BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

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.

Salah satu sektor yang sangat penting dan sangat terasa dampak serta perubahannya dalam memasuki era globalisasi ini adalah sektor bisnis. dalam era baru dalam dunia bisnis yang semakin global tersebut, bisnis memanfaatkan media elektronik *Internet,* sudah pasti merupakan sektor yang utama dan melalui sektor ini diharapkan dapat memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi para pelaku bisnis baik kecil, menengah, maupun besar untuk dapat bersaing.

Dalam era globalisasi dan perdagangan bebas tersebut, persaingan sudah sangat ketat dan tidak mengenal batas sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut juga harus mempunyai pangsa pasar yang luas, hubungan yang baik dengan konsumen yang dalam era globalisasi ini dapat berada dimanapun.

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 konsumen dalam membeli produk suatu perusahaan, dengan cara melakukan pemesanan maupun pembelian melalui situs *web* perusahaan produsen produk tersebut, maka konsumen tersebut dikatakan telah melakukan pembelian secara *on-line*.

Kegiatan bisnis atau lebih sederhanannya 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*"

Menurut Jeffrey, *Elecronic Commerce* atau *E-commerce* adalah kegiatan komersial yang mengambil tempat bagian dari computer dihubungkan melalui suatu jaringan. *E-Commerce* dapat terjadi antara pengguna dan pemasok melalui jasa pelayanan *on-line*. *internet* atau *BBS*, atau antara pemasok dan pelanggan computer melalui *Electronic Data Interchange* (*EDI*) yang juga disebut *E-Commerce.*

Elektronik Commerce adalah melakukan bisnis secara elektronik. didasari dengan pemrosesan secara elektronik dan tramisi data, termasuk teks, suara dan video. hal tersebut mencakup berbagai jenis aktivitas termaksud jual-beli barang dan jasa secara elektronik, pengiriman data digital secara *on-line,* transfer dana secara elektronik, jual-beli saham, secara elektronik*, bill of lading*, lelang

komersial, kerja sama rancang dan bangun, pengadaan secara *on-line*, *procurement public*, *direct consumer marketing* dan layanan purna jual. *E-Commerce* juga melibatkan produk (contoh:produk konsumsi, alat-alat medis) dan jasa (contoh: layanan informasi, jasa financial dan hukum), aktivitas-aktivitas tradisional (contoh: kesehatan, pendidikan), dan aktivitas-aktivitas baru (contoh : *mal virtual, online shop*). menurut Thomas O'Daniel "*Electronik Commerce, Management Economics Marketing and Technology"*.

Seiring dengan waktu dan persaingan yang semakin ketat perusahaan-perusahaan *on-line* atau melakukan bisnis *E-Commerce* pun semakin banyak bermunculan, bisnis *E-Commerce* ini sudah bukan merupakan suatu trend bisnis musiman tetapi muncul karena kebutuhan pasar atau konsumen, persaingan yang semakin ketat dan kemajuan teknologi.

Begitu pula halnya di Indonesia, walaupun belum sepopuler di Negara-negara tetangga yang sudah sejak lama telah sangat memanfaatkan teknologi internet untuk bisnis *E-commerce*, namun perkembangan akan *E-commerce* ini cukup terasa, hal ini dapat dilihat dengan banyak bermunculan perusahaan-perusahaan *on-line* di Indonesia dan perusahaan-perusahaaan *off-line* yang menjadi perusahaan-perusahaan *on-line* beberapa tahun lalu. Berikut adalah beberapa contoh perusahaan *dotcom* Indonesia yang tidak kalah bagus kualitasnya dibandingkan situs-situs Internasional karena dalam beberapa hal situs Indonesia menampilkan keunikan tersendiri karena dilatarbelakangi kultur budaya Indonesia yang majemuk:

Nama Situs	**Model Transaksi**	**Investasi**
Balindo.com	B2C	US$ 200 ribu
Lelang2000.com	B2B,C2C	US$300 ribu
Bidnets.com	B2B	US$3-4 juta
Detik.com	-	Rp 100 juta
Birokerja.com	C2C	US$ 200 ribu
Karir.com	C2C	US$ 1 juta
Koridor.com	-	Rp 6 Miliyar
Dagang2000.com	B2B	Tt
Satunet.com	-	Rp 3-4
Kompas.com	-	Tt
Commerce.net.id	B2B,C2C	Tt
Indonesiasources.com	B2B	US$ 4-5 Miliar
Bolehmail.com	-	US$ 1 juta
Indoproperty.com	B2B	Rp 15 Miliar
Portalkilat.com	B2B,B2C	Rp 400 juta
Kakilima.com	B2C	Rp 1 Miliar
Akademianet.com	B2C	Rp 1 Miliar
Halobandung	B2B,B2C	Tt
Bataviafood.com	B2C	Rp 700 juta
Simulasisaham.com	B2C	Rp 1 Miliar
Pointahead.com	B2C	Rp 1 Miliar

