

Pengaruh Sikap Auditor Terhadap Jasa Audit Ecommerce (Studi Empiris pada Kantor Akuntan Publik di Surabaya)

The Effect of Auditor's Attitude for Ecommerce Audit (Empirical Study of Auditor in Kantor Akuntan Publik at Surabaya)

Ariefah Wahyu Wardani, Wasito, Siti Maria
Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember
Jl. Kalimantan 37, Jember 68121
Email :ariefahww@gmail.com

Abstrak

Pertumbuhan jumlah perusahaan online di Indonesia semakin banyak, maka timbul pula kebutuhan perusahaan-perusahaan tersebut atas jasa audit dari kantor-kantor publik. Jasa audit yang dibutuhkan pun tidak sama dengan jasa audit yang biasa diberikan oleh kantor-kantor akuntan publik. Jasa audit yang diberikan tersebut adalah jasa audit e-commerce. Di Indonesia, jasa audit e-commerce ini belum terlalu dikenal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis apakah pengaruh sikap auditor terhadap jasa audit e-commerce di Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dan menggunakan data primer dengan metode survey, yaitu dengan menyebarkan kuisioner secara langsung pada obyek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah auditor yang bekerja di Kantor Akuntan Publik di wilayah Surabaya. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Teknik pengolahan data yang dilakukan, menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan spss.

Hasil uji regresi menunjukkan variabel sikap auditor berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan jasa audit e-commerce dengan koefisien regresi sebesar 0,314.

Kata Kunci: *audit, e-commerce, KAP wilayah Surabaya*

Abstract

Growth in the number of online companies in Indonesia is increasing, so does the need arises such firms on audit of public offices. Audit services required is not the same as a regular audit services provided by public accounting firms. Audit services are provided audit services of e-commerce. In Indonesia, the e-commerce audit services is not very well known. The purpose of this study is to investigate and analyze whether the effect on the auditor's attitude of e-commerce audit services in Surabaya.

This research is quantitative, and using primary data with a survey method, ie by spreading the questionnaires directly to the research object. The population in this research is the auditors who work in public accounting firm in the area of Surabaya. The samples in this study using purposive sampling technique, ie sampling based on certain criteria set by the researcher. Data processing techniques were performed, using a simple linear regression with the help of SPSS.

Regression test results indicate auditors attitude variables positive and significant impact on the retrieval of e-commerce audit services with a regression coefficient of 0.314.

Keywords: *Audit of e-commerce, the perception of auditor*

Pendahuluan

Indonesia sebagai negara berkembang tidak biasa menghadapi tantangan yang berat dalam memasuki era globalisasi dan perdagangan bebas, satu-satunya hal yang harus dilaksanakan adalah selalu berusaha menjadi yang terdepan paling tidak, tidak ketinggalan. Dalam mencapai daya saing serta keunggulan-keunggulan tersebut, suatu perusahaan merambah atau memperluas kegiatan usahanya dengan menggunakan internet sebagai medianya menjadi

bisnis on-line. Langkah-langkah awal yang diambil perusahaan tersebut yaitu membuat situs web yang menampilkan profil perusahaan serta produk apa saja yang dihasilkan perusahaan tersebut, kemudian perusahaan tersebut dapat melaksanakan pemasaran produk-produknya melalui situs web tersebut dan kemudian konsumen juga dapat melakukan pembelian produk melalui situs web perusahaan tersebut. Kegiatan bisnis atau lebih sederhananya melakukan pertukaran, termasuk jual beli, produk dan jasa yang membutuhkan

