

**PENGARUH BISNIS E-COMMERCE, SIKAP AUDITOR DAN
KEAHLIAN AUDITOR EKSTERNAL TERHADAP PROSEDUR AUDIT
E-COMMERCE**

**ULFA GINY SEPTIANINGRUM
8335132550**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
KONSENTRASI AUDIT
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2017**

The Influence of E-commerce, Auditor's Attitude, and Auditor's Expertise on E-commerce Auditing

ULFA GINY SEPTIANINGRUM
8335132550



Skripsi is written as Part of Bachelor Degree in Economics Accomplishment

STUDY PROGRAM OF S1 ACCOUNTING
THE CONCENTRATION OF AUDIT
DEPARTMENT OF ACCOUNTING
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2017

ABSTRAK

Ulfa Giny Septianingrum. Pengaruh Bisnis *E-commerce*, Sikap Auditor, dan Keahlian Auditor Eksternal Terhadap Prosedur Audit *E-commerce*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta 2017.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh bisnis *e-commerce*, sikap auditor, dan keahlian auditor eksternal terhadap prosedur audit *e-commerce*. Faktor-faktor yang diuji dalam penelitian ini adalah Bisnis *E-commerce*, Sikap Auditor, dan Keahlian Auditor sebagai variabel independen sedangkan Prosedur Audit *E-commerce* sebagai variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan sampel auditor yang bekerja di KAP wilayah Jakarta Selatan dan Jakarta Timur. Dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dimana terdapat 64 responden sebagai sampel. Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda untuk menguji hipotesis pada tingkat signifikansi 5%.

Dari hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa Sikap Auditor berpengaruh terhadap Prosedur Audit *E-commerce*, sedangkan Bisnis *E-commerce* dan Keahlian Auditor tidak berpengaruh terhadap Prosedur Audit *E-commerce*.

Kata Kunci: Bisnis *E-commerce*, Sikap Auditor, Keahlian Auditor, Prosedur Audit *E-commerce*.

ABSTRACT

Ulfa Giny Septianingrum. The Influence of E-commerce, Auditor's Attitude, and Auditor's Expertise on E-commerce Auditing. Faculty of Economics, State University of Jakarta 2017.

The purpose of this research is to analyze The Influence of E-commerce, Auditor's Attitude, and Auditor's Expertise on E-commerce Auditing. Many factors that tested in this research are E-commerce, Auditor's Attitude, and Auditor's Expertise as independent variables and E-commerce Auditing as dependent variable.

This research uses primary data with sample of auditor who work at Official Public Accountant Firms in South Jakarta and East Jakarta. While sampling method uses purposive sampling and obtained a sample of 64 respondents. This research uses multiple regression method to test the hypotheses at 5% significance.

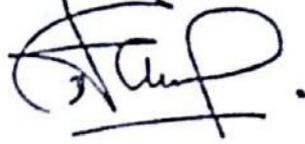
From the analysis performed, it can be concluded that Auditor's Attitude has effect to E-commerce Auditing, meanwhile E-commerce and Auditor's Expertise have no effect to E-commerce Auditing.

Keywords: E-commerce, Auditor;s Attitude, Auditor's Expertise, e-commerce Auditing.

LEMBAR PENGESAHAN

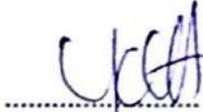
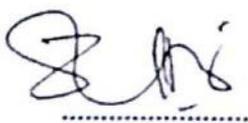
Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana, S.E, M.Bus

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>M. Yasser Arafat, S.E,Akt,MM</u> NIP.19710413 200112 1 001	Ketua Penguji		<u>21-08-17</u>
<u>Ratna Anggraini, M.Si,Ak,CA</u> NIP.19740417 200012 2 001	Sekretaris		<u>22-08-17</u>
<u>Dr. Rida Prihatni, SE, M.Si., Ak.,CA</u> Penguji Ahli NIP. 19760425 200112 2 002			<u>22-08-17</u>
<u>Petrolis Nusa Perdana, M. Acc</u> NIP. 19800320 201404 1 001	Pembimbing I		<u>22-08-17</u>
<u>Dr. Ety Gurendrawati, SE,Akt.,M.Si</u> Pembimbing II NIP. 19680314 199203 2 002			<u>22-08-17</u>

Tanggal Lulus: 16 Agustus 2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya mengajukan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta

Jakarta, Agustus 2017

Yang membuat pernyataan



Ulfa Giny Septianingrum

8335132550

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala karena atas berkah dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Bisnis secara E-commerce, Sikap Auditor, dan Keahlian Auditor Eksternal terhadap Prosedur Audit E-commerce". Salawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Rasulullah Shallallahu 'Alaihi wa Sallam, keluarga, para sahabat dan pengikut mereka yang setia sampai akhir zaman.

Penelitian ini berisi latar belakang mengapa penulis ingin melakukan penelitian ini, bagaimana penelitian ini dilakukan, dan hasil yang di dapatkan dari penelitian ini. Selama melaksanakan dan menyusun skripsi ini, penulis mendapat dukungan dari beberapa pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahuwata'ala, atas rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kelancaran selama penulis menyelesaikan skripsi ini;
2. Nabi Muhammad Sholallahu'alihiwassalam, atas syafaat dan kecintaan terhadap umatnya;
3. Kedua orang tua; Bapak Sugianto dan Ibu Lenny Setiana, dan keluarga besar yang telah memberikan doa, serta dukungan moril maupun materil;
4. Dr. Dedi Purwana SE, M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;

5. Dr. I Gusti Ketut Agung Ulupui, S.E,M.Si,Akt,CA, selaku Koordinator Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;
6. Bapak Petrolis Nusa Perdana, M.Acc selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dr. ETTY Gurendrawati, SE, Akt.,M.Si selaku Dosen Pembimbing II;
7. Seluruh Dosen UNJ yang telah berbesar hati memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Penulis menyadari terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan ilmu pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi yang membutuhkan.

Jakarta, Agustus 2017

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii	
ABSTRACT	iv	
LEMBAR PERSETUJUAN	v	
KATA PENGANTAR	vi	
DAFTAR ISI	viii	
DAFTAR GAMBAR	xi	
DAFTAR TABEL	xii	
DAFTAR LAMPIRAN	xiii	
BAB I PENDAHULUAN		
A. Latar Belakang Penelitian	1	
B. Identifikasi Masalah.....	11	
C. Pembatasan Masalah	12	
D. Perumusan Masalah	13	
E. Kegunaan Penelitian	13	
BAB II KAJIAN TEORITIK		15
A. Deskriptif Konseptual	15	
1. Teori Atribusi.....	15	
2. Audit E-commerce	16	
3. Standar Audit E-commerce	19	
4. Prosedur Audit E-commerce	22	
5. Bisnis E-commerce	24	
6. Sikap Auditor Eksternal	32	

7. Keahlian Auditor Eksternal.....	33
B. Hasil Penelitian Yang Relevan	35
C. Kerangka Teoritik	38
D. Pengembangan Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Tujuan Penelitian	45
B. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian	45
C. Metode Penelitian	46
D. Populasi dan Sampling.....	46
E. Teknik Pengumpulan Data dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	47
1. Teknik Pengumpulan Data.....	47
2. Operasionalisasi Variabel Penelitian	48
F. Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Deskripsi Data.....	60
1. Subjek Penelitian	60
2. Deskripsi Responden	65
3. Statistik Deskriptif	68
B. Pengujian Hipotesis	71
1. Pengujian Penelitian.....	71
a. Uji Validitas	71
b. Uji Reliabilitas	72
2. Asumsi Klasik.....	73
a. Uji Normalitas.....	73
b. Uji Multikolinieritas	77

c. Uji Heteroskedastisitas.....	77
3. Uji Regresi Linier Berganda	79
4. Uji Hipotesis	82
a. Uji Pengaruh Parsial (Uji-t)	82
b. Uji Pengaruh Simultan.....	83
c. Uji Koefisien Determinasi	85
C. Pembahasan	87
BAB V KESIMPULAN IMPLIKASI DAN SARAN	93
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Grafik Histogram	74
Gambar IV.2 Grafik P-Plot Uji Normalitas	75
Gambar IV.3 Grafik P-Plot Uji Heteroskedastisitas	78

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Tabel Literatur.....	31
Tabel III.1 Tabel Operasionalisasi Variabel	52
Tabel IV.1 Data Distribusi Sampel Penelitian.....	61
Tabel IV.2 Jumlah dan Sebaran Responden Penelitian	62
Tabel IV.3 Data Sampel Penelitian.....	64
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel IV.5 Karakteristik responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel IV.6 karakteristik Responden Berdasarkan Posisi terakhir	66
Tabel IV.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	67
Tabel IV.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Kerja	68
Tabel IV.9 Hasil Uji Statistik Deskriptif	69
Tabel IV.10 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel IV.11 Hasil <i>One-Sample</i> Kolmogorv Smirnov.....	76
Tabel IV.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	77
Tabel IV.13 Hasil Uji Glejser	79
Tabel IV.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	80
Tabel IV.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda (Uji-t)	82
Tabel IV.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda (Uji F)	84
Tabel IV.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan Penulisan Skripsi	103
Lampiran 2 Surat Penelitian.....	104
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas	110
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas	117
Lampiran 4 Daftar Jawaban Responden	118

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*.

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Deskriptif Konseptual

1. Teori Atribusi (*Attribution Theory*)

Teori atribusi merupakan teori yang menjelaskan bagaimana menentukan penyebab atau motif perilaku seseorang. Teori atribusi dikembangkan oleh Fritz Heider (1958), yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh kombinasi antara faktor internal dan eksternal. Faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, seperti kemampuan, usaha, sifat, karakter, sikap dan lain sebagainya. Sedangkan faktor eksternal yaitu faktor yang berasal dari luar diri seseorang, seperti kesempatan, lingkungan, tekanan, keadaan tertentu dan lain sebagainya.

