

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Perkembangan digitalisasi mempermudah manusia dalam melakukan kegiatan. Perdagangan merupakan salah satu kegiatan yang terkena dampak digitalisasi. Kegiatan perdagangan yang semula dilakukan secara langsung kini mulai menjadi perdagangan elektronik (*e-commerce*). Indonesia adalah pasar *e-commerce* yang menjanjikan. Direktur Pemberdayaan Informatika, Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Kominfo, Septriana Tangkary menyatakan pertumbuhan nilai perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia mencapai 78 persen, tertinggi di dunia pada tahun 2019 (https://kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-capai-78-persen/0/sorotan_media).

Antusiasme masyarakat Indonesia dalam menerima teknologi digital merupakan salah satu faktor pendorong pertumbuhan *e-commerce*. Laporan riset bertajuk Digital in 2019, hasil kerjasama layanan manajemen konten *HootSuite* dan agensi pemasaran media sosial *We Are Social*, mengungkapkan pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan 13 persen dari tahun 2018 (<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>).

Perkembangan pesat *e-commerce* tentunya memiliki dampak positif dan negatif. Dampak negatif yang terjadi adalah penyalahgunaan kemudahan. Lazada, salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia, terkena kasus order fiktif pada tahun

2018. Salah satu konsumen Lazada melaporkan terjadinya orderan fiktif yang tidak dilakukan oleh dirinya. Diceritakan bahwa pihak Bank tiba-tiba menelpon konsumen tersebut dan menginfokan adanya transaksi sebesar 22 juta rupiah. Konsumen tersebut mempertanyakan pihak Lazada karena memproses pembayaran via kartu kredit tanpa adanya *One Time Password* (OTP) dari konsumen. Atas kasus tersebut Lazada harus mengeluarkan sejumlah uang sebagai bentuk ganti rugi. Kasus penipuan tersebut terjadi karena ada oknum yang menyalahgunakan informasi kartu kredit konsumen (<https://www.liputan6.com/teknoread/3236775/pengguna-lazada-jadi-korban-order-fiktif-rp-22-juta>) . Kasus tersebut menggambarkan adanya celah pada sistem keamanan Lazada.

Kasus yang terjadi pada 2018 silam, tentunya berdampak pada masyarakat. Kecemasan timbul pada masyarakat akibat kasus tersebut. Masyarakat merasa khawatir melakukan transaksi dengan *e-commerce*. Oleh karena itu *e-commerce* harus mengembalikan rasa aman dan kepastian hukum kepada masyarakat. Tidak diberikannya rasa aman ternyata tidak sesuai dengan upaya pemerintah. Pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pada pasal 4 poin e tertulis pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan dengan tujuan memberikan rasa aman, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara Teknologi Informasi.

Kepercayaan masyarakat adalah kunci dari bisnis *e-commerce*. Kasus yang terjadi pada Lazada harus dapat diantisipasi oleh *e-commerce* lain. Peningkatan

keandalan sistem informasi yang digunakan merupakan salah satu solusi. Keandalan sistem informasi akan meningkat bila terlaksanannya prosedur audit *e-commerce*. Auditor berperan memastikan bahwa fungsi pengendalian internal pada penerapan *e-commerce* berjalan dengan baik.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pasal 10 ayat (1) mengungkapkan bahwa setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan Transaksi Elektronik dapat disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan. Perusahaan *e-commerce* akan mendapat sertifikasi keandalan bila telah memenuhi standar perangkat keras, perangkat lunak, standar tenaga ahli, pengelolaan data serta keamanan data. Sertifikasi menjadi bukti bahwa perusahaan telah layak menjalankan perusahaan *e-commerce*.

Berkembangnya *e-commerce* yang berlandaskan kepercayaan masyarakat membuka peluang besar bagi Kantor Akuntan Publik (KAP). KAP dituntut untuk mengembangkan jasa audit *e-commerce*. Peluang tersebut muncul karena tingginya resiko masyarakat dalam bertransaksi pada perusahaan *e-commerce*. Adanya jasa audit *e-commerce* diharapkan dapat menambah rasa aman masyarakat dalam bertransaksi.

Peluang yang didapatkan dari berkembangnya *e-commerce* harus dapat dimanfaatkan dengan baik oleh KAP. Langkah awalnya yang dapat dilakukan yaitu mempersiapkan auditor untuk melakukan jasa audit *e-commerce*. Auditor harus memiliki cukup pemahaman tentang lingkungan kerja *e-commerce*. Pemahaman auditor akan berdampak pada laporan yang dihasilkan. Laporan yang

dibutuhkan masyarakat adalah laporan yang sesuai dengan keadaan lapangan dan dapat dipergunakan oleh masyarakat. Auditor juga harus bersiap dengan segala persyaratan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk menjadi lembaga independen tersertifikasi.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap jasa audit *e-commerce* adalah keahlian auditor, untuk dapat meningkatkan kepercayaan *e-commerce* menggunakan jasa auditor dalam hal pemeriksaan dan penilaian sistem informasi, auditor harus memiliki keahlian khusus. Auditor dituntut memiliki keahlian yang memadai agar pemeriksaan sistem informasi menghasilkan keandalan yang dibutuhkan oleh perusahaan *e-commerce*.