transportasi/pemindahan, baik secara fisik maupun digital dari satu lokasi ke lokasi lain melalui media transmisi elektronik. inilah yang disebut sebagai "E-Commerce". Di sisi lain, seiring pertumbuhan jumlah perusahaan-perusahaan online di Indonesia ini, timbul pula kebutuhan perusahaan-perusahaan tersebut atas jasa audit dari kantor-kantor akuntan publik, jasa audit yang dibutuhkan pun tidak sama dengan jasa audit yang biasa diberikan oleh kantor-kantor akuntan publik kepada perusahaan-perusahaan yang tidak melakukan kegiatan bisnis e-commerce atau yang dapat disebut sebagai perusahaan-perusahaan yang off-line seperti perusahaan-perusahaan di Indonesia pada umumnya. 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. Di Indonesia jasa audit e-commerce saat ini belum menunjukkan hasil yang maksimal seiring perkembangan e-commerce yang cukup terasa karena ada banyak kendala baik perkembangan teknologi, kurangnya pemahaman dan pengetahuan, hingga terbatasnya sarana pendidikan

Metode Penelitian

Jenis dan Sumber Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Data yang diperlukan adalah data primer yang merupakan data yang diperoleh dari para responden, yaitu auditor-auditor di kantor akuntan publik, yang di dapat melalui kuisioner yang disebarakan oleh peneliti dan data sekunder didapat dari membaca rumusan-rumusan atau teori-teori yang berhubungan dengan penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah auditor yang bekerja di Kantor Akuntan Publik yang terdaftar dalam directory IAPI tahun 2014 di wilayah Surabaya yang terdiri dari 46 KAP. Sedangkan pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, dengan kriteria antara lain auditor yang telah bekerja lebih dari satu tahun dan pendidikan terakhir akuntansi, maka diperoleh sampel sebanyak 40 responden

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (sikap auditor) terhadap variable terikat (jasa audit ecommerce). Dampak dari analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel dependent dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independent atau dengan meningkatkan keadaan variabel dependent dapat dilakukan

dengan meningkatkan variabel independent. Dengan formulasi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : jasa audit e-commerce

a : konstanta (nilai Y pada saat nol)

b : koefisien regresi

X : sikap auditor

Hasil Penelitian

A. Analisis Regresi Linier Sederhana

Pengujian regresi linear sederhana berguna untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel independen (sikap Auditor) terhadap variabel dependen (Jasa Audit E-Commerce). Berdasarkan pengujian diperoleh hasil yang dapat disajikan dalam tabel berikut

Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	11.192	3.308		3.383	.002
	X	.314	.046	.740	6.772	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil tersebut dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 11,192 + 0,314 X$$

Interpretasi atas hasil analisis tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 11,192, menunjukkan besarnya Jasa Audit E-Commerce pada saat variabel Sikap Auditor sama dengan nol. Dalam hal ini Jasa Audit E-Commerce masih tercapai meskipun tanpa variabel Sikap Auditor yang disebabkan oleh faktor lain.
2. $b_1 = 0,314$, nilai koefisien yang positif menunjukkan semakin tinggi variabel Sikap Auditor maka akan semakin meningkat pula Jasa Audit E-Commerce.

Berdasarkan hasil analisis korelasi dapat dihitung besarnya pengaruh dari sikap auditor terhadap jasa audit e-commerce dengan menggunakan koefisien determinasi. Koefisien Determinasi (KD) merupakan koefisien yang dipergunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan menggunakan rumus :

$$\begin{aligned} KD &= rs^2 \times 100\% \\ &= 0,740^2 \times 100\% \\ &= 54,7\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil analisis tersebut diperoleh hasil koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,547, hal ini berarti 54,7% perubahan Jasa Audit E-Commerce dipengaruhi oleh variabel Sikap Auditor sedangkan sisanya sebesar 45,3% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Uji T

Sedangkan pada pengujian secara parsial (uji t), pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Caranya adalah dengan membandingkan nilai statistik t_{hitung} dengan nilai statistik t_{tabel} dengan tingkat signifikan (α) yang digunakan yaitu 5%. Masing-masing variabel bebas dikatakan mempunyai pengaruh yang signifikan (nyata) apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau apabila probabilitas $< 5\%$ (α). Nilai t_{tabel} pada $n = 40$, $k = 1$, dan $(n - k) = (40 - 1) = 39$ adalah 2,042.