Teori atribusi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui perilaku auditor dalam menjalankan prosedur audit *e-commerce*. Dalam teori atribusi dijelaskan bahwa perilaku individu ditentukan oleh kombinasi antara faktor internal dan eksternal. Teori atribusi dapat digunakan untuk mendukung penelitian ini karena variabel yang akan diuji adalah mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi auditor dalam melaksanakan prosedur audit *e-commerce* yaitu, sikap auditor dan keahlian auditor menjadi faktor internal seorang auditor dalam melaksanakan prosedur audit *e-commerce*, dan bisnis *e-commerce* menjadi faktor

eksternal yang berkaitan dengan keadaan yang terjadi saat ini yaitu berkembangnya bisnis *e-commerce*.

2. Teori Audit *E-commerce*

Menurut Messier, Glover, Prawitt (2005:492), AICPA melalui Komite Eksekutif Jasa *Assurance*, menyebutkan dan mengembangkan enam kategori umum dari jasa *assurance*. Kategori tersebut adalah:

- a. ***Penentuan risiko***, melakukan evaluasi atas keberadaan sistem yang memadai agar dapat mengelola risiko tersebut dengan efektif.
- b. ***Pengukuran kinerja bisnis***, menilai sejauh mana tujuan entitas telah tercapai dan membandingkan dengan pesaing.
- c. ***Keandalan sistem informasi***, menilai apakah sistem informasi yang andal bagi keputusan operasi dan keuangan.
- d. ***Perdagangan elektronik (electronic commerce)***, menilai apakah sistem dan alat yang digunakan dalam *e-commerce* memberi keamanan, privasi, keandalan dan integritas data yang memadai.
- e. ***Pengukuran kinerja perawatan perusahaan***, menilai efektivitas jasa perawatan kesehatan yang telah diberikan.
- f. ***PrimePlus***, bertujuan khusus terkait dengan orang lanjut usia apakah haknya telah dipenuhi oleh penyedia jasa perawatan.

Melalui penjelasan diatas, dapat dikatakan bahwa audit *e-commerce* merupakan salah satu jasa *assurance* yang dapat diberikan oleh auditor

untuk perusahaan *e-commerce* terkait dengan keandalan sistem, keamanan informasi dan integritas data.

Achdiat dalam Haya (2014), menyatakan bahwa audit *e-commerce* merupakan audit yang dilakukan untuk memberikan *assurance* kepada pihak-pihak yang berkepentingan akan tingkat keamanan seluruh data yang dikirim via internet, dimana data tersebut hanya bisa diakses oleh orang-orang yang bertransaksi secara *online* pada perusahaan *e-commerce* dan memastikan bahwa sistem transaksi *e-commerce* tersebut berjalan dengan baik.

Menurut Suhendro (2007), perusahaan *e-commerce* juga membutuhkan audit untuk meningkatkan keandalan sistem informasi yang digunakan serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaannya. Peran auditor dalam perusahaan *e-commerce* adalah memastikan bahwa fungsi pengendalian internal pada penerapan *e-commerce* berjalan dengan baik.

Menurut Gondodiyoto (2009:46), Audit *e-commerce* merupakan audit dengan bidang yang spesifik, karena berbeda dengan audit teknologi informasi lain yang bersifat *back-office system* yang berarti bahwa dalam sistem komputerisasi, komputer atau teknologi informasi pengolahan data hanya menjadi pendukung karena tidak terkait langsung dengan kegiatan transaksi perusahaan. Sedangkan *e-commerce* bersifat *front-office system* yaitu sistem berbasis teknologi informasi yang berkaitan langsung dengan

proses transaksi perusahaan atau layanan kepada pihak lain seperti pelanggan atau masyarakat.

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. Perbedaan penting antara teknik audit konvensional dengan teknik menggunakan *software* analisis data adalah kemampuan untuk mengakses dan menganalisis keseluruhan data (Suhendro, 2007).

Seiring dengan berkembang pesatnya bisnis *e-commerce* ini, kebutuhan akan audit *e-commerce* pun tak dapat terelakkan. Akan tetapi, berkembang pesatnya bisnis *e-commerce* di Indonesia, belum dimanfaatkan secara maksimal oleh para auditor untuk mempersiapkan diri dalam hal mengembangkan keahlian dan kompetensi untuk dapat melakukan audit pada perusahaan *e-commerce*. *E-commerce* memberikan tantangan baru bagi para eksternal auditor konvensional dan seluruh profesi audit untuk memahami efek dari perkembangan teknologi terhadap proses audit (Abu-Musa, 2004).

Menurut Abu Musa (2014) Eksternal auditor perlu menilai validitas, kelengkapan, dan integritas dari pencatatan akuntansi serta kemampuan perusahaan *e-commerce* untuk memenuhi keberlangsungan hidup perusahaan tersebut. Eksternal auditor juga harus menguasai kemampuan teknis yang diperlukan untuk melakukan audit terhadap elektronik bisnis

(*E-commerce*) dan menjaga independensi serta menjunjung tinggi etika profesi auditor. Auditor juga harus mengeksplor kemungkinan dan kesempatan dalam menggunakan *software* teknologi informasi dan analisis data.

3. Standar Audit *E-commerce*

Perusahaan *e-commerce* memerlukan perlindungan serta keamanan atas informasi pribadi pelanggan yang dimasukkan dalam *website* tersebut. Sebagai solusi dari permasalahan ini, maka dikembangkan suatu program yang disebut *webtrust*. *Webtrust* merupakan program yang memberikan jaminan terhadap sistem informasi yang digunakan bisnis berbasis elektronik (*e-commerce*) agar membangun kepercayaan dan juga keandalan *website* tersebut. AICPA dan CICA sejak 1997 telah mengembangkan program ini, yang dikhususkan untuk menjamin keandalan suatu *website*. Pada saat ini, program *webtrust* sangat diperlukan, terutama untuk bisnis berbasis *web* dalam melaksanakan transaksinya (Gondodiyoto, 2009:46).

Webtrust dibuat dan dikembangkan untuk mengatasi kelemahan yang ada pada sistem *e-commerce* dengan standar yang telah ditetapkan. Standar ini harus diperhatikan oleh auditor dalam melakukan prosedur audit *e-commerce* agar sistem yang diaudit benar-benar telah berjalan dengan baik dan sesuai dengan standar yang berlaku.

Menurut Gondodiyoto (2009:46), terdapat tujuh pokok *assurance standard*, yaitu:

a. *Online Privacy*

Situs web harus mengungkapkan prinsip kerahasiaan dalam setiap transaksi. Perusahaan harus melakukan kontrol secara efektif terhadap kerahasiaan informasi pelanggan, dan bertanggungjawab terhadap pengungkapan bagaimana informasi diperoleh serta digunakan dalam proses bisnisnya.

b. *Business Practices and Transaction Integrity*

Perusahaan harus dapat memproses transaksi secara lengkap, akurat dan sesuai dengan informasi yang disajikan. Perusahaan harus bertanggungjawab atas kualitas barang atau jasa yang akan diberikan kepada konsumen sesuai dengan yang ditampilkan pada laman web, waktu pengiriman barang, proses pembayaran, purna jual, serta peraturan pembatalan barang (retur).

c. *Security*

Situs harus melakukan pengamanan yang ketat (dengan enkripsi data), menjaga data dari serangan virus, membuat prosedur penanganan data dan perbaikan jika telah terjadi kerusakan pada sistem, serta menghindari penyalahgunaan atau pemakaian informasi oleh pihak yang tidak berwenang.

d. *Non-Repudiation*

Situs harus mengungkapkan apakah pemeliharaan dan pengawasan bukti-bukti transaksi telah dilakukan dengan baik. Bukti-bukti mungkin saja diperlukan dikemudian hari untuk membuktikan bahwa telah terjadi transaksi secara elektronik.

e. *Confidentially*

Situs harus mengungkapkan kerahasiaan dalam transaksi, melakukan pengawasan secara terus menerus, menghindari akses data oleh pihak yang tidak berwenang, serta dapat menunjukkan prosedur yang dibuat sudah memadai.

f. *Availability*

Situs harus menjamin sistem dan data sesuai dengan yang diungkapkan, terdapat ketentuan mengenai *Term and Condition* yang sesuai secara legal, tersedia prosedur yang dapat digunakan ketika terjadi bencana, serta tersedia *hardware* dan *software* yang teruji keandalannya.

g. *Costumized Disclosure*

Situs harus mengungkapkan hal-hal khusus yang terdapat dalam sistem transaksi elektronik tersebut.

4. Prosedur Audit *E-commerce*

Menurut Gondodiyoto dan Hendarti (2006:419), terdapat berbagai tujuan audit sistem informasi dalam hal ini terkait dengan *e-commerce* yang dilakukan oleh auditor, tujuan tersebut adalah:

- a. Mengidentifikasi sistem yang ada pada setiap divisi atau departemen, maupun sistem keseluruhan perusahaan.
- b. Untuk memahami seberapa besar sistem informasi mendukung kegiatan operasional perusahaan.
- c. Mengetahui pada bidang atau area, fungsi, kegiatan atau proses bisnis mana yang didukung oleh sistem serta teknologi yang ada.
- d. Menganalisis tingkat pentingnya data dan informasi yang dihasilkan oleh sistem dalam mendukung kebutuhan perusahaan.
- e. Mengetahui keterkaitan antar data, sistem pengolahan dan transfer informasi.

Untuk mencapai tujuan audit tersebut, auditor dapat melakukan prosedur audit *e-commerce* atas sistem informasi yang digunakan oleh perusahaan. Prosedur yang dapat dilakukan oleh auditor untuk melakukan audit pada *e-commerce* adalah sebagai berikut, (Gondodiyoto, (2006:425):

1. Perencanaan Audit

Prosedur pertama yang dilakukan adalah membuat perencanaan untuk menetapkan ruang lingkup dan tujuan pemeriksaan.

2. Pemahaman Sistem dan Pengendalian Internalnya

Prosedur yang kedua adalah auditor harus memahami sistem yang digunakan oleh perusahaan *e-commerce* dan pengendalian internal yang berkaitan dengan sistem informasi perusahaan *e-commerce* itu sendiri.