Tt = Tidak terdapat data

Sumber : Majalah SWA,NO 20/XXV/6-20 Oktober 2005

Dalam perkembangan *E-Commerce* di Indonesia terdapat pula hambatan-hambatan atau faktor-faktor yang tidak mendukung pertumbuhan *E-Commerce* di Indonesia. Terdapat 6 Klasifikasi utama yaitu:

1. Insfrastuktur
2. Kesadaran
3. Keamanan
4. Internet Banking,
5. Budaya atau kebiasaan
6. Penyedia *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.

Di Luar negeri telah menjadi hal yang umum suatu kantor publik memberikan jasa audit *e-commerce*, untuk memberikan bukti bahwa suatu bisnis berbasis *web* memang dapat dipercaya, maka sejumlah organisasi pihak ketiga (Kantor Akuntan Publik) yang "dipercaya" menawarkan segel keamanan (*Seal of Assurance*) yang dapat ditampilkan perusahaan terkait dalam situs *Web* utamanya, untuk dapat secara sah menampilkan segel tersebut, perusahaan terkait harus menunjukan bahwa perusahaan tersebut mentaati berbagai praktik, kemampuan dan pengendalian bisnis tertentu. Contoh 6 organisasi pemberi segel, yaitu: *Better Business Bureau (BBB), TRUSTe,Veri-Sign, Inc., International Computer Security Association(ICSA), AICPA/CICA Webtrust, dan AICPA/CICA Sys Trust.*(**James A. Hall** dan **Tommie Singleton ,2007:353)**

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.

Dengan kata lain Jasa audit *E-Commerce* merupakan jasa audit yang dilakukan untuk memberikan pelayanan professional independen yang dapat meningkatkan kualitas informasi bagi para pembuat keputusan kepada pihak-pihak yang berkepentingan akan tingkat keamanan pada sistem transaksi *E-Commerce* bahwa sistem transaksi *E-Commerce* tersebut berjalan dengan baik.

Sebenarnya Audit *E-Commerce* tidak berbeda dengan audit keuangan yang diberikan Kantor Akuntan Publik pada umumnya, yang membedakan adalah tujuan auditnya, jika audit atas laporan keuangan historis bertujuan untuk mengetahui apakah laporan keuangan klien telah sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku secara umum, sedangkan audit *E-Commerce* bertujuan untuk mengetahui apakah suatu sistem *E-Commerce* klien berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan keamanan dalam *E-Commerce*.

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.

(sumber: http://littlerabbit007.blogspot.com)

Audit *E-Commerce* pada Kantor Akuntan Publik di Bandung belum begitu maksimal dikarena Kantor Akuntan Publik di Bandung mengaudit *E-Commerce*

hanya untuk menilai kelayakan pengendalian sistem informasi yang terkait dengan pelaporan keuangan saja yaitu hanya penilaian sistem transaksinya dan tidak mengaudit sistem *E-Commerce* secara menyeluruh atau tidak sampai pada menilai tingkat keamanan pada sistem *E-Commerce*, hal ini disebabkan kurangnya pemahaman, pengetahuan dan pengalaman atau keahlian dalam sistem dan teknologi informasi terutama dalam pengetahuan teknologi jaringan dan teknik keamanan.

(Sumber : 5 Kantor Akuntan Publik di Bandung)

Berdasarkan kedua fenomena tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor yang mendasari belum maksimalnya Audit *E-Commerce* dikarenakan kurangnya Keahlian Auditor Eksternal di Kantor Akuntan Publik yang menghambat perkembangan Audit *E-Commerce.* Padahal dengan munculnya perusahaan *on-line* atau *E-Commerce* menuntut Auditor Eksternal untuk bisa mengantisipasi, yaitu dengan meningkatkan keahliannya. keahlian sebagai keberadaan dari pengetahuan tentang suatu lingkungan tertentu, pemahaman terhadap masalah yang timbul dalam lingkungan tersebut, dan keterampilan untuk memecahkan masalah. Seorang auditor dalam melaksanakan audit bukan semata hanya untuk kepentingan klien melainkan juga untuk pihak lain yang berkepentingan terhadap sistem *E-Commerce* dan laporan keuangan auditan. Apabila auditor tidak mengantisipasi perubahan lingkungan dengan meningkatkan keahliannya maka kepercayaan klien terhadap auditor eksternal tersebut akan menurun.

