

Pengaruh Independensi dan Bisnis E-commerce Terhadap Kebutuhan Jasa Audit E-commerce

Gusma Indah¹⁾, Paramita Srida Yanti²⁾, Sri Hajratul³⁾

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

srihajratul98@gmail.com

ABSTRACT

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. 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: e-commerce, audit

Detail Artikel:

Diterima : 04 Januari 2020

Disetujui : 25 Februari 2020

DOI:10.31575/jp.v4i1.226

PENDAHULUAN

Media informasi melalui internet menjadi salah satu media andalan dalam mencari informasi, melakukan komunikasi dan bisnis saat ini. Internet memberi kemudahan akan informasi dalam kehidupan sosial dan kegiatan perekonomian (bisnis). Internet merupakan kependekan dari *interconnection-networking*. Internet ialah suatu sistem global dari seluruh jaringan komputer yang dihubungkan menggunakan standar *Internet Protocol Suite* (TCP/IP) untuk melayani miliaran pengguna diseluruh dunia. Dengan adanya internet ini tentu akan semakin memudahkan proses “globalisasi” di dunia menurut (Syawal Asri, 2018),

Spesialisasi industri auditor merupakan dimensi dari kualitas audit, sebab pengetahuan dan pengalaman auditor tentang industri merupakan salah satu elemen dari keahlian auditor. Auditor spesialis industri diyakini mampu mendeteksi kesalahan- kesalahan secara lebih baik pada perusahaan industri tertentu. Oleh karena itu, penggunaan auditor dengan spesialisasi industri diharapkan mampu menghasilkan kualitas audit yang baik agar laporan audit dapat digunakan oleh manajemen dan investor suatu perusahaan sebagai alat pengambilan keputusan ekonomi. Perusahaan yang melibatkan jasa spesialis secara signifikan lebih rendah dari pada perusahaan yang melibatkan jasa nonspesialis menurut (Elsa Meirina, 2018).

Bersamaan dengan peningkatan penggunaan internet, munculah beberapa media elektronik yang memanfaatkannya untuk kegiatan berbisnis, yang kemudian dikenal sebagai *Electronic commerce (e-commerce)* (McLeod dan Schell, 2004) *E-commerce* didefinisikan sebagai transaksi ekonomi saat pembeli dan penjual bersama-sama melalui media elektronik dari internet membentuk kontrak perjanjian mengenai harga dan pengiriman barang atau jasa tertentu dan menyelesaikan transaksi melalui pengiriman dan pembayaran barang atau jasa sesuai kontrak (Guay dan Ettwein, 1998; Zwass, 1996). Perkembangan teknologi *e-commerce* sangat membantu konsumen dan produsen dalam berbisnis. Banyak pihak yang merasa diuntungkan dengan adanya teknologi *e-commerce* ini sehingga dengan *e-commerce* target pasar yang akan dijangkau sangat luas bahkan sampai ke luar negeri sekalipun (Nur Rahman, 2009).

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 keamanan data konsumen dapat terjaga dan aman dilindungi (www.blog.mtarget.com).

Perdagangan Elektronik (E-Commerce= *electronic commerce*) adalah bagian dari *e-lifestyle* yang memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara online dari sudut tempat mana pun. pengertian dari *electronic commerce* adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet. Berdasarkan kedua pengertian tersebut *e-commerce* dapat di definisikan sebagai proses transaksi jual beli yang dilakukan secara *online* dengan media alat elektronik menurut (Pengabdian et al., 2019) 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 E-commerce 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 professional 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 informas. System informasi menurut (Indrayati, 2016:2) definisi system informasi yaitu: “ system informasi afalah 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. Mnurut, (Nuhaya, 2016) audit e-commerce memiliki definisi yaitu: ”audit e-commerce adalah audit yang dilakukan untuk memberikan assurance kepada pihak-pihak yang berkempentingan akan tingkat keamana yaitu bahwa seluruh data yang dikirim via internet hanya dapat di akses oleh orang-orang yang berhak untuk bertransksi secara online pada suatu perusahaan E-commerce dan bahwa system transaksi bahwa E-commerce tersebut bejalan 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 dibandingkan komputer dan laptop yang membuatnay mudah di akses oleh sebagian orang di Indonesia.Ada sekitar 70% pengguna internet Negara ini adalah pengguna smarphone.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-commerse 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).

METODOLOGI PENELITIAN

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.

Metode Analisis

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

$$Y_{i,t} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

$Y_{i,t}$ = jasa audit 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 F_{hitung} 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.

1. 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.

2. 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.

3. 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 yakni jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. 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 F_{hitung} 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 kehadirat 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.
- Ayuningtyas, Harvita Yulian ,&Pamudji ,Sugeng.2012 .Pengaruh Pengalaman Kerja, Independen ,Obyektifitasn ,Integritas Dan Kompetensi Terhadap Kualitas Hasil Audit (Studi Kasus Pada Auditor Insprektorat Kota Kabupaten Di Jawa Tengah).Jurnal Of Accounting .Vol 1.(2)1-10.
- Elsa Meirina, R. O. A. (2018). Hubungan Ukuran Dan Spesialisasi Kantor Akuntan Publik Terhadap Kualitas Audit Dengan Tingkat Resiko Litigasi Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. 02(01), 55–64.
- Hidayat, W. W. (2018). Dasar-Dasar Analisa Laporan Keuangan. Retrieved From Uwaish Inspirasi Indonesia
- Octavia, J. (2013). Pengaruh Keahlian Auditor Eksternal Terhadap Audit E-Commerce. V(1).

- Pengabdian, J., Volume, M., Dhewi, R. M., Ekoresti, S. N., Susilowati, E., Akuntansi, J., ... Salimah, K. B. M. (2019). E-Commerce Implementations For Recycled Products By. 34–39.
- 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>
- Syawal Asri, F. S. (2018). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pada E-Commerce Lazada.Co.Id.
- Wardoyo, Trimanto T. 2011. Pengaruh Kompetensi Dan Independensi Auditor Terhadap Kualitas Audit. Survei Terhadap Kantor Akuntan Publik Di Jakarta Selatan Skripsi. Bandung : Universitas Kristen Manarata.