3. Pengumpulan Bukti Audit

Prosedur pengumpulan bukti audit yang dikumpulkan ini dilakukan dengan cara melakukan sejumlah pengujian, observasi, pemeriksaan fisik, konfirmasi, mengajukan pertanyaan, dan prosedur analisis.

4. Evaluasi Bukti Pemeriksaan

Setelah bukti audit telah dikumpulkan dan dirasa cukup, maka auditor harus mengevaluasi seluruh isi dari bukti audit sesuai dengan tujuan audit sebelumnya.

5. Komunikasi hasil pemeriksaan

Setelah auditor melaksanakan prosedur-prosedur diatas, dan telah mendapatkan kesimpulan akhir. Maka auditor harus membuat laporan yang akan disampaikan atau dikomunikasikan kepada manajemen dan pihak-pihak terkait lainnya mengenai hasil pemeriksaan dari sistem informasi yang telah dilakukan.

Menurut Achdiat dalam Haya (2014) prosedur audit *e-commerce* merupakan proses audit yang dilakukan untuk memberikan *assurance* kepada pihak-pihak yang berkepentingan akan tingkat keamanan seluruh

data yang dikirim via internet, dimana data tersebut hanya bisa diakses oleh orang-orang yang bertransaksi secara *online* pada perusahaan *e-commerce* dan memastikan bahwa sistem transaksi *e-commerce* tersebut berjalan dengan baik.

Menurut Achdiat dalam Islahuzzaman (2006), prosedur audit yang dilakukan untuk *e-commerce* ini adalah dengan memberi jaminan mengenai tingkat keamanan, pengujian atas tindak lanjut terhadap gangguan dan pembobolan, peninjauan akan sistem yang digunakan, melakukan analisis otorisasi yang berwenang, dan analisis risiko dalam sistem transaksi *online*.

Weber (1999:47) memberikan penjelasan mengenai prosedur audit yang dilakukan, yaitu perencanaan audit, pengujian pengendalian, pengujian substantif, dan penyelesaian audit.

Prosedur terakhir yang dilakukan adalah dengan membuat kesimpulan serta rekomendasi untuk dikomunikasikan kepada manajemen terkait dengan sistem informasi perusahaan *e-commerce* tersebut. Pada audit *e-commerce* ini, situs *e-commerce* akan mendapatkan sertifikat keandalan atas sistem yang mereka gunakan.

5. Bisnis E-Commerce

Perkembangan bisnis *e-commerce* saat ini, tak lepas dari peran teknologi informasi yang lebih dahulu berkembang. Perkembangan teknologi informasi mengubah kultur bisnis saat ini, perubahan yang

terjadi dinilai dapat mempermudah berbagai pihak dalam melakukan transaksi jual beli. Dalam era *Information Age* seperti saat ini, media elektronik menjadi andalan bagi para penggunanya dalam melakukan komunikasi dan bisnis. Media elektronik yang paling sering digunakan pada saat ini adalah internet. *E-commerce* merupakan salah satu contoh bisnis yang memanfaatkan internet sebagai media transaksinya.

E-commerce dapat didefinisikan sebagai kemampuan dalam melakukan transaksi dalam hal ini adalah jual beli, antara dua pihak atau lebih yang terhubung dalam suatu jaringan komputer. Jaringan ini dapat dibangun dengan saluran telepon, saluran tv kabel, *land-radio* atau satelit radio (Kalakota, 1996).

Attaway (2000) mendefinisikan *e-commerce* sebagai 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.

E-commerce menurut Abu-Musa (2004) adalah seperangkat teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang bergerak dinamis dan saling terhubung antara perusahaan, pelanggan dan komunitas melalui media elektronik untuk melakukan transaksi jual beli barang, jasa, serta informasi. Perkembangan teknologi *e-commerce* mengubah dengan cepat cara

perusahaan dalam menjual, membeli, dan hubungan dengan konsumen serta mitra bisnisnya.

Information Systems Audit and Control Association (ISACA, 2007), mendefinisikan *e-commerce* sebagai proses yang dilakukan oleh organisasi bisnis secara elektronik dengan konsumen, pemasok, dan mitra bisnis eksternal lainnya, dengan internet sebagai teknologi yang memungkinkan untuk digunakan. Oleh karena itu, *business to business (B2B)* dan *business to consumer (B2C)* termasuk dalam model *e-commerce*.

Menurut Gary P. Schneider (2007), *e-commerce* memiliki empat kategori yang berbeda, masing-masing kategori menggambarkan cara organisasi bisnis dalam menggunakan *e-commerce*:

1. *Business to Business*

Business to Business (B2B) merupakan hubungan antar perusahaan melalui pertukaran informasi, produk atau barang, dan jasa suatu perusahaan kepada perusahaan lain dengan menggunakan internet seperti e-mail atau teknologi perdagangan elektronik lainnya. B2B merupakan Electronic Data Interchange (EDI) untuk melakukan transaksi melalui internet dan web sebagai mediana.

2. *Business to Consumer*

Business to Consumer (B2C) merupakan hubungan perusahaan dengan konsumennya melalui pertukaran produk atau barang, jasa, serta informasi dengan menggunakan internet dan teknologi perdagangan elektronik sebagai mediana.

3. *Consumer to Business*

Consumer to Business(C2B) merupakan hubungan bisnis antara perseorangan dan organisasi bisnis. C2B membutuhkan biaya yang relatif tinggi karena menggunakan alat berupa web interaktif untuk memperoleh kepercayaan. Akan tetapi, nilai yang didapat dari transaksi model ini terbilang cukup rendah.

4. *Business to Government*

Business to Government (B2G) merupakan hubungan antara perusahaan dengan pemerintah. Hubungan bisnis ini membutuhkan biaya yang relatif murah karena hanya dengan menggunakan e-mail sebagai media transaksinya. Namun, dapat menghasilkan nilai transaksi yang tinggi.

Risiko bisnis yang ditimbulkan oleh *e-commerce* juga harus diketahui oleh auditor. Berbagai risiko yang berhubungan dengan jaringan dan internet sering dihubungkan dengan *hacker*. Akan tetapi risiko bisnis *e-commerce* tidak hanya berhubungan dengan *hacker*. Risiko bisnis tersebut meluas hingga berbagai ancaman eksternal. Berikut ini risiko-risiko dari bisnis *e-commerce* menurut Hall (2007:313):

A. Risiko Internal

Terdapat sejumlah risiko internal yang berhubungan dengan jaringan, terutama internet. Akan tetapi kebanyakan risiko yang dapat merusak sistem tidak berasal dari pihak luar, melainkan

berasal dari internal. Berikut ini merupakan risiko-risiko internal dalam bisnis *e-commerce*:

1. Kegagalan Sistem

Kegagalan dalam sistem merupakan hal yang paling umum yang dapat menyebabkan kerusakan serta masalah. Kegagalan sistem juga mewakili risiko yang dapat berbahaya bagi perusahaan;

2. Akuntabilitas yang tidak efektif

Penyebab utama pengendalian internal yang kurang efektif adalah kurangnya tanggung jawab untuk memastikan bahwa prosedur pengendalian tersebut sudah berjalan dengan baik. Pihak yang bertanggung jawab mungkin saja menganggap bahwa pengendalian sudah berjalan dengan baik, akan tetapi pada kenyataannya pengendalian tersebut tidak efektif;

3. Aktivitas kejahatan

Salah satu risiko serius dari internal mungkin berasal dari karyawan itu sendiri, terutama karyawan yang merasa diperlakukan dengan tidak adil oleh perusahaan dan mempunyai rencana untuk melakukan kerusakan atas sistem yang sedang berjalan;

4. Kecurangan

Kecurangan pada risiko internal ini berkaitan dengan kecurangan keuangan. Kecurangan ini dilakukan oleh karyawan pada perusahaan tersebut untuk kepentingan pribadi.

B. Risiko Eksternal

Berbagai risiko eksternal dihubungkan dengan pelanggar atau *hacker* yang mencoba masuk dan merusak sistem informasi perusahaan.

Berikut ini merupakan risiko-risiko eksternal yang dapat diidentifikasi:

1. Pelanggar

Pelanggar merupakan pihak yang mencoba masuk kedalam sistem informasi perusahaan dan berniat untuk merusak sistem demi keuntungan pribadi.

2. Virus

Risiko yang paling besar dari eksternal berasal dari virus. Perusahaan harus bersiap dalam menghadapi serangan virus yang menyerang sistem perusahaan.

3. Kejahatan dunia maya

Risiko ini sangat tinggi untuk beberapa jenis perusahaan, terlebih untuk bisnis yang terkoneksi ke internet. Beberapa alat dan teknik dapat digunakan secara efektif untuk menangani risiko ini.

Selain jenis-jenis *e-commerce* dan risiko bisnis *e-commerce*, auditor juga perlu mengetahui dan memahami komponen dari *e-commerce* itu sendiri. Menurut Singleton (2007:312), komponen *e-commerce* terdiri dari:

1. Sistem Pembayaran Elektronik

Pembayaran elektronik ini dinilai sangat memudahkan transaksi jual beli *online*. Perusahaan perlu mengautentikasi serta melindungi privasi transaksi terkait. Kartu debit/kredit menawarkan fasilitas pembayaran online dan SSL (*secure socket layer*) melindungi kartu kredit dan berbagai data ketika transaksi tersebut sedang dilakukan.

2. Protokol

Ada beberapa jenis protokol dalam sistem *e-commerce*, jenis protokol tersebut adalah sebagai berikut:

- a. TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*)

Menyediakan protokol yang paling dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi secara online, yaitu digunakan untuk tukar menukar data dari satu komputer ke komputer lain.

- b. SSL (*Secure Socket Layer*)

SSL menggunakan kunci, sertifikat atau tanda tangan digital dan enkripsi yang melindungi informasi serta mengautentikasi pelanggan dan penjualnya.