Keahlian menurut Murtanto dan Gudono dalam Abdul Halim mengatakan bahwa keahlian meliputi unsur kemampuan (*Ability),* Pengetahuan (*knowledge),*

dan Pengalaman (*experience).* terkait dengan perkembangan teknologi informasi berarti seorang auditor lebih ditekankan pada peningkatan pengetahuan teknologi informasi. Apabila seorang auditor tidak melakukan peningkatan pengetahuan teknologi informasi berarti segmen audit untuk dia juga terbatas yaitu hanya untuk perusahaan yang tidak menggunakan teknologi informasi. Apabila dia melakukan audit terhadap perusahaan *E-Commerce* berarti dia tidak independen dari sudut keahlian (i*ndependence in competence).* Hal ini sesuai dengan Kode Etik Akuntan Indonesia pada pasal 16 yaitu "Seorang Akuntan Publik tidak dibenarkan mengerjakan penugasan atau menerima pekerjaan yang tidak dapat diharapkannya untuk diselesaikan atau tidak sesuai keahlian profesinya".

Apabila dilihat kondisi sekarang, dimana Perusahaan *E-Commerce* bermunculan dan Perusahaan yang mengadopsi sistem *E-Commerce* dalam sistem perdagangannya, maka suatu tuntutan profesi bahwa seorang auditor eksternal dituntut untuk meningkatkan pengetahuan tentang teknologi informasi dalam hal ini *E-Commerce* sehingga kecakapan professional dapat meningkat. Melihat kondisi tersebut Keahlian yang ada pada seorang auditor eksternal tidak lagi mencukupi untuk memberikan jasa dimasa datang. Oleh karena itu suatu tuntutan keadaan seorang auditor perlu keahlian dalam teknologi informasi baru yang memang dibutuhkan oleh klien. Maka keamanan transaksi tidak perlu menjadi suatu masalah yang perlu dikhawatirkan.

Terkait dengan topik penelitian ini, beberapa penelitian mengenai Teknologi Informasi atau *E-commerce* dalam perkembangan akuntansi dan Audit telah banyak dilakukan penelitian sebelumnya. Penelitian Zaky Irvan Rifai dengan

judul penelitian "*Analisis Keahlian Auditor pada Kantor Akuntan Publik terhadap Aplikasi Teknologi Informasi***"** yang menunjukan bahwa Keahlian Auditor berpengaruh signifikan terhadap Aplikasi Teknologi Informasi, yang membedakan penelitian penulis dengan Zaki Irvan Rifai adalah variabel X dan variabel Y. Zaki Irvan Rifai mengindikasikan bahwa ada Pengaruh Keahlian Auditor Terhadap Aplikasi Teknologi Informasi. Sedangkan penulis meniliti bahwa ada Pengaruh Keahlian auditor Eksternal Terhadap Audit *E-Commerce*.

Peneliti Irfansyah Noor, dengan judul"*Sikap Auditor terhadap jasa audit E-commerce*". Dimana hasil penelitiannya menunjukan bahwa auditor telah memiliki sikap yang positif terhadap jasa audit *e-commerce* sebesar 82,75%. Dan hasil pengujian hipotesisnya adalah "*Auditor memililki sikap yang positif terhadap jasa audit E-commerce"*terbukti dapat diterima, yang membedakan penelitian penulis dengan Irfansyah Noor adalah variabel X dan variabel Y. Irfansyah Noor mengindikasikan bahwa terdapat sikap positif terhadap jasa audit *e-commerce* . Sedangkan penulis meniliti bahwa ada Pengaruh Keahlian Auditor Eksternal Terhadap Audit *E-Commerce*.

Atas dasar latar belakang di atas, maka penulis mengangkat judul : "**PENGARUH KEAHLIAN AUDITOR EKSTERNAL TERHADAP AUDIT *E-COMMERCE*".**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dilihat dari uraian latar belakang penelitian, diidentifikasikan permasalahan pada Kantor Akuntan Publik di Bandung adalah sebagai berikut :

1. Audit *E-Commerce* belum begitu maksimal di Indonesia karena keterbatasan pemahaman, pengetahuan tentang teknologi dan terbatasnya sarana pendidikan.
2. Masih Minimnya Audit *E-Commerce* pada Kantor Akuntan Publik di Bandung dikarena Kantor Akuntan Publik di Bandung mengaudit *E-Commerce* hanya untuk menilai kelayakan pengendalian sistem informasi yang terkait dengan pelaporan keuangan saja yaitu hanya penilaian sistem transaksinya dan tidak mengaudit sistem *E-Commerce* secara menyeluruh atau tidak sampai pada menilai tingkat keamanan pada sistem *E-Commerce.*
3. kurangnya pemahaman, pengetahuan dan pengalaman atau keahlian dalam sistem dan teknologi informasi terutama dalam pengetahuan teknologi jaringan dan teknik keamanan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang dikemukakan di atas, maka penulis mencoba merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Keahlian Auditor Eksternal pada lima Kantor Akuntan Publik di Bandung
2. Bagaimana Audit *E-Commerce* pada lima Kantor Akuntan Publik di Bandung
3. Bagaimana pengaruh Keahlian Auditor Eksterrnal Terhadap Audit *E-Commerce* pada tujuh Kantor Akuntan Publik di Bandung

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Keahlian Auditor Eksternal terhadap Audit *E-Commerce* pada Kantor Akuntan Publik di Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Keahlian Auditor Eksternal pada lima Kantor Akuntan Publik di Bandung.

