

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Beberapa tahun terakhir, bisnis berbasis elektronik atau sering disebut dengan *e-commerce* (*electronic commerce*) berkembang dengan sangat pesat. Seiring dengan berkembang pesatnya bisnis *e-commerce* ini, kebutuhan akan jasa audit *e-commerce* pun tak dapat terelakkan. Bidang audit terhadap *e-commerce* merupakan kegiatan jasa yang baru bagi para auditor (Gondodiyoto, 2009:45).

Salah satu kasus yang pernah terjadi di Indonesia berkaitan dengan *e-commerce* adalah kasus pembobolan akun Lazada yang dilaporkan oleh para konsumennya. Konsumen tersebut menuturkan bahwa ia mendapatkan email transaksi pembelian pulsa senilai Rp 1 juta dan ada pula sembilan transaksi lain bila ditotal jumlahnya mencapai Rp 3 juta. Kejadian sama juga dialami konsumen lain yang mendapatkan tagihan kartu kredit dari bank sebesar Rp 2 juta untuk transaksi yang tidak pernah dilakukan olehnya menggunakan Lazada. Ada pula konsumen yang turut kebobolan pada akun Lazadanya, yang hampir menimbulkan kerugian hingga belasan juta rupiah. Transaksi yang dibobol ini adalah transaksi menggunakan kartu kredit konsumen yang sengaja dilakukan oleh oknum yang tidak bertanggungjawab demi keuntungan pribadi.

Pihak Lazada setelah mendapatkan laporan pembobolan akun ini, langsung menangani dengan melakukan investigasi terhadap kelemahan sistem yang dibobol. Pihak Lazada juga meminta konsumen untuk berhati-hati dengan selalu *log-out* akun mereka setelah selesai bertransaksi dan meningkatkan keamanan ganda pada transaksi yang menggunakan kartu kredit. Kasus seperti ini mungkin saja terjadi di kemudian hari pada berbagai situs *e-commerce* di Indonesia, apabila tidak ada sistem keamanan serta perlindungan bertransaksi pada situs *e-commerce* tersebut.

Perusahaan *e-commerce* untuk mengatasi hal tersebut membutuhkan jasa audit untuk meningkatkan keandalan sistem informasi yang digunakan serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaannya. Prosedur audit *e-commerce* diberikan oleh auditor untuk perusahaan yang melakukan kegiatan bisnis di bidang *e-commerce*, yaitu dengan memberikan bukti bahwa bisnis berbasis online tersebut dapat dipercaya dengan keandalan sistem informasi yang dimiliki perusahaan *e-commerce* tersebut. Peran auditor dalam perusahaan *e-commerce* adalah memastikan bahwa fungsi pengendalian internal pada penerapan *e-commerce* berjalan dengan baik.

Kantor Akuntan Publik dapat mempertimbangkan peluang bisnis baru dalam melakukan audit sistem informasi pada perusahaan *e-commerce*, tidak perlu terburu-buru untuk dapat mengambil peluang bisnis baru ini karena KAP perlu mempersiapkan auditornya untuk dapat menjalankan penugasan audit *e-commerce*, namun KAP juga jangan sampai tertinggal jauh dibelakang karena

perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam hal ini adalah berkaitan dengan audit *e-commerce*.

Peluang untuk melakukan audit pada perusahaan *e-commerce* ini dikarenakan besarnya risiko bisnis yang ada pada setiap transaksi *e-commerce*. Kekhawatiran masyarakat terhadap risiko atas transaksi *e-commerce* ditekankan pada beberapa hal, yaitu perlunya pengungkapan praktik bisnis, perlunya keyakinan atas keandalan transaksi, dan perlindungan atas informasi pribadi (Gondodiyoto, 2009:45).

Auditor *e-commerce* melaksanakan pemeriksaan untuk periode tertentu pada perusahaan *e-commerce* dan auditor dapat memberikan catatan tentang kemungkinan risiko yang mungkin terjadi karena perubahan teknologi dan informasi yang sangat cepat. Auditor bertanggungjawab untuk memastikan jangka waktu berapa lama situs *e-commerce* itu masih memenuhi standar dan harus dilaksanakan pemeriksaan kembali (pemeriksaan dilakukan berkala minimal 6 bulan sekali), Gondodiyoto (2009:49).