- c. SET (*Secure Electronic Transaction*)

SET didukung oleh VISA, *Master Card*, dan *American Express*. SET dapat mengonfirmasi ketersediaan dana ketika kedua belah pihak bertransaksi secara *online*, dan melindungi pihak ketiga (bank) berdasarkan informasi yang dibutuhkan saja. Penjual tidak akan mengetahui informasi kartu kredit pelanggannya, dan bank tidak akan mengetahui apa yang dibeli oleh pelanggan. Hanya pelanggan yang mengetahui semua informasi mengenai transaksi tersebut.

Indikator bisnis *e-commerce* dalam penelitian ini menggunakan dasar pemikiran Haya (2014), yang menunjukkan bahwa bisnis *e-commerce* terdiri atas:

- 1) Ketersediaan infrastruktur yang berkaitan dengan bisnis *e-commerce*, seperti halnya teknologi dan internet.
- 2) Kesadaran pengguna akan informasi yang ditawarkan oleh perusahaan *e-commerce*, apakah barang-barang yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang dijelaskan.
- 3) Fitur keamanan yang berkaitan dengan transaksi jual beli dalam situs *e-commerce*.
- 4) *Internet banking* yang dapat membantu kemudahan bertransaksi.
- 5) Privasi dan kerahasiaan akan informasi pribadi yang dikirimkan oleh pelanggan kepada situs *e-commerce*.

6. Sikap Auditor Eksternal

Audit menawarkan berbagai jenis jasa kepada klien, jasa yang ditawarkan disesuaikan dengan kebutuhan klien yang menginginkan kepastian akan sesuatu di dalam perusahaannya. Pertumbuhan perusahaan *e-commerce* saat ini, menjadi tantangan tersendiri bagi para auditor dalam mengembangkan pengetahuan di bidang terkait dengan teknologi informasi. Bagaimana sikap auditor dalam menanggapi lahan pekerjaan baru, yang muncul akibat perkembangan *e-commerce* di dunia saat ini.

Wahyu (2014) mengatakan bahwa sikap seseorang terhadap suatu 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 auditor dan bagaimana sikap mereka dalam memahami dan menghadapi audit *e-commerce* itu sendiri.

Menurut Islahuzzaman (2006), Sikap auditor merupakan pandangan, pemahaman, dan kecenderungan terhadap audit *e-commerce*, serta perasaan mendukung atau memihak maupun tidak mendukung dan tidak memihak terhadap audit *e-commerce*.

Menurut penjelasan diatas, sikap auditor merupakan suatu respon yang diberikan oleh auditor terhadap audit *e-commerce* dan respon tersebut dapat berupa respon positif dan respon negatif. Respon positif yang diberikan auditor ditunjukkan dengan bersedianya auditor untuk mempelajari, dan memperdalam audit *e-commerce* sebelum auditor menerima penugasan audit

e-commerce. Sedangkan respon negatif yang diberikan auditor ditunjukkan dengan penolakan auditor untuk mempelajari dan memperdalam audit *e-commerce* karena dianggap terlalu sulit.

Menurut Noor (2006), kehadiran *e-commerce* saat ini membutuhkan jasa audit dari kantor-kantor akuntan publik, untuk itu diperlukan auditor yang mengerti serta memahami prosedur audit *e-commerce* dengan baik. Sikap yang ditunjukkan auditor terhadap prosedur 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.

Sikap auditor terhadap prosedur audit *e-commerce* ini dapat dilihat melalui keinginan auditor untuk menambah pengetahuannya dibidang audit *e-commerce*, keinginan untuk mencoba atau melakukan hal baru dalam hal ini terkait dengan penugasan audit *e-commerce*, kesiapan untuk menjalankan penugasan audit *e-commerce*, dan peluang karir auditor di masa depan, Islahuzzaman (2006).

7.Keahlian Auditor Eksternal

Perkembangan teknologi *e-commerce* di awal 2000-an dan kebutuhan akan auditor yang mempunyai keahlian spesifik dibidang teknologi informasi, telah mengubah pemikiran auditor untuk dapat mengembangkan keahliannya terutama dalam bidang teknologi informasi (Pathak dan Abdolmuhammadi, 2007).

Menurut Hayes dalam Halim (2007), keahlian merupakan pengetahuan yang dimiliki tentang suatu lingkungan tertentu, pemahaman akan suatu masalah dalam lingkungan tersebut dan keterampilan untuk memecahkan masalah.

Hall dalam Jusuf (2007), mengatakan bahwa keahlian yang dibutuhkan untuk berprestasi dalam lingkungan baru dalam hal ini adalah dalam melakukan prosedur audit *e-commerce*, meliputi pengetahuan akan sistem operasi, pemrograman komputer, teknologi jaringan dan teknik keamanan seperti *firewall* serta teknik otentikasi. Keahlian ini juga penting untuk menyediakan jasa audit *e-commerce*, dimana akuntan akan lebih sering berhubungan dengan komputer daripada dengan buku.

Menurut Octavia dan Kustiawan (2013), keahlian yang dibutuhkan oleh auditor untuk melakukan prosedur audit *e-commerce* adalah auditor harus menguasai pengetahuan mengenai risiko internal dan eksternal dari bisnis *e-commerce*, sistem informasi, pemrograman komputer, teknologi jaringan, dan teknik keamanan.

Berdasarkan pemaparan tersebut diatas, seorang auditor *e-commerce* membutuhkan keahlian seperti, pengetahuan akan sistem informasi, pemrograman komputer, teknologi jaringan dan teknik keamanan. Auditor *e-commerce* memerlukan keahlian-keahlian tersebut, karena pada saat ini perkembangan teknologi dan informasi telah mengubah cara berbisnis menjadi elektronik bisnis atau *e-commerce*.

B. Hasil Penelitian Yang Relevan

Penelitian terkait faktor-faktor yang memengaruhi prosedur audit *e-commerce* sudah dilakukan beberapa peneliti sebelumnya. Penelitian terdahulu berguna sebagai bukti empiris yang menjadi dasar pada penelitian ini. Beberapa penelitian terdahulu berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi prosedur audit *e-commerce* adalah sebagai berikut:

Tabel II.1
Tabel Literatur

No.	Judul Paper, Jurnal dan Pengarang	Metode	Variabel	Hasil
1.	Pengaruh keahlian auditor eksternal terhadap audit <i>e-commerce</i> . Jurnal Riset Akuntansi. Volume V/No.1/April 2013. Jayanti Oktavia dan Kustiawan (2013)	Populasi: KAP di Bandung yang pernah mendapatkan penugasan audit <i>e-commerce</i> . Sampel: 7 KAP dibanding.	Variabel Dependen: Audit <i>e-commerce</i> Variabel Independen: Keahlian auditor eksternal	Keahlian auditor berpengaruh terhadap prosedur audit <i>e-commerce</i>
2.	Pengaruh sikap auditor terhadap audit <i>e-commerce</i> . Ariefah Wahyu Wardani, Wasito dan Siti Maria (2014)	Populasi: Auditor yang bekerja di KAP wilayah Surabaya. Sampel: 40 responden.	Variabel Dependen: Audit <i>e-commerce</i> Variabel Independen: Sikap auditor	Sikap auditor berpengaruh terhadap prosedur audit <i>e-commerce</i>
3.	Sikap auditor terhadap audit <i>e-commerce</i> . Irfansyah Noor (2006)	Populasi: 174 auditor dari 24 KAP di Bandung. Sampel: 71	Variabel Dependen: audit <i>e-commerce</i> Variabel	Sikap auditor berpengaruh terhadap prosedur audit <i>e-commerce</i>

		Responden.	Independen: Sikap auditor	
4.	Pengaruh perkembangan bisnis <i>E-commerce</i> dan sistem informasi akuntansi berbasis teknologi terhadap audit <i>e-commerce</i> . Nur haya S (2014)	Populasi: Auditor eksternal yang bekerja pada KAP. Sampel: auditor dari 13 KAP di wilayah Jakarta.	Variabel Dependen: Audit <i>E-commerce</i> Variabel Independen: Bisnis <i>E-commerce</i> , sistem informasi akuntansi berbasis teknologi	Bisnis <i>e-commerce</i> dan sistem informasi akuntansi berbasis teknologi secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap prosedru audit <i>e-commerce</i>
5.	Pengaruh sikap auditor terhadap audit <i>e-commerce</i> . Islahuzzaman (2006)	Populasi: Auditor eksternal yang bekerja pada KAP Sampel: 71 responden auditor	Variabel Dependen: Audit <i>e-commerce</i> Variabel Independen: Sikap Auditor	Auditor memiliki sikap yang positif untuk audit <i>e-commerce</i> ini, yang artinya sikap berpengaruh terhadap prosedur audit <i>e-commerce</i> .
6.	<i>An E-business Audit Service model in the B2B Context.</i> Jurnal SSRN. Jadgis Pathak, PhD & Mary Robinson, PhD (2008)	Populasi: Auditor yang mempunyai pengetahuan <i>e-business</i> dan teknologi di Amerika Utara Sampel: 203 responden auditor	Variabel Dependen: Audit <i>E-business</i> Variabel Independen: keahlian auditor dalam sistem informasi, keahlian auditor dalam teknologi informasi	Keahlian auditor dalam sistem informasi, dan keahlian auditor dalam teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap proses audit <i>e-business</i>
7.	<i>Empirical Assesment of Effective E-commerce Audit Judgment.</i> Jurnal SSRN.	Populasi: Auditor global dari 46 negara dengan responden auditor keuangan, dan sistem informasi dan	Variabel Dependen: <i>E-commerce</i> Audit Variabel Independen: keahlian teknologi informasi dan	Keahlian auditor dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi, manajemen perubahan sistem, dan IT Audit berpengaruh terhadap Audit <i>E-commerce</i>

		operasi Sampel: 203 Auditor dari 45 negara	komunikasi, keahlian manajemen perubahan sistem keahlian IT Audit	
--	--	---	---	--

Daftar penelitian diatas menunjukkan beberapa variabel yang menarik untuk diteliti dengan topik jasa audit *e-commerce*. Variabel *e-commerce* merupakan variabel yang sering diteliti terkait dengan jasa audit *e-commerce*. Penelitian terkait dengan bisnis *e-commerce* menunjukkan hasil yang signifikan berpengaruh terhadap jasa audit *e-commerce*. Selain itu juga ada variabel sistem informasi akuntansi, keahlian auditor, dan sikap auditor. Populasi dan sampel yang sering digunakan adalah auditor eksternal dari KAP yang pernah melakukan penugasan audit pada perusahaan *e-commerce*. Bentuk pengambilan data menggunakan kuisioner.