Hasil perhitungan uji t dengan menggunakan program *SPSS for Windows* dapat dilihat pada Tabel 4.6. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui besarnya $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,772 > 2,042$ dan signifikansi $< \alpha$ yaitu $0,000 < 0,05$. Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 5%, maka H_0 ditolak, berarti secara parsial variabel Sikap Auditor (X) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Jasa Audit E-Commerce (Y). Sehingga hipotesis yang menyatakan sikap auditor berpengaruh terhadap jasa audit e-commerce terbukti kebenarannya atau H_1 diterima.

Pembahasan

Hasil uji regresi menunjukkan variabel Sikap Auditor berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan Jasa Audit E-Commerce dengan koefisien regresi sebesar 0,314. Hal ini berarti faktor Sikap Auditor yang diukur melalui indikator untuk melakukan audit e-commerce auditor tidak saja harus menguasai audit itu sendiri tapi juga harus memiliki kemampuan khusus/tambahan khususnya di bidang computer, internet, dan e-commerce, untuk melakukan audit e-commerce auditor harus menguasai logika pemrograman, auditor perlu melakukan pengujian dan pengevaluasian terhadap informasi transaksi online yang diterapkan perusahaan, auditor harus memahami sistem pembayaran uang, auditor harus memiliki pengetahuan pengolahan data elektronik, kinerja auditor dalam melaksanakan e-commerce akan lebih efisien jika terdapat internet, hadirnya jasa audit e-commerce wajar seiring perkembangan jaman, hadirnya jasa audit e-commerce merupakan prospek baru bagi auditor, jasa audit e-commerce bukan saja peluang bagi sarjana lulusan fakultas ekonomi jurusan akuntansi tetapi juga bagi sarjana fakultas teknik, perlunya pemahaman dan penugasan seorang auditor terhadap audit e-commerce, adanya tantangan yang sama dalam menghadapi penugasan audit e-commerce dengan audit laporan keuangan, auditor akan mempelajari dan atau memperdalam pemahaman tentang audit e-commerce, auditor akan mempelajari dan atau memperdalam pemahaman tentang bahasa pemrograman yang dapat membantu dalam audit e-commerce, auditor akan mempelajari dan atau memperdalam pemahaman tentang program-program computer yang berkaitan dengan internet dan e-commerce, dan auditor bersedia menerima penugasan audit e-commerce merupakan suatu faktor yang menentukan Jasa Audit E-Commerce.

Dalam melakukan laporan audit atas laporan keuangan pada perusahaan e-commerce, seorang auditor dituntut untuk juga memahami proses bisnis perusahaan

tersebut. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan dalam Standar Professional Akuntan Public seksi 355 paragraf berikut:

Paragraf 03

“Bila melaksanakan audit dalam lingkungan pengolahan data elektronik, auditor harus memiliki pemahaman memadai mengenai perangkat keras, perangkat lunak dan sistem pengolahan komputer untuk merencanakan penugasan dan ia harus memahami bagaimana dampak pengolahan computer untuk merencanakan penugasan dan ia harus memahami bagaimana dampak pengolahan data elektronik terhadap prosedur yang digunakan oleh auditor dalam memperoleh pemahaman dan melakukan prosedur audit, termasuk penggunaan teknik audit berbantu computer (Computer-assisted audit techniques).”

Paragraf 04

“Auditor harus pula memiliki pengetahuan pengolahan data elektronik memadai untuk menerapkan prosedur audit, tergantung atas pendekatan audit yang digunakan (audit around computer and through computer).”