Di Indonesia, transaksi *e-commerce* itu sendiri diatur dalam UU ITE pasal 10 dan Peraturan Pemerintah (PP) No. 82 tahun 2012 yang mengatur bahwa setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan transaksi elektronik dapat disertifikasi oleh lembaga yang dapat menerbitkan sertifikasi keandalan. Lembaga tersebut merupakan lembaga independen yang dibentuk oleh para profesional dibidangnya untuk melakukan audit atau pemeriksaan atas sistem informasi pada perusahaan *e-commerce* tersebut serta mengeluarkan sertifikasi keandalan, di mana kegiatannya harus disahkan dan diawasi oleh pemerintah.

Keberadaan lembaga independen yang menyediakan jasa audit atas perusahaan *e-commerce* jelas penting untuk memberikan jaminan kelayakan atas sistem informasi kepada pelaku usaha dan pada akhirnya juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam bertransaksi secara *online* melalui sistem elektronik. Lembaga independen yang disebutkan pada PP No.82 tahun 2012 harus tersertifikasi pula, karena lembaga yang sudah tersertifikasi menunjukkan bahwa lembaga tersebut layak dalam memberikan jasa audit pada perusahaan *e-commerce*.

Menurut Hall dan Singleton (2007:353) untuk merespons permintaan perusahaan *e-commerce* atas bukti bahwa suatu bisnis berbasis web memang dapat dipercaya, maka sejumlah lembaga independen yang dipercaya menawarkan segel keamanan (*seal of assurance*) yang dapat ditampilkan perusahaan dalam situs web perusahaan *e-commerce* tersebut. Ada enam lembaga yang dapat memberi segel pada *web*, yaitu: *Better Business Bureau* (BBB), TRUSTe, Veri-sign, Inc., *International Computer Security Association* (ICSA), AICPA/CICA WebTrust, dan AICPA/CICA SysTrust.

Berbeda halnya dengan Indonesia, lembaga independen yang tersertifikasi dan dapat memberikan sertifikat keandalan sangatlah sedikit. Bahkan perusahaan *e-commerce* di Indonesia harus membeli sertifikat keandalan dari luar negeri. Hal ini mungkin saja terjadi karena perkembangan bisnis *e-commerce* di Indonesia barulah memasuki tahap awal, sedangkan untuk negara maju seperti Amerika Serikat, Inggris, dan Jepang sudah menjadi hal umum bahwa KAP telah bersertifikat dan memberikan jasa audit *e-commerce*,

untuk memberikan bukti keandalan sistem informasi atas web perusahaan *e-commerce*.

Menurut PP No.82 tahun 2012 lembaga independen yang menerbitkan sertifikat keandalan haruslah dibentuk oleh profesional. Profesional yang dimaksud sebagaimana yang disebutkan tersebut adalah meliputi paling sedikit profesi konsultan teknologi informasi, auditor teknologi informasi, dan konsultan hukum bidang teknologi informasi. Profesional lainnya yang dapat turut dalam pembentukan Lembaga Sertifikasi Keandalan adalah akuntan, konsultan manajemen bidang teknologi informasi, penilai, notaris, dan profesi dalam lingkup teknologi informasi yang ditetapkan dengan Keputusan Menteri.

Hal ini dapat dimanfaatkan dengan baik oleh KAP agar mempersiapkan auditornya untuk menambah dan memperdalam pengetahuan mengenai audit sistem informasi. KAP harus bersiap dengan segala persyaratan yang dikeluarkan pemerintah untuk menjadi lembaga independen tersertifikasi sehingga dapat menjalankan penugasan audit di lingkungan bisnis *e-commerce* ini. Jasa audit *e-commerce* diprediksi akan terus berkembang seiring dengan berkembangnya bisnis *e-commerce*.

Kebutuhan akan jasa audit dipengaruhi oleh kewajiban perusahaan *e-commerce* untuk memiliki sertifikat keandalan atas sistem informasinya dan diharuskan melakukan pemeriksaan berkala terhadap sistem informasi tersebut. Namun, saat ini jasa audit *e-commerce* di Indonesia dinilai masih

belum maksimal dikarenakan keterbatasan infrastruktur, faktor keamanan, dan kurangnya pengetahuan auditor, Oktavia dan Kustiawan (2013).