Dari tabel literasi tersebut, peneliti tertarik untuk menggunakan variabel *e-commerce*, sikap auditor, dan keahlian auditor. Ketiga variabel tersebut menunjukkan hasil penelitian yang sama, akan tetapi masih sedikitnya peneliti yang melakukan penelitian audit di lingkungan bisnis *e-commerce*, terutama di Indonesia. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah auditor eksternal yang bekerja pada KAP diwilayah Jakarta Selatan dan Jakarta Timur yang pernah melakukan audit di lingkungan bisnis *e-commerce*.

C. Kerangka Teoritik

Teori atribusi dikembangkan oleh Fritz Heider (1958), yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh kombinasi antara faktor internal dan eksternal. Faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, seperti kemampuan, usaha, sifat, karakter, sikap dan lain sebagainya. Sedangkan faktor eksternal yaitu faktor yang berasal dari luar diri seseorang, seperti kesempatan, lingkungan, tekanan, keadaan tertentu dan lain sebagainya.

Teori atribusi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui perilaku auditor dalam menjalankan prosedur audit *e-commerce*. Dalam teori atribusi dijelaskan bahwa perilaku individu ditentukan oleh kombinasi antara faktor internal dan eksternal. Teori atribusi dapat digunakan untuk mendukung penelitian ini karena variabel yang akan diuji adalah mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi auditor dalam melaksanakan prosedur audit *e-commerce* yaitu, sikap auditor dan keahlian auditor menjadi faktor internal seorang auditor dalam melaksanakan prosedur audit *e-commerce*, dan bisnis *e-commerce* menjadi faktor eksternal yang berkaitan dengan keadaan yang terjadi saat ini yaitu berkembangnya bisnis *e-commerce*.

Bidang audit *e-commerce* merupakan bidang audit yang baru bagi para auditor. Auditor dapat memanfaatkan peluang ini dengan mempelajari dan memahami proses audit sistem informasi pada perusahaan *e-commerce*. Peluang ini muncul karena beragamnya risiko pada bisnis *e-commerce* ini,

masyarakat merasa bahwa perlunya pengungkapan praktik bisnis, keyakinan akan keandalan transaksi, serta perlindungan atas informasi pribadi.

Perkembangan bisnis *e-commerce* di Indonesia menjadi salah satu latar belakang permintaan atas jasa audit *e-commerce*. Perkembangan bisnis *e-commerce* ini menggerakkan perusahaan dalam bidang *e-commerce* untuk dapat meningkatkan kualitas sistem informasi yang ada, agar berjalan sesuai dengan keinginan, dan pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan untuk melakukan transaksi online. Haya (2014) menyatakan bahwa kehadiran *e-commerce* saat ini tidak hanya menjadi *trend* atau fenomena sesaat, namun sudah menjadi kebutuhan. Audit *e-commerce* dinilai masih belum maksimal dikarenakan keterbatasan infrastruktur, faktor keamanan, dan kurangnya pengetahuan. 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.

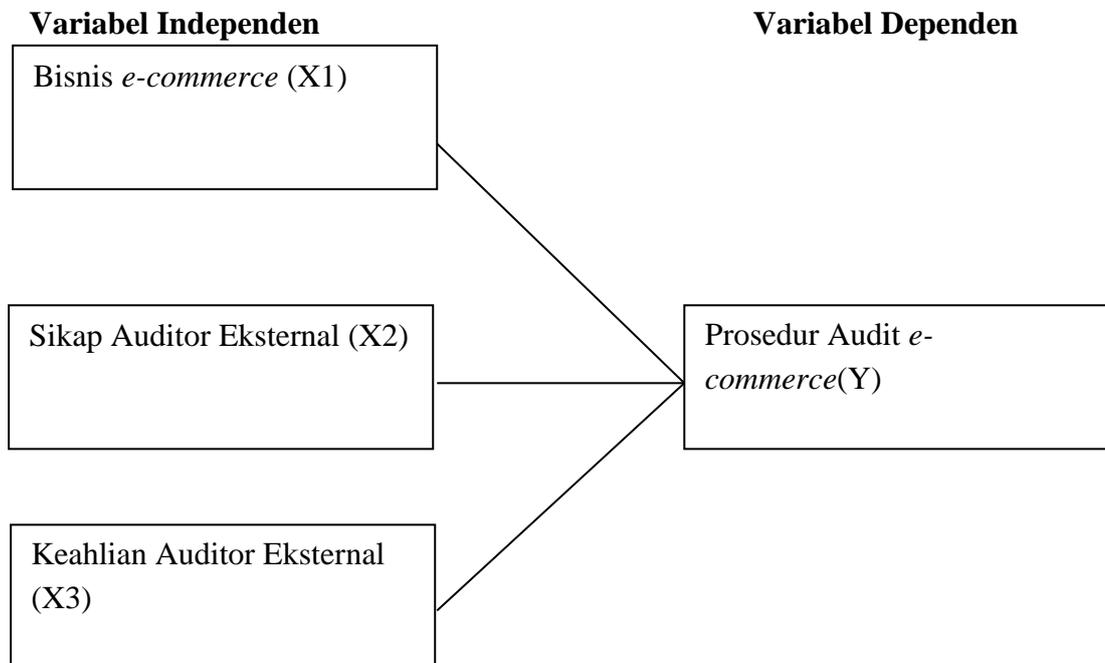
Suhendro (2007) menyatakan bahwa perkembangan *e-commerce* berpengaruh pada perubahan risiko-risiko audit, pengendalian internal dan pelaksanaan audit pada laporan keuangan suatu perusahaan. Abu-Musa (2004) juga menyatakan bahwa perkembangan *e-commerce* berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*.

Variabel sikap auditor yang diteliti oleh Noor (2006), menyatakan bahwa auditor merasa tertantang untuk dapat melakukan audit *e-commerce*

dengan mengembangkan keahlian agar berkompeten dibidangnya. Auditor akan mengembangkan keahliannya, sebagai respon positif atas munculnya peluang baru dibidang audit *e-commerce*. Hal serupa juga disampaikan oleh Wahyu (2014) yang menyatakan bahwa auditor akan mempelajari dan atau memperdalam pemahaman tentang program-program komputer yang berkaitan dengan internet dan bisnis *e-commerce* dan auditor bersedia menerima penugasan audit *e-commerce* yang menjadi salah satu faktor yang menentukan jasa audit *e-commerce*.

Auditor yang berkompeten dan memiliki keahlian dibidang teknologi dan informasi dapat menjadi pertimbangan KAP untuk menjalankan prosedur audit *e-commerce*. Octavia dan Kustiawan (2013), menyatakan bahwa apabila auditor memiliki keahlian dalam bidang pengetahuan sistem informasi, pemrograman komputer, teknik keamanan, dan teknologi jaringan akan dapat melaksanakan prosedur audit *e-commerce* dengan baik. Auditor harus mempelajari keahlian-keahlian baru untuk dapat menjalankan penugasan audit dengan maksimal dalam lingkungan bisnis *e-commerce*. Auditor harus memahami sifat sistem informasi pada *e-commerce*, serta perlunya memahami konsep dalam melaksanakan audit *e-commerce*. Pathak dan Abdolmuhammadi (2007) menyatakan bahwa perkembangan bisnis *e-commerce* diawal 2000an dan kebutuhan atas keahlian khusus dibidang auditing entitas tertentu, telah memengaruhi secara signifikan bahwa auditor harus mengembangkan kemampuan dan pengetahuannya.

Dari pemaparan diatas dapat digambarkan kerangka berpikir sebagai berikut:



D. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Bisnis E-Commerce terhadap Prosedur Audit E-commerce

Perkembangan bisnis *e-commerce* saat ini, menimbulkan risiko-risiko baru dalam bisnis yang harus menjadi perhatian lebih bagi pemilik usaha. Peluang untuk melakukan audit *e-commerce* muncul karena besarnya risiko yang terdapat dalam bisnis. Perusahaan *e-commerce* diwajibkan untuk memiliki sertifikasi keandalan akan sistem informasi, sebagai bukti bahwa sistem informasi yang digunakan telah sesuai dan dapat dipercaya.

Hasil penelitian terkait pengaruh bisnis *e-commerce* terhadap prosedur audit *e-commerce* ini dilakukan oleh Haya (2014), penelitian ini

menunjukkan bahwa perkembangan bisnis *e-commerce* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap prosedur audit *e-commerce*. 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 prosedur audit *e-commerce*. Serta hasil penelitian Zhao dan C. Yen (2004), Widarno (2007), dan Pathak (2010). Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H1: bisnis secara *e-commerce* berpengaruh positif terhadap prosedur audit *e-commerce*.

2. Pengaruh Sikap Auditor Eksternal terhadap Prosedur Audit E-commerce

Sikap merupakan suatu respon individu terhadap suatu hal, yang terindikasi adanya respon positif atau negatif. Sikap auditor yang terbuka untuk terus mengembangkan keahlian dalam mengaudit, khususnya audit sistem informasi pada perusahaan *e-commerce* menunjukkan bahwa adanya sikap yang positif. Sebaliknya jika auditor enggan untuk menambah pengetahuan dan mengembangkan keahlian dibidang sistem informasi karena dianggap terlalu sulit, maka hal ini menunjukkan sikap yang negatif. Pertumbuhan perusahaan *e-commerce* saat ini, menjadi

tantangan tersendiri bagi para auditor dalam mengembangkan pengetahuan di bidang terkait dengan teknologi informasi

Hasil penelitian terkait dengan sikap auditor dilakukan oleh Noor (2006), Wahyu (2014), dan Islahuzzaman (2006). Sikap yang ditunjukkan auditor terhadap audit *e-commerce* adalah sikap yang positif, dimana auditor dapat menambah pengetahuan serta wawasan dan juga dapat mengembangkan karir di masa depan. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H2: Sikap auditor eksternal berpengaruh positif terhadap prosedur audit *e-commerce*

3. Pengaruh Keahlian Auditor Eksternal terhadap Prosedur Audit E-commerce

Auditor yang berkompeten dan memiliki keahlian dibidang teknologi dan informasi dapat menjadi pertimbangan KAP untuk memberikan prosedur audit *e-commerce*. Hall dalam Jusuf (2007), mengatakan bahwa keahlian yang dibutuhkan untuk berprestasi dalam lingkungan baru (*e-commerce*), meliputi pengetahuan akan sistem operasi, pemrograman komputer, teknologi jaringan dan teknik keamanan seperti *firewall* serta teknik otentikasi. Auditor yang mempunyai keahlian dalam sistem informasi akan meningkatkan kepercayaan perusahaan *e-commerce* untuk menggunakan jasa audit mereka.

