengauditan, auditor memerlukan pengetahuan pengauditan (umum dan khusus) dan pengetahuan mengenai bidang pengauditan, akuntansi dan industri klien. Selain itu diperlukan juga pengalaman dalam melakukan audit.

2. Kompetensi Audit Tim

Standar pekerjaan lapangan yang kedua menyatakan bahwa jika pekerjaan menggunakan asisten maka harus disupervisi dengan semestinya. Penugasan dalam suatu tim audit biasanya terdiri dari auditor junior, auditor senior, manajer dan partner. Tim audit ini dipandang sebagai faktor yang lebih menentukan kualitas audit. Kerjasama yang baik antar anggota tim, profesionalisme, persistensi.

3. Kompetensi dari Sudut Pandang Kantor Akuntan Publik (KAP)

Kantor Akuntan Publik (KAP) yang besar menghasilkan audit yang lebih tinggi karena ada insentif untuk menjaga reputasi dipasar, selain itu Kantor Akuntan Publik (KAP) yang besar sudah mempunyai jaringan klien yang luas dan banyak sehingga mereka tidak tergantung atau tidak takut kehilangan klien.

Bisnis E-Commerce

Menurut Urbaczewski, (2016)Bisnis e-commerce merupakan suatu kegiatan jual beli barang maupun jasa dengan menggunakan jaringan internet. Bisnis e-commerce merupakan bisnis yang tidak memiliki batas apapun antara penjual maupun pembeli baik batasan jarak maupun waktu.

Pengaruh Keahlian Auditor...(Wahyuni, Ramadhan, Desriwan)

ISSN: 2556 - 2278



Kebutuhan Jasa Audit *E-commerce*

Jasa audit *E-commerce* merupakan suatu jasa yang diberikan kepada seorang auditor independen kepada para pelaku bisnis *e-commerce*. Jasa audit yang diberikan berupa asuransi terhadap laporan keuangan para pelaku bisnis tersebut. Menurut (Nurhaya, 2016) audit *e-commerce* memiliki defenisi yaitu: “Audit *E-commerce* adalah audit yang dilakukan untuk memberikan assurance kepada pihak-pihak yang berkepentingan akan tingkat keamanan yaitu bahwa seluruh data yang dikirim via internet hanya dapat diakses oleh orang-orang yang berhak untuk bertransaksi secara on line pada suatu perusahaan *e-commerce* dan bahwa system transaksi *e-commerce* tersebut berjalan dengan baik”.

1. Definisi Operasional

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah jasa Audit E-Commerce adalah audit yang dilakukan untuk memberikan assurance kepada pihak-pihak yang berkepentingan akan tingkat keamanan yaitu bahwa seluruh data yang dikirim via internet hanya dapat diakses oleh orang-orang yang berhak untuk bertransaksi secara on line pada suatu perusahaan *e-commerce* dan bahwa system transaksi *e-commerce* tersebut berjalan dengan baik menurut (Anugrah & Teddy, 2018). Variabel independen adalah keahlian auitor dan bisnis *e-commerce*.

2. Metode Analisis

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan model regresi berganda dengan persamaan sebagai berikut

$$Y_{i,t} = a + b_1 + Bx_1 + b_3 X_2$$

Keterangan :

$Y_{i,t}$ = Jasa auit *e-commerce*

X_1 = Keahlian auditor

X_2 = Bisnis *e-commerce*

$b_{1,2}$ = Koefisien regresi dari variabel independen

selanjutnya dilakukan Uji F untuk melihat kemaknaan dari hasil model regresi tersebut. Bila nilai Fhitung lebih besar dari F_{tabel} atau tingkat signifikan lebih kecil dari 5% ($\alpha = 5\%$), maka hipotesis null ditolak. Ini berarti ada pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk membuktikan hipotesis kedua yakni ada pengaruh variabel terhadap variabel independen secara parsial; terhadap variabel dependen. Bila nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} atau nilai signifikan $< 5\%$, maka hipotesis null ditolak, artinya ada pengaruh antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menyajikan informasi mengenai karakteristik variabel-variabel penelitian yaitu jumlah amatan, nilai minimum, nilai maksimum, nilai mean, dan standar deviasi. Untuk mengukur nilai sentral dari distribusi data dapat dilakukan dengan pengukuran rata-rata (mean) sedangkan standar deviasi merupakan perbedaan nilai data yang diteliti dengan nilai rata-ratanya.

Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas Instrumen

Suatu instrumen dikatakan valid apabila memiliki koefisien lebih besar dari 0,30 dengan tingkat kesalahan Alpha 0,05. Hasil uji validitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa indikator penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel keahlian auditor dan perkembangan bisnis *e-commerce*, dan jasa audit *e-commerce* memiliki nilai koefisien korelasi dengan skor total seluruh butir pernyataan lebih besar dari 0,30 dengan signifikansi kurang dari 0,05.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas terhadap instrumen penelitian ini menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*, yakni untuk mengetahui unidimensionalitas butir-butir pernyataan terhadap variabel laten yang diteliti (perkembangan bisnis *e-commerce*, Sistem Informasi Akuntansi berbasis Teknologi, dan jasa audit *e-commerce*). Nilai *Alpha Cronbach* dinyatakan reliabel jika nilainya lebih besar atau sama dengan 0,60.

c. Uji Asumsi Klasik

Analisis regresi sangat memerlukan bagian asumsi agar model dapat digunakan sebagai alat prediksi baik. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi *classical linear regression model* (uji asumsi klasik). Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memastikan bahwa model atau persamaan yang diuji tidak melanggar asumsi tersebut. Pengujian ini dilakukan untuk membuktikan bahwa hasil yang diperoleh bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi normalitas data digunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan kriteria jika *Asymp.Sig (2-tailed)* lebih besar dari *level of significant* yang dipakai yaitu 5 persen, maka dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal namun sebaliknya jika *Asymp.Sig (2-tailed)* lebih kecil dari *level of significant* 5 persen, maka data mempunyai distribusi tidak normal.

3. Uji multikolinieritas

untuk menguji apakah model regresi di temukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi dapat dilihat pada nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor (VIF)*. Jika nilai *tolerance* lebih dari 10 persen atau VIF kurang dari 10, maka dikatakan tidak ada multikolinieritas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain yang dilakukan dengan uji *Glejser*. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengandung gejala heteroskedastisitas atau mempunyai varians yang homogen. Jika variabel bebas yang diteliti tidak mempunyai pengaruh signifikan atau nilai

signifikansinya lebih dari 0,05 terhadap nilai *absolute residual*, berarti model regresi tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada Lampiran 6, maka dapat dijelaskan hasil pengujian hipotesis yang terdiri atas koefisien determinasi (R^2), uji kelayakan model (Uji F), dan Uji hipotesis (Uji t) yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji kelayakan model atau yang lebih populer disebut sebagai uji F merupakan tahapan awal mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak. Hasil uji regresi dinyatakan layak apabila memiliki nilai signifikansi uji F kurang dari 0,05.

b. Uji Parsial (Uji t)

Kriteria pengujian untuk menjelaskan interpretasi pengaruh antar masing-masing variabel :

- b. jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- a. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

SIMPULAN

Terdapat Pengaruh Perkembangan bisnis *e-commerce* Terhadap Jasa audit *e-commerce*

1. Hasil analisis pengaruh perkembangan bisnis *e-commerce* terhadap jasa audit *e-commerce* diperoleh nilai Signifikansi sebesar 0,003 dengan nilai koefisien beta 0,331. Nilai Signifikansi $0,002 < 0,05$ mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa perkembangan bisnis *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap jasa audit *e-commerce*. Pada penelitian (Anugrah & Teddy, 2018)
2. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau dengan taraf kepercayaan sebesar 95%, Terdapat hubungan antara keahlian auditor eksternal dengan audit ecommerce dengan arah hubungan positif. Pada penelitian (Octavia, 2013)
3. hasil model regresi tersebut. Bila nilai Fhitung lebih besar dari F_{tabel} atau tingkat signifikan lebih kecil dari 5% ($\alpha = 5\%$), maka hipotesis null ditolak. Ini berarti ada pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
4. Jasa audit E-commerce merupakan suatu jasa yang diberikan kepada seorang auditor independen kepada para pelaku bisnis e-commerce. Jasa audit yang diberikan berupa asuransi terhadap laporan keuangan para pelaku bisnis tersebut.

UCAPAN TERIMAKASIH

Segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT dan juga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang membantu penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, I. M. A., & Teddy, B. (2018). Pengaruh Bisnis E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi Terhadap Kebutuhan Jasa Audit E-Commerce. 3(2), 197–208.
- Anggi, B. (2017). Pengaruh Bisnis E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi Terhadap Kebutuhan Jasa Audit E-Commerce.
- Hidayat, W. W. (2018). Dasar-Dasar Analisa Laporan Keuangan. Retrieved From Uwaish Inspirasi Indonesia
- Murdoko, S. (2007). Pengaruh Keahlian Auditor Eksternal Terhadap Audit E-Commerce
- Octavia, J. (2013). Pengaruh Keahlian Auditor Eksternal Terhadap Audit E-Commerce. V(1).
- Susanti, F. (2018). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pada E-Commerce Lazada.co.id (Studi Pada Mahasiswa Jurusan S1 Manajemen “STIE KBP” Padang). <https://doi.org/10.31227/osf.io/um4yw>