Para auditor selain mengaudit laporan keuangan juga harus dapat memahami sistem e-commerce yang digunakan oleh perusahaan sehingga auditor pun harus menguasai audit e-commerce jika mendapat penugasan audit tersebut pada suatu perusahaan e-commerce. Hal ini merupakan tantangan bagi auditor dan profesi akuntan pada umumnya. Sikap adalah pernyataan evaluatif baik yang menguntungkan atau tak menguntungkan mengenai objek, orang atau peristiwa. Sikap seseorang terhadap sesuatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak pada objek. Dari sikap tersebut selanjutnya dapat dijadikan indikator sebagai gambaran awal seberapa jauh pemahaman para auditor dan bagaimana sikap mereka dalam memahami, menghadapi audit e-commerce itu sendiri.

Simpulan Dan Keterbatasan

Simpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah diungkapkan pada pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai jawaban atas pokok permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu sikap auditor berpengaruh terhadap jasa audit e-commerce. Adapun besarnya pengaruh sikap Auditor terhadap pengambilan keputusan membeli adalah sebesar 0,314. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Irfansyah Noor (2006) yang menyatakan bahwa auditor telah memiliki sikap yang positif terhadap jasa audit e-commerce sebesar 82,75%.

Keterbatasan

Peneliti menyadari adanya keterbatasan dalam penelitian ini, diantaranya adalah :

- Penelitian ini hanya menguji pengaruh persepsi auditor terhadap jasa audit e-commerce. Variabel-variabel lain yang mungkin juga berpengaruh

terhadap jasa audit e-commerce tidak diuji dalam penelitian ini.

- b. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya berjumlah 40 sampel. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan jumlah sampel agar diperoleh hasil penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Annisa Amalia. 2012. *Keahlian Auditor Dalam Penugasan Audit E-Commerce*. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia

Arens, A. Loebbecke, J.K. 2008. *Auditing Pendekatan Terpadu buku satu*. . Terjemahan Jusuf, Amir A. Salemba Empat, Jakarta

Arens, Alvin A., Elder, dan Beasley, 2008. *Auditing dan Jasa Assurance , Pendekatan Terintegrasi Jilid 1, Edisi 12*, Erlangga, Jakarta.

Dian Andriana. 2006. *Analisis dan Perancangan Prototipe Aplikasi E-Commerce*.

Ely Suhayati & Siti Kurnia Rahayu. 2010. *Auditing, Konsep Dasar dan Pemeriksaan Pedoman Akuntan Publik*. Salemba Empat, Jakarta

Fathul Wahid. 2000. *Kamus Istilah Teknologi Informasi*. Andi, Jogjakarta.

Irfansyah Noor. 2006. *Sikap auditor terhadap jasa audit e-commerce*. Skripsi. Universitas Widyatama

Isnaeni Achdiat.2008.CIA,CISA, *The Accountant Roles In E-Commerce*. Makalah

Jayanti Octavia. 2010. *Pengaruh Keahlian Auditor Eksternal Terhadap Audit E-Commerce*. Skripsi. Unikom

Mahendra Adhi. 2011. *Audit lingkungan TI: perspektif dan dampak pada proses auditing secara komprehensif*. Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia, Vol IX No 1. P 24-42

Mukhtar, Ali Masjono. 1999. *Audit Sistem Informasi*. Rineka Cipta, Jakarta

Mulyadi, Kanaka Puradiredja.2006.*Auditing, buku 1*.Salmeba. Jakarta

Sarlito, Wirawan. 1984. *Teori-Teori Psikologi Sosial*, Rajawali Press, Jakarta

Setyarini Santosa. 2002. *Electronic commerce: Tantangan kompetensi akuntan dalam menghadapi isu internal kontrol*. Jurnal Akuntansi & Keuangan Vol. 4, No. 1. P 36-53

Sugiyono.2008. *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung

Sugiyono. 2008. *Meode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung

Internet:

<http://www.aicpa.org>

<http://littlerabbit007.blogspot.com>

<http://techno.okezone.com/read/2012/08/16/56/678818/fenomena-e-commerce-indonesia>