Hasil penelitian terkait pengaruh bisnis *e-commerce* terhadap audit *e-commerce* dilakukan oleh (Sophia, 2014), penelitian menunjukkan perkembangan bisnis *e-commerce* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kebutuhan audit *e-commerce*. Septianingrum (2017) dalam penelitiannya juga mengungkapkan perkembangan bisnis *e-commerce* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kebutuhan audit *e-commerce*. Akan tetapi seiring dengan globalisasi dan digitalisasi yang terjadi, aktivitas *e-commerce* berkembang lebih pesat dibanding tahun tahun sebelumnya.

Hasil penelitian terkait pengaruh keahlian auditor eksternal yang dilakukan oleh Septianingrum (2017) keahlian auditor tidak berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh penelitian Akbar & Suraida (2017), bahwa keahlian auditor tidak berpengaruh terhadap audit

e-commerce. Namun pada penelitian Nuragawanti (2019) menyatakan bahwa keahlian auditor berpengaruh terhadap audit *e-commerce*.

Selain variabel perkembangan bisnis dan keahlian auditor eksternal, peneliti menambahkan EDPAudit sebagai variabel *intervening*. Penambahan variabel *intervening* dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara penggunaan sistem informasi berbasis komputer terhadap audit *E-commerce*.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang ada, maka penelitian akan menguji **“PENGARUH BISNIS *E-COMMERCE* DAN KEAHLIAN AUDITOR EKSTERNAL TERHADAP PROSEDUR AUDIT *E-COMMERCE* DENGAN EDP AUDIT SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, berikut ini merupakan masalah yang mempengaruhi audit *E-commerce*:

1. Munculnya risiko bisnis baru seiring dengan perkembangan *E-commerce*;
2. Kekhawatiran masyarakat terhadap risiko transaksi pada *E-commerce*;
3. Auditor merasa kesulitan dalam mempelajari ilmu di bidang sistem informasi;
4. Kurangnya pemahaman dan keahlian auditor dalam teknologi dan sistem informasi;
5. Keberadaan lembaga independen yang menyediakan jasa audit atas perusahaan *E-commerce* masih sedikit;
6. KAP belum mempersiapkan auditornya untuk menerima penugasan audit *E-commerce*.

C. Rumusan Masalah

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

1. Apakah pengaruh bisnis *e-commerce* terhadap prosedur audit *e-commerce*?
2. Apakah pengaruh keahlian auditor eksternal terhadap prosedur audit *e-commerce*?
3. Apakah pengaruh penerapan EDP audit terhadap prosedur audit *e-commerce*?
4. Apakah pengaruh bisnis *e-commerce* terhadap penerapan EDP audit?
5. Apakah pengaruh keahlian auditor eksternal terhadap penerapan EDP audit?
6. Apakah *bisnise-commerce* melalui penerapan EDP audit terhadap audit *e-commerce*?
7. Apakah keahlian auditor eksternal melalui penerapan EDP audit terhadap audit *e-commerce*?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Melihat pengaruh *bisnise-commerce* terhadap prosedur audit *e-commerce*
2. Melihat pengaruh keahlian auditor eksternal terhadap prosedur audit *e-commerce*
3. Melihat pengaruh penerapan EDP audit terhadap prosedur audit *e-commerce*
4. Melihat pengaruh bisnis *e-commerce* terhadap penerapan EDP audit
5. Melihat pengaruh keahlian auditor eksternal terhadap penerapan EDP audit
6. Melihat pengaruh bisnis *e-commerce* melalui penerapan EDP audit terhadap audit *e-commerce*

7. Melihat pengaruh keahlian auditor eksternal melalui penerapan EDP audit terhadap audit *e-commerce*

E. Kegunaan Penelitian

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

1. Kegunaan Teoritis

a. Memberikan hasil adanya pengaruh bisnis *e-commerce*, 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 keahlian auditor ataukah faktor eksternal yaitu bisnis *e-commerce* yang sedang berkembang saat ini.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Auditor

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

b. Bagi Perusahaan *E-commerce*

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

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

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

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Deskripsi Konseptual

1. Teori Atribusi (*Attribution Theory*)

Fritz Heider (1958), sebagai pencetus teori atribusi, teori atribusi merupakan teori yang menjelaskan tentang perilaku seseorang. Teori ini mengatakan perilaku seseorang ditentukan oleh kombinasi antara faktor internal dan eksternal (Septianingrum, 2017). Faktor eksternal yaitu yang berasal dari luar diri seorang sedangkan faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri seseorang.

Robbins & Judge (2009, hal. 141) menyatakan bahwa teori atribusi ini menunjukkan bahwa dengan mengamati perilaku seseorang kita mencoba menentukan apakah ada sesuatu yang menyebabkannya, internal atau eksternal. Teori ini juga menjelaskan bahwa terdapat perilaku yang berhubungan dengan sikap dan karakteristik individu (Schuchter & Levi, 2016).

Teori atribusi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui perilaku auditor dalam menjalankan prosedur audit *e-commerce*. Teori atribusi dapat digunakan untuk mendukung penelitian ini karena variabel yang akan diuji mengenai faktor internal dan faktor eksternal. Faktor eksternal yang akan diuji adalah perkembangan *e-commerce* dan EDP Audit. Faktor internal yang akan diuji adalah keahlian auditor eksternal.