Penelitian sebelumnya terkait dengan keahlian auditor dilakukan oleh, Octavia dan Kustiawan (2013), menyatakan bahwa keahlian auditor eksternal berpengaruh positif terhadap prosedur audit *e-commerce*. Pathak dan Abdolmuhammadi (2007), Pathak dan Robinson (2008), menyatakan bahwa keahlian auditor khususnya bidang teknologi dan informasi berpengaruh pada prosedur audit *e-commerce*. Hal ini berarti, ada pengaruh keahlian auditor eksternal terhadap prosedur audit *e-commerce*. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H3: Keahlian auditor eksternal berpengaruh positif terhadap prosedur audit *e-commerce*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan bukti empiris apakah bisnis *e-commerce* berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*
2. Memberikan bukti empiris apakah sikap auditor berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*
3. Memberikan bukti empiris apakah keahlian auditor eksternal berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*

B. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah kompetensi auditor eksternal dalam memberikan jasa *assurance* atas sistem informasi kepada kliennya yaitu perusahaan *e-commerce*. Penelitian ini dilakukan di dalam lingkungan KAP yang pernah maupun belum pernah memberikan jasa pengauditan atas sistem *e-commerce*. Adapun ruang lingkup penelitian ini terbatas pada seberapa besar pengaruh bisnis *e-commerce*, sikap auditor, dan keahlian auditor eksternal terhadap prosedur audit *e-commerce*.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan regresi linier berganda. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik, Sugiyono (2013). Sedangkan regresi linier berganda menurut Ghozali (2002:42) adalah metode yang digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dan umumnya dinyatakan dalam bentuk persamaan.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda.

D. Populasi dan Sampling

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh auditor eksternal yang bekerja pada Kantor Akuntan Publik (KAP) di wilayah Jakarta. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu sampel dipilih berdasar pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian.

Sampel pada penelitian ini adalah auditor yang bekerja di KAP di wilayah Jakarta Selatan dan Timur, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Auditor eksternal yang bekerja di KAP yang pernah melakukan audit sistem informasi atau audit pada perusahaan *e-commerce*.
2. Auditor yang bekerja di KAP yang mempunyai nomor register AK maupun tidak, dan pernah melakukan pekerjaan di bidang audit.
3. Auditor yang mempunyai pengalaman kerja minimal satu tahun, karena telah memiliki pengalaman dan dapat menilai kinerja serta kondisi lingkungan kerjanya.

E. Teknik Pengumpulan Data atau Operasionalisasi Variabel Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data bersumber langsung dari responden dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuisisioner. Lembar kuisisioner, terlebih dahulu diberikan petunjuk pengisian kuisisioner untuk memudahkan responden dalam pengisian kuisisioner tersebut. Sumber data penelitian ini adalah total skor yang diperoleh dari tiap lembar kuisisioner yang dikirimkan kepada responden yaitu, auditor yang bekerja di KAP wilayah Jakarta.

Butir-butir pertanyaan yang terdapat pada kuisisioner, diukur menggunakan skala likert 1 (satu) sampai 5 (lima). Skala Likert ini

menurut Sanusi (2013) adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespons pertanyaan dengan indikator-indikator konsep atau variabel yang sedang diukur. Selain menggunakan kuisisioner, penelitian ini juga menggunakan literatur lainnya, berupa jurnal, buku, dan artikel untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan penelitian ini.

2. Operasionalisasi Variabel Penelitian

a. Variabel dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah prosedur audit *e-commerce*.

1) Definisi Konseptual

Achdiat dalam Haya (2014), menyatakan bahwa prosedur audit *e-commerce* merupakan proses audit yang dilakukan untuk memberikan *assurance* kepada pihak-pihak yang berkepentingan akan tingkat keamanan seluruh data yang dikirim via internet, dimana data tersebut hanya bisa diakses oleh orang-orang yang bertransaksi secara *online* pada perusahaan *e-commerce* dan memastikan bahwa sistem transaksi *e-commerce* tersebut berjalan dengan baik.

2) Definisi Operasional

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala interval (likert) 5 poin, dari sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5). Dari penelitian yang dilakukan Achdiat dalam Islahuzzaman (2006), berikut ini instrumen kuesioner yang dikembangkan untuk menilai prosedur audit *e-commerce*.

- 1) Implikasi perkembangan teknologi terhadap munculnya audit *e-commerce*;
- 2) Pengujian atas tindak lanjut terhadap gangguan dan pembobolan;
- 3) Pengujian terhadap sistem atau alat yang digunakan;

Variabel	Indikator	No. Butir Pertanyaan	Skala Ukur
Prosedur Audit <i>E-commerce</i> Achdiat dalam Islahuzzaman (2006)	1) Implikasi perkembangan teknologi terhadap munculnya audit <i>e-commerce</i> ; 2) Pengujian atas tindak lanjut terhadap gangguan dan pembobolan; 3) Pengujian terhadap sistem atau alat yang digunakan;	1,2,3,4,5,6,7,8	Interval

a. Variabel Independen

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga, yaitu:

1. Bisnis *E-commerce*

a) Definisi Konseptual

Abu-Musa (2004) mengatakan bahwa *e-commerce* adalah seperangkat teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang bergerak dinamis dan saling terhubung antara perusahaan, pelanggan dan komunitas melalui media elektronik untuk melakukan transaksi jual beli barang, jasa, serta informasi. Perkembangan teknologi *e-commerce* mengubah dengan cepat cara perusahaan dalam menjual, membeli, dan hubungan dengan konsumen serta mitra bisnisnya.

b) Definisi Operasional

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala interval (likert) 5 poin, dari sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5). Dari penelitian yang dilakukan oleh Haya 2014, berikut ini instrumen kuesioner yang dikembangkan untuk menilai bisnis *e-commerce* dalam melakukan prosedur audit *e-commerce*.

- 1) Ketersediaan infrastruktur;
- 2) Kesadaran pengguna;
- 3) Fitur keamanan;

- 4) *Internet banking*;
- 5) Privasi dan kerahasiaan.

Variabel	Indikator	No. Butir Pertanyaan	Skala Ukur
Bisnis E-commerce Haya (2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ketersediaan infrastruktur; 2) Kesadaran pengguna; 3) Fitur keamanan; 4) <i>Internet banking</i>; 5) Privasi dan kerahasiaan. 	9,10,11,12,13,14,15,16,17,18	Interval

2. Sikap Auditor

a) Definisi Konseptual

Wahyu (2014) mengatakan bahwa sikap seseorang terhadap suatu 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 auditor dan bagaimana sikap mereka dalam memahami dan menghadapi audit *e-commerce* itu sendiri.

b) Definisi Operasional

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala interval (likert) 5 poin, dari sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5). Dari penelitian yang dilakukan oleh Islahuzzaman (2006), berikut ini instrumen

kuisisioner yang dikembangkan untuk menilai sikap auditor dalam melakukan audit *e-commerce*.

- 1) Keinginan untuk mencoba suatu hal yang baru, peluang karir, dan keinginan untuk menambah pengetahuan;
- 2) Kesiediaan untuk mencoba/melakukan hal baru, dan kesiapan melakukan audit *e-commerce*.

Variabel	Indikator	No. Butir Pertanyaan	Skala Ukur
Sikap Auditor Islahuzza man (2006)	1) Keinginan untuk mencoba suatu hal yang baru, peluang karir, dan keinginan untuk menambah pengetahuan; 2) Kesiediaan untuk mencoba/melakukan hal baru, dan kesiapan melakukan audit <i>e-commerce</i> .	19,20,21,22,23,24,25	Interval

3. Keahlian Auditor

a) Definisi Konseptual

Hall dalam Jusuf (2007), mengatakan bahwa keahlian yang dibutuhkan untuk berprestasi dalam lingkungan baru dalam hal ini audit *e-commerce*, meliputi pengetahuan akan sistem operasi, pemrograman komputer, teknologi jaringan dan teknik keamanan seperti *firewall* serta teknik otentikasi. Keahlian ini juga penting untuk menyediakan jasa audit *e-commerce*, dimana

akuntan akan lebih sering berhubungan dengan komputer daripada dengan buku.

b) Definisi Operasional

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala interval (likert) 5 poin, dari sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5). Dari penelitian yang dilakukan oleh Octavia dan Kustiawan (2013), berikut ini instrumen kuesioner yang dikembangkan untuk menilai keahlian auditor dalam melakukan prosedur audit *e-commerce*.

1. Auditor harus menguasai pengetahuan mengenai risiko internal dan eksternal dari bisnis e-commerce,
2. Auditor harus menguasai sistem informasi
3. Auditor harus menguasai pemrograman komputer, teknologi jaringan, dan teknik keamanan.