2. Audit *E-Commerce* pada lima Kantor Akuntan Publik di Bandung.
3. Pengaruh Keahlian Auditor Eksternal terhadap Audit *E-Commerce* pada lima Kantor Akuntan Publik di Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Kegunaan akademis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

   Hasil penelitian ini hendaknya dapat mengetahui pengaruh Keahlian Auditor Eksternal terhadap Audit *e-commerce*.

2. Bagi pengembangan Ilmu Akuntansi khususnya auditing

   Hasil penelitian ini hendaknya memberikan pengetahuan dan teori yang berkaitan tentang pengaruh Keahlian Auditor Eksternal terhadap Audit *E-Commerce*.

3. Bagi Peneliti lain

   Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji bidang yang sama sehingga menjadikan hasil penelitian ini sebagai pembanding.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Auditor Eksternal pada Kantor Akuntan Publik

   Hasil penelitian ini memberikan informasi tentang sejauh mana Keahlian Auditor *Eksternal* terhadap Audit *E-Commerce* pada lima Kantor Akuntan Publik di Bandung

2. Bagi Kantor Akuntan Publik

   Hasil penelitian ini memberikan informasi tentang pengaruh Keahlian Auditor Eksternal terhadap Audit *E-Commerce*. sehingga dapat digunakan sebagai masukan bagi auditor eksternal dalam meningkatkan pemahaman dalam Teknologi Informasi.

3. Bagi masyarakat umum

   Memberikan gambaran tentang pengaruh Keahlian Auditor Eksternal terhadap Audit *E-Commerce*, sehingga memberikan informasi dan pengetahuan bagi masyarakat.

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada lima Kantor Akuntan Publik di Bandung yang pernah mendapat penugasan pada perusahaan *E-Commerce.* Dalam penelitian ini dilakukan survei terhadap auditor eksternal Kantor Akuntan Publik yang dilihat berdasarkan tingkat jabatan, pendidikan dan pengalaman.

Tabel 1.1
Daftar Kantor Akuntan Publik

No	Nama Kantor Akuntan Publik	Alamat
1	KAP. ROEBIANDINI & REKAN	Jl. Raden Patah No. 7, Bandung - 40132
2	KAP. SANUSI, SUPARDI & SOEGIHARTO	Jl. Cikawao No. 40, Bandung – 40261
3	KAP. LA MIDJAN & REKAN	Jl. Ir. H. Juanda No. 207 Bandung 40135
4	KAP. PROF. DR. H. TB. HASANUDDIN & REKAN	Metro Trade Center Blok F No. 29, Jl. Soekarno-Hatta, Bandung-40286
5	KAP. ARIFIN, HALID & REKAN	Jl. Buah Batu No.87 Bandung – 40264

1.5.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu pelaksanaan penelitian, yakni dari mulai 1 Maret 2010 sampai dengan 31 Juli 2010.

Tabel 1.2

Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Maret 2010				April 2010				Mei 2010				Juni 2010				Juli 2010			
1	**Proses Usulan Penelitian :**																				
	Survey Kantor Akuntan Publik untuk pembagian kuesioner sebagai bahan Usulan Penelitian.	■	■	■	■																
	Melakukan Bimbingan pertama.	■																			
	Mencari sumber data dari internet dan beberapa perpustakaan serta toko buku.		■	■	■																
	Melakukan perbaikan Usulan Penelitian.		■	■	■																
	Melakukan bimbingan kedua.		■	■	■																
	Melakukan perbaikan Usulan Penelitian.			■	■																
	Melakukan bimbingan ketiga.			■	■																
	Melakukan perbaikan Usulan Penelitian.				■	■															
	Melakukan bimbingan keempat				■	■															
	Mendaftarkan diri untuk mengikuti seminar Usulan Penelitian					■															
	Mengikuti seminar Usulan Penelitian.						■														
	Merevisi Usulan Penelitian.							■	■	■											
2	**Proses Skripsi :**																				
	Bimbingan skripsi									■	■	■	■	■	■	■	■	■			
	Melakukan perbaikan skripsi.										■	■	■	■	■	■	■	■	■		
	Pendaftaran sidang skripsi.																			■	
	Melakukan sidang skripsi.																				■