

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dan perdagangan bebas Indonesia sebagai negara berkembang tidak biasa menghadapi tantangan yang berat, hal yang harus dilakukan adalah berusaha menjadi yang terdepan atau paling tidak, tidak tertinggal. Perusahaan-perusahaan Indonesia dituntut mampu bersaing secara profesional pada skala dunia agar dapat tetap bertahan dan bahkan berkembang.

Sektor bisnis menjadi sektor yang paling merasakan dampak dari globalisasi dan perdagangan bebas yang mengakibatkan persaingan menjadi sangat ketat dan tidak mengenal batas. Artinya, perusahaan-perusahaan kelas dunia dapat bersaing dengan perusahaan lainya diseluruh dunia, dalam hal tersebut pelaku bisnis harus mempunyai pangsa pasar yang luas dan melakukan inovasi untuk mengantisipasi bisnis yang telah mereka rintis tetap bertahan.

Pada sistem perdagangan tradisional produsen menjual barang-barangnya pada suatu tempat dan konsumen akan datang ke tempat tersebut ketika mereka ingin membeli barang-barang kebutuhannya. Hal ini sudah terjadi puluhan abad lalu semenjak awal mula perdagangan pada saat belum menggunakan teknologi dan berkembang pesat seperti saat ini. Setelah teknologi mulai berkembang, teknologi ini mulai memengaruhi sistem perkembangan perdagangan, bahkan teknologi informasi saat ini berperan sebagai sarana transaksi bisnis *online* melalui media berupa internet (Utami, 2012). Internet merupakan teknologi yang

memiliki cakupan sangat luas dan dengan biaya pemasaran yang relatif murah. Ternyata hal ini membawa dampak yang cukup signifikan dalam pengelolaan bisnis. Bahkan memaksa beberapa bisnis tradisional harus memikirkan ulang cara bisnis mereka untuk menerapkan teknologi informasi dalam aktivitas bisnisnya untuk menghadapi persaingan global (Santosa, 2002).

Langkah awal yang dilakukan oleh perusahaan tersebut adalah membuat situs web yang menampilkan profil perusahaan serta produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Pemasaran dapat secara langsung dilakukan perusahaan pada situs web tersebut dan pelanggan dapat juga langsung membeli produk yang ditawarkan tersebut dengan mudah tanpa harus bertatap muka dengan penjual maupun menghabiskan energi untuk mendapatkan produk tersebut, pelanggan hanya tinggal klik saja dan produk yang diinginkan akan sampai ke tempat tujuan.

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

J.Hall (2011) mendefinisikan bisnis *e-commerce* sebagai berikut :

Electronic commerce involves the electronic processing and transmission of data. This broad definition encompasses many diverse activities, including the electronic buying and selling of goods and services, online delivery of digital products, electronic funds transfer (EFT), electronic trading of stocks., dan direct consumer marketing.

Artinya, *E-commerce* melibatkan pemrosesan, dan transmisi data elektronik. Hal tersebut mencakup berbagai jenis aktivitas termasuk jual beli barang dan jasa

secara elektronik, pengiriman data digital secara *online*, transfer dana secara elektronik, jual beli saham, dan pemasaran dengan konsumen secara langsung.

Persaingan yang semakin ketat membuat 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 dan kemajuan teknologi. Perkembangan transaksi jual beli secara *online* ini tentu tidak bisa lepas dari peningkatan pengguna internet di Indonesia. Hasil survey APJII pada tahun 2018 presentasi pengguna internet yaitu 54,68% atau 143,26 juta jiwa dari 262 juta orang dari total populasi penduduk Indonesia.

Tingginya tingkat presentasi pengguna internet di Indonesia ini juga diikuti oleh pertumbuhan nilai transaksi *e-commerce*.

Gambar 1.1
Perkembangan Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia



Sumber: pbj.langsakota.go.id

Dari gambar 1.1 diatas, angka transaksi belanja online di Indonesia memperlihatkan grafik meningkat. Dari semula \$10 triliun pada tahun 2011, meroket menjadi \$100 triliun pada tahun 2018. Perkembangan akan *e-commerce* ini cukup terasa, hal ini dapat dilihat dengan banyaknya bermunculan perusahaan-perusahaan *on-line* di Indonesia. Dalam perkembangan *e-commerce* di Indonesia terdapat pula hambatan-hambatan atau faktor-faktor yang tidak mendukung pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia seperti pendidikan dan SDM, pendanaan, logistik, perpajakan, infrastruktur komunikasi, keamanan *ciber*, dan perlindungan konsumen (Pratama, 2016).

Perkembangan akuntansi yang menyangkut SIA berbasis komputer dalam menghasilkan laporan keuangan akan mempengaruhi praktik pengauditan. Sistem informasi akuntansi yang andal mensyaratkan bahwa *database* dan sistem pemrosesan data internal perusahaan beserta dengan sistem jaringannya dapat menghasilkan dan mendistribusikan informasi yang akurat, relevan, lengkap, tepat waktu dan aman. Sistem akuntansi seolah-olah kehilangan sebagian unsur pengendaliannya karena siapapun dapat berpura-pura untuk menjadi *customer* potensial yang dapat melakukan modifikasi data order yang mungkin dalam kenyataan sebenarnya bertujuan membobol sistem atau merugikan perusahaan.

Di sisi lain, seiring pertumbuhan jumlah perusahaan-perusahaan *on-line* di Indonesia dan teknologi juga telah mengubah cara perusahaan mempublikasikan laporan keuangan mereka, 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 yang diberikan tersebut adalah jasa audit *e-commerce*.

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*.