Sertifikasi keandalan akan didapatkan oleh perusahaan *e-commerce* apabila telah memenuhi persyaratan, seperti telah memenuhi standar perangkat keras, perangkat lunak, standar tenaga ahli dibidang sistem informasi, pengelolaan data, serta keamanan data itu sedniri. Sertifikasi keandalan menjadi bukti bahwa pelaku usaha yang melakukan transaksi jual beli secara elektronik layak menjalankan usahanya tersebut setelah melalui proses audit dari lembaga independen yang berwenang sesuai dengan penjelasan pada pasal 10 UU ITE.

Sertifikat keandalan yang didapat oleh perusahaan *e-commerce* menyatakan bahwa situs tersebut telah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Namun, auditor tidak bertanggungjawab terhadap setiap transaksi yang terjadi dalam *e-commerce* tersebut, dan auditor juga tidak menjamin keberlangsungan hidup perusahaan *e-commerce* tersebut, karena hal ini bukan merupakan aspek yang di audit oleh auditor *e-commerce*.

Sertifikasi keandalan atas sistem informasi tidak hanya dikembangkan di negara Indonesia saja, akan tetapi *American Institute of Certified Public Accountants* (AICPA) bekerja sama dengan *Canadian Institute of Chartered Accountants* (CICA) telah lebih dulu membangun dan mengembangkan sertifikat keandalan sistem yang dikenal dengan istilah *Webtrust*. Pada dasarnya *Webtrust* memiliki konsep yang sama dengan sertifikasi keandalan yaitu memberikan jaminan menyeluruh terhadap bisnis yang berbasis

elektronik dengan membangun kepercayaan dan keandalan *website* tersebut (Gondodiyoto, 2009:46).

Kebutuhan akan audit *e-commerce* merupakan dampak langsung dari berkembangnya bisnis *e-commerce* di Indonesia. Secara umum *e-commerce* merupakan segala transaksi perdagangan barang atau jasa yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik. Pada saat ini, *e-commerce* dipilih oleh kebanyakan orang untuk bertransaksi barang atau jasa karena *e-commerce* menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*) berupa internet yang dinilai dapat memberikan kemudahan dalam setiap transaksi.

E-commerce telah menjadi media dalam meningkatkan efisiensi segala bidang, meliputi penjualan produk dan pemrosesan pemesanan, mengubah kebiasaan pembelian konsumen, menyajikan prospektus dan katalog-katalog produk kepada konsumen, menyajikan laporan keuangan kepada investor, menyediakan informasi persediaan kepada konsumen, menyediakan pesan database bagi karyawan dan staf, serta pemrosesan order pembelian dan invoice dari pemasok (Attaway, 2000 dalam Suhendro, 2007).

Di Indonesia bisnis *e-commerce* ini merupakan fenomena yang masih terbilang baru, banyak perusahaan *e-commerce* yang bermunculan di tahun 2000-an. Pada 1999 merupakan awal kemunculan bisnis *e-commerce*, yaitu berdirinya portal Kaskus, dan kemudian disusul oleh Bhinneka.com, selanjutnya pada 2005 didirikan portal jual beli iklan baris Tokobagus.com dan kemudian setelah itu, muncul berbagai portal jual beli online seperti Tokopedia.com, Tiket.com, Lazada.co.id, Traveloka.com, dan masih banyak

lagi. Saat ini situs *e-commerce* yang sedang mendominasi *market online* di Indonesia seperti yang dilansir oleh maxmanroe.com adalah Tokopedia.com, olx.co.id, Bhineka.com, Lazada.co.id dan Zalora.co.id.

Berdasarkan data statistik yang dilansir oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet Indonesia tahun 2014 adalah sebesar 88,1 juta jiwa. Tahun 2015 adalah sebesar 93,4 juta jiwa dan sebanyak 7,4 juta merupakan konsumen *online shop*, dengan total nilai transaksi sebanyak \$3.5 M. Sedangkan pengguna internet Indonesia tahun 2016 adalah sebesar 132,7 juta jiwa atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia yaitu sebesar 256,2 juta. Pengguna internet terbanyak adalah Pulau Jawa dengan total pengguna 86.339.350 user atau sekitar 65% dari keseluruhan pengguna internet. Pengguna internet Indonesia dalam kurun waktu dua tahun mengalami peningkatan sebesar 44,6 juta.

Faktor lainnya yang menentukan jasa audit *e-commerce* ini adalah bagaimana sikap auditor dalam menanggapi peluang baru dari audit *e-commerce* ini. Apakah auditor akan mempelajari dan memahami karakteristik bisnis *e-commerce* secara mendalam serta menambah pengetahuan dibidang sistem informasi, sehingga auditor bersedia untuk memberikan serta melaksanakan penugasan audit. Atau apakah auditor menolak untuk mempelajari karakteristik bisnis *e-commerce*, system informasi, dan akhirnya tidak bersedia untuk menerima penugasan audit *e-commerce*.

Sikap auditor saat ini terhadap kehadiran audit *e-commerce* adalah sikap yang positif, dimana auditor dapat menambah pengetahuan serta wawasan dan

selain itu juga memberikan peluang bagi auditor senior maupun junior dalam mengembangkan karir di audit *e-commerce* ini, Noor (2006). Namun, pada kenyataannya belum banyak KAP yang siap dalam menyediakan jasa audit *e-commerce* ini.

Keahlian menjadi faktor lain yang berpengaruh terhadap jasa audit *e-commerce*, auditor yang mempunyai keahlian khusus dibidang sistem informasi dan teknologi akan meningkatkan kepercayaan perusahaan *e-commerce* untuk menggunakan jasa auditor dalam hal pemeriksaan dan penilaian atas sistem informasi yang digunakan perusahaan. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi para auditor untuk dapat mempelajari hal-hal berkaitan dengan sistem informasi sebagai respon atas peluang untuk melakukan audit pada sektor *e-commerce*.

Dalam melakukan prosedur audit *e-commerce*, auditor dituntut untuk memiliki keahlian yang memadai agar pemeriksaan sistem informasi menghasilkan keandalan sesuai dengan yang diinginkan perusahaan *e-commerce*. Keahlian menjadi faktor penting yang harus diperhatikan oleh KAP untuk menentukan auditor yang dapat melakukan penugasan audit atas sistem informasi pada perusahaan *e-commerce* ini.

Hasil penelitian terkait pengaruh bisnis *e-commerce* terhadap audit *e-commerce* ini dilakukan oleh Haya (2014), penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan bisnis *e-commerce* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kebutuhan audit *e-commerce*. Penelitian Mirescu dan Maiorescu (2010), menyatakan bahwa *e-commerce* berperan pada sebagian kecil kegiatan

ekonomi, hanya mewakili sedikit atas kegiatan ekonomi makro. Akan tetapi seiring dengan proses globalisasi yang terjadi sekarang ini, aktivitas *e-commerce* akan sangat berkembang pesat di masa mendatang.

Hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan Suhendro (2007), yang menyatakan bahwa perkembangan *e-commerce* berpengaruh pada perubahan risiko-risiko audit, pengendalian internal dan pelaksanaan audit pada laporan keuangan suatu perusahaan. Abu-Musa (2004), juga menyatakan bahwa perkembangan *e-commerce* berpengaruh terhadap jasa audit *e-commerce*. Serta hasil penelitian Zhao dan C. Yen (2004), Widarno (2007), dan Pathak (2010).

Selain variabel bisnis *e-commerce*, peneliti menambahkan variabel sikap auditor yang diteliti oleh Noor (2006), menyatakan bahwa sikap auditor memiliki pengaruh positif terhadap audit *e-commerce* yang berarti auditor merasa tertantang untuk dapat melakukan audit *e-commerce* dengan mengembangkan keahlian agar berkompeten dibidangnya. Penelitian lain dilakukan oleh Wahyu (2014), juga menyatakan bahwa sikap auditor berpengaruh positif terhadap jasa audit *e-commerce*.