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai perbandingan dalam penelitian ini. Pertama, Yikarebogha (2017) meneliti tentang *Effects Of E-Commerce On Auditing Practices Of Selected Firms In Rivers State*. Hasil yang ditemukan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap praktik audit. Akibatnya, para peneliti merekomendasikan bahwa pengembangan keterampilan *e-commerce* harus menjadi komponen yang tak ternilai dari program pelatihan auditor.

Kedua, Sandybayev (2016) meneliti tentang *The Impact of E-Commerce and Auditing Process in Tourism and Hospitality Sector of Libya*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perdagangan elektronik memainkan peran penting yang berdampak pada pekerjaan auditor eksternal yang bekerja di bisnis akuntansi di seluruh Libya. Ketiga, Octavia (2013) meneliti tentang Pengaruh Keahlian

Auditor Eksternal Terhadap Audit *E-Commerce*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara keahlian auditor eksternal terhadap audit *E-Commerce*.

Keempat, Sophia (2014) meneliti tentang Pengaruh Perkembangan Bisnis *E-Commerce* Dan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi Terhadap Kebutuhan Jasa Audit *E-Commerce*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan bisnis *e-commerce* dan perkembangan sistem informasi akuntansi berbasis teknologi secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap kebutuhan jasa audit *e-commerce*.

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari penelitian sebelumnya yaitu Sophia (2014). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut :

1. Tempat penelitian. Tempat penelitian sebelumnya adalah Kantor Akuntan Publik di Jakarta, sedangkan pada penelitian ini adalah Kantor Akuntan Publik yang ada di Medan.
2. Responden penelitian. Responden penelitian sebelumnya adalah auditor-auditor eksternal pada Kantor Akuntan Publik di Jakarta yang pernah melakukan audit *e-commerce*, sedangkan pada penelitian ini adalah auditor eksternal yang bekerja di Medan yang pernah melakukan audit *e-commerce* maupun tidak.

Diluar negeri telah menjadi hal yang umum suatu kantor akuntan publik memberikan jasa audit *e-commerce*. Menurut pengamatan penullis, di Indonesia jasa audit *e-commerce* ini belum terlalu dikenal maupun dimanfaatkan seiring

dengan keadaan-keadaan yang telah penulis tuturkan diatas. Untuk mengetahui penyebab kurang dikenal dan dimanfaatkannya jasa audit maka perlu di ketahui terlebih dahulu sejauh mana perkembangan bisnis *e-commerce* dan sistem informasi Akuntansi yang digunakan terhadap jasa audit *e-commerce* ini.

Berdasarkan fenomena-fenomena tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Persepsi Auditor Mengenai Pengaruh Perkembangan Bisnis *E-commerce* dan Sistem Informasi Akuntansi berbasis Teknologi Terhadap Jasa Audit *E-Commerce*”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Bersumber dari latar belakang masalah diatas, maka masalah penelitian dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Banyaknya hambatan-hambatan atau faktor-faktor yang tidak mendukung pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia.
2. Jasa audit *e-commerce* belum terlalu dikenal maupun dimanfaatkan.
3. Siapapun dapat berpura-pura untuk menjadi *customer* potensial yang dapat melakukan modifikasi data order yang mungkin dalam kenyataan sebenarnya bertujuan membobol sistem atau merugikan perusahaan.

1.3. Batasan Masalah

Sesuai identifikasi masalah diatas, untuk menghindari terjadinya pelebaran masalah yang diteliti, maka penelitian dibatasi hanya pada perkembangan bisnis *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi berbasis teknologi yang mempengaruhi jasa audit *e-commerce* dalam persepsi audit di KAP Medan.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan. Maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah perkembangan bisnis *e-commerce* berpengaruh secara parsial terhadap jasa audit *e-commerce* dalam persepsi auditor?
2. Apakah sistem informasi akuntansi berbasis teknologi berpengaruh secara parsial terhadap jasa audit *e-commerce* dalam persepsi auditor?
3. Apakah perkembangan bisnis *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi berbasis teknologi secara simultan berpengaruh terhadap jasa audit *e-commerce* dalam persepsi auditor?

1.5. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah diidentifikasi, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Perkembangan Bisnis *E-commerce* dan Sistem Informasi Akuntansi berbasis Teknologi Terhadap Jasa Audit *E-Commerce* dalam Persepsi Auditor.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan manfaat antara lain:

1. Penulis, penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai audit *e-commerce* dan sebagai sarana untuk membandingkan dengan teori yang pernah didapat di bangku kuliah serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

2. Akademis, memberikan kontribusi pengetahuan dan perkembangan khususnya ilmu akuntansi mengenai *auditing* dan sistem informasi akuntansi dengan memberikan bukti empiris tentang pengaruh perkembangan bisnis *e-commerce* dan perkembangan sistem informasi akuntansi berbasis teknologi terhadap jasa audit *e-commerce*. Serta sebagai bahan referensi untuk penelitian-penelitian yang akan dilakukan di masa yang akan datang.
3. Auditor dan Kantor Akuntan Publik (KAP), sebagai tinjauan yang dapat dijadikan informasi untuk meningkatkan keahlian dan sumber daya manusia untuk dapat memenuhi kebutuhan jasa audit *e-commerce*.
4. Masyarakat, sebagai sarana informasi tentang kinerja auditor serta menambah pengetahuan akuntansi khususnya *auditing* dan sistem informasi akuntansi dengan memberikan bukti empiris tentang pengaruh perkembangan bisnis *e-commerce* dan perkembangan sistem informasi akuntansi berbasis teknologi terhadap jasa audit *e-commerce*.