Auditor yang berkompeten dan memiliki keahlian dibidang teknologi dan informasi dapat menjadi pertimbangan KAP untuk memberikan jasa audit *e-commerce*. Penelitian sebelumnya terkait dengan keahlian auditor dilakukan oleh, Octavia dan Kustiawan (2013), menyatakan bahwa keahlian auditor eksternal berpengaruh positif terhadap audit *e-commerce*. Pathak dan

Abdolmuhammadi (2007), menyatakan bahwa keahlian auditor khususnya bidang teknologi dan informasi berpengaruh pada audit *e-commerce*.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang ada, maka penelitian ini akan menguji “ Pengaruh Bisnis E-Commerce, Sikap Auditor dan Keahlian Auditor Eksternal terhadap Prosedur Audit E-commerce”. Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Haya (2014) dan mengabaikan variabel perkembangan sistem informasi akuntansi berbasis teknologi serta menambahkan variabel keahlian auditor yang diteliti oleh Octavia dan Kustiawan (2013) dan Pathak dan Abdolmuhammadi (2007), serta sikap auditor yang diteliti oleh Wahyu (2014). Penelitian mengenai prosedur audit *e-commerce* di Indonesia masih belum banyak yang meneliti, terutama untuk variabel independen keahlian auditor eksternal dan sikap auditor eksternal.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, berikut ini merupakan masalah-masalah yang dapat memengaruhi audit *e-commerce*:

1. Munculnya risiko-risiko bisnis baru pada *e-commerce* seiring dengan berkembangnya bisnis *e-commerce* dan teknologi informasi;
2. Kekhawatiran masyarakat terhadap besarnya risiko atas transaksi *online* di situs-situs *e-commerce*;
3. Auditor merasa kesulitan dalam mempelajari dan memperdalam ilmu di bidang sistem informasi;

4. Kurangnya keahlian dan pengetahuan auditor dalam teknologi dan sistem informasi;
5. Keberadaan lembaga independen yang menyediakan jasa audit atas perusahaan *e-commerce* masih sedikit;
6. Sulitnya persyaratan untuk mendapatkan sertifikat atas lembaga yang ingin memberikan jasa audit *e-commerce*;
7. Sertifikat keandalan tidak menjamin sepenuhnya keamanan bertransaksi dan juga keberlangsungan hidup perusahaan *e-commerce*;
8. KAP belum mempersiapkan auditornya untuk dapat menerima penugasan audit *e-commerce*.

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya akan membahas mengenai tiga variabel independen yang dapat memengaruhi prosedur audit sistem informasi pada perusahaan *e-commerce* (audit *e-commerce*). Variabel lain diabaikan dan dianggap tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap jasa audit *e-commerce*. Karena keterbatasan waktu dan tenaga dalam melakukan penelitian, objek dalam penelitian ini adalah auditor yang bekerja di KAP, yang sudah pernah ataupun belum pernah melakukan penugasan audit *e-commerce* dan auditor teknologi informasi.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pemaparan penelitian sebelumnya terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi *e-commerce auditing*, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor bisnis *e-commerce* berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*?
2. Apakah sikap auditor berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*?
3. Apakah keahlian auditor eksternal berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*?

E. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat memberi manfaat, antara lain:

1. Kegunaan Teoritis
 - 1.1 Memberikan hasil adanya pengaruh bisnis *e-commerce*, sikap auditor, dan keahlian auditor terhadap prosedur audit *e-commerce*. Sehingga dapat mendukung teori atribusi dimana dapat diketahui perilaku auditor dalam menjalankan prosedur audit *e-commerce* apakah dipengaruhi oleh faktor internal dalam penelitian ini adalah sikap auditor dan keahlian auditor ataukah faktor eksternal yaitu bisnis *e-commerce* yang sedang berkembang saat ini.

2. Kegunaan Praktis

2.1 Bagi Auditor

Dapat digunakan sebagai bahan informasi auditor independen dalam memahami pengaruh bisnis *e-commerce*, sikap auditor dan keahlian auditor terhadap prosedur audit *e-commerce* dan sebagai bahan pertimbangan bagi KAP, untuk mempersiapkan tenaga auditor dalam menjalankan prosedur audit *e-commerce*.

2.2 Bagi Perusahaan *E-commerce*

Dapat digunakan sebagai bahan informasi manajemen perusahaan *e-commerce* dalam meningkatkan kualitas sistem informasi yang digunakan.

2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan bahan referensi dalam mengembangkan faktor-faktor lain yang memengaruhi prosedur audit *e-commerce*.