Variabel	Indikator	No. Butir Pertanyaan	Skala Ukur
Keahlian Auditor Octavia dan Kustiawan (2006)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Auditor harus menguasai pengetahuan mengenai risiko internal dan eksternal dari bisnis e-commerce, 2. Auditor harus menguasai sistem informasi 3. Auditor harus menguasai pemrograman komputer, teknologi jaringan, dan teknik keamanan. 	26,27,28,29,30,31,32,33	Interval

F. Teknik Analisis Data

Setelah mengambil sampel dengan menyebar kuisisioner menggunakan Skala Likert 1 sampai dengan 5, maka teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

Ghazali (2002), menyatakan bahwa statistik Deskriptif menggambarkan data yang dilihat melalui nilai rata - rata (*mean*), standar deviasi, varians, maksimal, minimum, sum, range, kurtosis, dan kemelencengan distribusi. Statistik deskriptif berfungsi untuk mendiskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi, tanpa membuat analisis dan kesimpulan, Sugiyono (2013).

2. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisisioner. Kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur pada penelitian tersebut, Ghazali (2002:135). Pengujian validitas menggunakan Pearson Correlation, yaitu menghitung korelasi antara skor masing-masing pertanyaan dengan total skor yang mempunyai

tingkat signifikansi dibawah 0.05 maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan begitu put sebaliknya.

b. Uji Reliabilitas

Ghozali (2002:132) mengatakan bahwa uji reliabilitas digunakan sebagai alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel penelitian. Uji Reliabilitas dilakukan dengan cara menghitung Cronbach Alpha, dimana total butir-butir pertanyaan yang di uji tidak termasuk dalam kategori pertanyaan yang dikeluarkan berdasarkan hasil pengujian validitas sebelumnya. Suatu instrumen dikatakan realibel jika memiliki koefisien Cronbach Alpha lebih besar dari 0.07.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik digunakan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan sudah baik.

Adapun uji asumsi Klasik yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Menurut Sarjono dan Julianita (2011), uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Penelitian ini menggunakan analisis grafik,dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika titik menyebar disekitar garis diagonal dan atau mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram nya, maka hal ini berarti menunjukkan pola distribusi normal.
- b. Jika titik menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram nya, maka hal ini berarti menunjukkan pola distribusi tidak normal.

Penelitian ini juga menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan signifikansi sebesar 0,05. Dasar pengambilan keputusan uji Kolmogorov-Smirnov ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi >0.05 (5%), maka data ini berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi < 0.05 (5%), maka data ini berdistribusi tidak normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen. Apabila variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel independen yang nilai korelasinya 0 dengan variabel independen lainnya. Untuk mengetahui ada atau tidak nya

multikolinieritas di dalam model regresi, bisa dilihat dari nilai tolerance dan lawannya, yaitu *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 . Jika nilai tolerance $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 hal ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dan jika nilai tolerance $\leq 0,10$ atau nilai VIF ≥ 10 hal ini mengindikasikan terjadi Multikolinieritas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah error dalam model regresi memiliki varian yang sama atau tidak. Menurut Nachrowi dan Usman (2002), Dalam regresi linier ganda, salah satu asumsi yang harus dipenuhi agar taksiran parameter dalam model tersebut bersifat sama adalah semua sesatan mempunyai variansi yang sama.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linear berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen, Sarjono dan Jualanita (2011). Persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 BEc + \beta_3 Ka + \beta Sa + e$$

Keterangan:

Y = Prosedur Audit *e-commerce*

β_{1Ec} = Bisnis secara *e-commerce*

β_{Sa} = Sikap auditor

β_{3Ka} = Keahlian auditor

α = Konstanta

e = Error

5. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji t ini adalah jika jumlah *degree of freedom* (df) adalah 20 atau lebih dan tingkat kepercayaan sebesar 5% maka H_0 yang menyatakan $\beta_i = 0$ dapat ditolak, jika nilai $t > 2$ (nilai absolut) maka H_a diterima.

Uji signifikansi koefisien regresi secara parsial dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen (X_i) terhadap variabel (Y). Uji signifikansi parsial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian, Sanusi (2011:138).

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien variabel determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen, Ghozali (2013:97). Persamaan regresi linear berganda semakin baik apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati satu dan cenderung meningkat jumlahnya seiring dengan meningkatnya jumlah variabel independen yang dikaji pada penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi prosedur audit *e-commerce*. Berdasarkan *directory* IAPI 2017, jumlah auditor terdaftar dalam anggota IAPI adalah sebanyak 1632 orang, yang bekerja di 532 KAP yang terdiri dari 397 kantor pusat dan 126 kantor cabang. Objek dalam penelitian ini adalah Kantor Akuntan Publik (KAP) yang berada di wilayah Jakarta Selatan dan Jakarta Timur. Subjek dalam penelitian ini adalah auditor yang bekerja pada KAP tersebut dan pernah melakukan audit terhadap perusahaan *e-commerce*.

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria sampel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Auditor eksternal yang bekerja di KAP yang pernah melakukan audit pada perusahaan *e-commerce*.
2. Auditor yang bekerja di KAP yang mempunyai nomor register AK maupun tidak, dan pernah melakukan pekerjaan di bidang audit.

3. Auditor yang mempunyai pengalaman kerja minimal satu tahun, karena telah memiliki pengalaman dan dapat menilai kinerja serta kondisi lingkungan kerjanya.

Pada penelitian ini, peneliti telah menyebar kuesioner sebanyak 112 buah, kuesioner sebagai sampel yaitu auditor yang bekerja di KAP wilayah Jakarta Selatan dan Jakarta Timur. Dari 112 kuesioner yang telah disebar kepada sampel penelitian, kuesioner yang berhasil kembali sebanyak 75 buah. Pengujian instrumen terdiri dari 25 diluar sampel penelitian.

Beberapa hal yang menyebabkan 37 kuesioner tidak kembali adalah peneliti hanya mempunyai waktu kurang lebih satu bulan untuk menyebarkan kuesioner, dan kesibukan para auditor dikarenakan sedang bertugas keluar kota.

Gambaran mengenai data sampel disajikan pada tabel IV.1 berikut:

Tabel IV.1
Data Distribusi Sampel Penelitian

No.	Nama KAP	Kuesioner Dikirim	Kuesioner Kembali
1.	KAP Husni, Mucharam dan Rekan	20	18
2.	KAP Rama Wendra dan Rekan	20	16
3.	KAP Agus Ubaidillah dan Rekan	20	16

4.	KAP Drs. Thomas, Blasius, Widartoyo dan Rekan	5	5
5.	KAP Bambang Sudaryono dan Rekan	10	10
6.	PWC	5	5
7.	KAP Anwar dan Rekan	5	5
8.	IAPI	27	0
	Total	112	75

Sumber: Diolah oleh peneliti (2017)

Aspek yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel Bisnis *E-commerce* (X1), Sikap Auditor (X2), Keahlian Auditor (X3), dan Prosedur Audit *E-commerce* (Y). Data dari penelitian ini bersumber dari kuesioner yang telah diisi oleh koresponden sebanyak 75 kuesioner yang berasal dari 7 KAP. Penyebaran kuesioner dilakukan pada bulan Juli 2017 dengan cara mendatangi langsung KAP yang bersangkutan.

Peneliti akan membahas terlebih dahulu gambaran umum mengenai responden itu sendiri, sebelum menganalisa jawaban-jawaban dari responden. Gambaran umum responden diperoleh dari identitas diri yang tercantum pada masing-masing jawaban dilembar kuesioner.

Tabel IV.2

Jumlah dan Sebaran Responden Penelitian

No.	Nama KAP	Jumlah	%
1.	KAP Husni, Mucharam dan Rekan	20	31%

2.	KAP Rama Wendra dan Rekan	20	31%
3.	KAP Agus Ubaidillah dan Rekan	20	31%
4.	KAP Drs. Thomas, Blasius, Widartoyo dan Rekan	5	8%
5.	KAP Bambang Sudaryono dan Rekan	10	16%
6.	PWC	5	8%
7.	KAP Anwar dan Rekan	5	8%
	Total	64	100%

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2017)

Data jumlah responden tersebut, terdiri dari:

1. Pada KAP Husni, Mucharam dan Rekan terdapat 20 responden dengan rincian; 12 responden auditor laki-laki dan 8 responden auditor perempuan.
2. Pada KAP Rama Wendra dan Rekan terdapat 20 responden dengan rincian; 13 responden auditor laki-laki dan 7 responden auditor perempuan.
3. KAP Agus Ubaidillah dan Rekan terdapat 20 responden dengan rincian; 13 responden auditor laki-laki dan 7 responden auditor perempuan.
4. Pada KAP Drs Thomas, Blasius, Widartoyo dan Rekan terdapat 5 responden dengan rincian; 3 responden auditor laki-laki dan 2 responden auditor perempuan.
5. Pada KAP Bambang Sudaryono dan Rekan terdapat 10 responden dengan rincian; 6 responden auditor laki-laki dan 4 responden auditor perempuan.

6. Pada KAP PwC terdapat 5 responden dengan rincian; 3 responden laki-laki dan 2 responden auditor perempuan.
7. Pada KAP Anwar dan Rekan terdapat 5 responden dengan rincian; 2 responden auditor laki-laki dan 3 responden auditor perempuan.

Dari keseluruhan kuesioner yang telah disebar oleh peneliti, ditujukan untuk auditor yang aktif pada masa kerja 2017 dan mempunyai masa kerja minimal 1 tahun. Hal ini dikarenakan, seorang auditor yang telah bekerja minimal 1 tahun telah memiliki pengalaman terutama pengalaman dalam mengaudit perusahaan *e-commerce*.

Tabel IV.3
Data Sampel Penelitian

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase
1.	Jumlah kuesioner yang disebar	112	100%
2.	Jumlah kuesioner yang tidak kembali	37	33%
3.	Jumlah kuesioner yang tidak dapat diolah	11	10%
4.	Jumlah kuesioner yang dapat diolah	64	57%

Sumber: Data diolah Penulis (2017)

Pada tabel IV.3 menjelaskan jumlah kuesioner yang disebar peneliti kepada KAP yang berada di wilayah Jakarta Selatan dan Jakarta Timur sebanyak 112 kuesioner. Dari keseluruhan kuesioner yang telah disebar, peneliti menerima kembali kuesioner sebanyak 75 kuesioner, 37 kuesioner yang tidak kembali disebabkan keterbatasan waktu peneliti yang hanya memiliki waktu

kurang lebih satu bulan untuk menyebarkan kuesioner serta kesibukan responden (auditor), dan sebanyak 11 kuesioner yang tidak memenuhi kriteria adalah auditor yang belum pernah melakukan audit pada perusahaan *e-commerce* dan masa kerja kurang dari 1 tahun, rincian data kuesioner yang tidak dapat diolah terlampir pada Lampiran 5. Peneliti tidak memasukkan data tersebut dan mengeliminasi data tersebut sebagai sampel. Oleh karena itu jumlah sampel yang dapat peneliti oleh adalah sebanyak 64 kuesioner atau sebanyak 57%.

2. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah auditor yang bekerja di KAP wilayah Jakarta Selatan dan Jakarta Timur sesuai dengan Direktori Kantor Akuntan Publik 2017 yang telah diterbitkan oleh Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI). Data berikut akan mendeskripsikan identitas responden penelitian yang terdiri dari jenis kelamin, usia, posisi terakhir, pendidikan terakhir, dan pengalaman kerja responden. Karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel IV.4, Tabel IV.5, Tabel IV.6, Tabel IV.7, dan Tabel IV.8.

Tabel IV.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	36	56%
Perempuan	28	44%
Total	64	100%

Sumber: Data diolah penulis (2017)

Pada Tabel IV.4 menunjukkan bahwa responden yang menjawab kuesioner lebih didominasi oleh laki-laki dengan tingkat presentase 56% atau sebesar 36 orang dan sisanya sebesar 44% atau 28 orang adalah perempuan. Hal ini dikarenakan profesi auditor merupakan profesi yang memerlukan banyak waktu dan tenaga oleh karena itu profesi auditor didominasi oleh laki-laki dan responden dalam penelitian ini mayoritas adalah laki-laki.

Tabel IV.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (Orang)	Persentase
23-25	41	64%
26-30	23	36%
Total	64	100%

Sumber: Data diolah Penulis (2017)

Pada Tabel IV.5 menunjukkan usia auditor saat ini dengan rentang usia 23-25 tahun adalah sebanyak 41 orang (64%), usia 26-30 tahun adalah sebanyak 23 orang (36%). Dengan demikian, hal ini menunjukkan auditor yang bekerja di wilayah Jakarta Selatan dan Jakarta Timur sebagian besar berusia 23-25 tahun, hal ini dikarenakan responden penelitian didominasi oleh auditor junior dan senior.

Tabel IV.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Posisi Terakhir

Posisi Terakhir	Jumlah	Persentase
Auditor Junior	15	23%
Auditor Senior	49	77%

Total	64	100%
-------	----	------

Sumber: Data diolah Penulis (2017)

Pada tabel IV.6 memberikan informasi bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 15 orang (23%) menduduki sebagai auditor junior. Sedangkan sisanya, yaitu sebesar 49 orang (77%) adalah seorang auditor senior.

Tabel IV.7

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
D3	5	8%
S1	49	77%
S2	10	16%
Total	64	100%

Sumber: Data diolah Penulis (2017)

Pada Tabel IV.7 menunjukkan tingkat pendidikan terakhir responden. Tingkat pendidikan terakhir yang paling banyak dimiliki oleh responden dalam penelitian ini adalah S1 yaitu sebanyak 49 orang, tingkat pendidikan terakhir S2 sebanyak 10 orang, dan tingkat pendidikan terakhir D3 adalah sebanyak 5 orang. Dengan mengetahui tingkat pendidikan terakhir responden, data ini diharapkan dapat menggambarkan pemahaman seorang auditor dalam melaksanakan pekerjaannya.

Tabel IV.8
Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Kerja

Pengalaman Kerja	Jumlah	Persentasi
1 – 3 Tahun	53	83%
3 – 5 Tahun	11	17%
Total	64	100%

Sumber: Data diolah Penulis (2017)

Pada Tabel IV.8 dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman kerja dengan rentang waktu 1-3 tahun yaitu sebanyak 38 orang atau 59%, sedangkan auditor dengan pengalaman kerja 3-5 tahun sebanyak 26 orang atau 41%.

3. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran dari karakter sampel penelitian dan memberikan deskripsi variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bisnis E-commerce, Sikap Auditor, dan Keahlian Auditor. Analisis penelitian ini dilakukan berdasarkan hasil jawaban responden yang terdiri dari 34 butir pernyataan.

Berikut merupakan hasil statistik deskriptif dengan hasil paling kecil (minimum), hasil paling besar (maximum), dan standar deviasi yang tersaji dalam Tabel IV. 9 berikut:

Tabel IV.9
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PAE	64	30	39	34,36	2,669
BE	64	36	48	42,31	2,911
SA	64	28	35	31,59	2,238
KA	64	31	40	35,50	2,812
Valid N (listwise)	64				

Sumber: Data diolah Penulis (2017)

Pada Tabel IV.9 menunjukkan hasil pengukuran statistik deskriptif pada seluruh variabel dalam penelitian ini. Statistik deskriptif dari 64 sampel yang diolah ini menggunakan 3 variabel independen yaitu, Bisnis *E-commerce* (BE), Sikap Auditor (SA), dan Keahlian Auditor (KA). Sedangkan variabel Independen yang digunakan yaitu Prosedur Audit *E-commerce* (PAE). Setiap variabel dalam penelitian ini memiliki rata-rata (*mean*) sebesar 34,36; 42,31; 31,59; dan 35,50. Semua nilai yang diperoleh pada setiap variabel menggunakan skala *likert* 1 sampai 5.

Untuk mengetahui lebih jelas mengenai hasil dari uji statistik deskriptif, berikut ini akan dijelaskan analisis dari statistik deskriptif setiap variabel:

- a. Variabel Bisnis E-commerce (BE) menggunakan 10 butir pernyataan. Skor minimum pada variabel tersebut adalah 36 dan skor maksimum adalah 48 dengan nilai rata-rata sebesar 42,31 dari skor total 50. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam penelitian ini auditor setuju bahwa ada pengaruh Bisnis *E-commerce* terhadap Prosedur Audit *E-commerce*.
- b. Variabel Sikap Auditor (SA) menggunakan 7 butir pernyataan. Skor minimum pada variabel ini adalah 28 dan skor maksimum adalah 35 dengan nilai rata-rata sebesar 31,59. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam penelitian ini auditor setuju bahwa Sikap Auditor dapat memengaruhi Prosedur Audit *E-commerce*.
- c. Variabel Keahlian Auditor (KA) menggunakan 8 butir pernyataan. Skor minimum pada variabel ini adalah 31 dan skor maksimum dalam variabel ini adalah 40 dengan nilai rata-rata sebesar 35,50. Hal ini mengindikasikan bahwa setuju Keahlian Auditor memiliki pengaruh terhadap Prosedur Audit *E-commerce*.
- d. Variabel Prosedur Audit E-commerce (PAE) menggunakan 8 butir pernyataan. Skor minimum pada variabel ini adalah 30 dan skor maksimumnya adalah 40 dengan nilai rata-rata 34,36. Hal ini mengindikasikan bahwa Prosedur Audit *E-commerce* yang dilakukan oleh auditor sudah berjalan baik.

B. Pengujian Hipotesis

1. Uji Kualitas Data

Pengujian kualitas data dalam penelitian ini menggunakan 25 responden yang berasal dari luar sampel penelitian, yaitu dengan menggunakan bantuan *goggle docs*. Pengujian ini dilakukan dengan dua tahap yaitu, dengan menguji validitas setiap tiap butir pernyataan dalam kuesioner dan menguji reliabilitas tiap variabel penelitian. Adapun pernyataan yang diuji validitasnya ada 33 butir dan variabel yang diuji reliabilitasnya ada 4 variabel, yaitu variabel prosedur audit *e-commerce* (Y), bisnis *e-commerce* (X1), sikap auditor (X2), dan keahlian auditor (X3).

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya instrumen penelitian atau kuesioner. Pengujian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari butir pernyataan dengan variabel yang diteliti. Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan 25 responden wilayah Jakarta Selatan, dan Jakarta Pusat dengan 33 pernyataan. Adapun jumlah 33 butir pernyataan tersebut terdiri dari 8 butir pernyataan prosedur audit *e-commerce*, 10 butir pernyataan bisnis *e-commerce*, 7 butir pernyataan sikap auditor, dan 8 butir pernyataan keahlian auditor.

Pengujian validitas ini menggunakan uji dua sisi (*two tailed*) dengan tingkat signifikansi 5% dan nilai r tabel dalam penelitian ini adalah

0,396. Besarnya r tabel diperoleh dari *degree of freedom* (df), yaitu dengan mengurangi jumlah responden sebesar 2 ($n-2$). Di dalam uji validitas ini, sampel yang digunakan adalah sebesar 25 responden, maka besarnya df adalah 23 ($25-2$). Butir pernyataan dikatakan valid jika nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r tabel. Semua butir pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid, karena semua nilai r hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai r tabelnya. Hasil pengujian setiap butir pernyataan kuesioner penelitian ini akan disajikan dalam lampiran.

Tabel IV.10
Data Distribusi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

No.	Nama KAP	Kuesioner Dikirim	Kuesioner Kembali
1.	KAP Hertanto Sidik dan Rekan	5	5
2.	KAP S.Manan dan Rekan	10	10
3.	KAP Kanaka Puradiredja Suhartono	10	10
	TOTAL	25	25

Sumber: Data diolah Penulis (2017)

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang dilakukan adalah untuk menguji konsistensi dari suatu instrumen penelitian. Pernyataan yang dapat dikatakan reliabel adalah ketika jawaban responden yang diberikan untuk variabel tersebut adalah konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas ini adalah dengan hasil cornbach alpha dengan standar yang ditentukan yaitu sebesar 0.7. jika cornbach alpha lebih besar dari 0,7 maka dapat dikatakan reliabel.

Tabel IV.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cornbach Alpha	Keterangan
Prosedur audit e-commerce	0,724	Reliabel
Bisnis e-commerce	0,725	Reliabel
Sikap auditor	0,759	Reliabel
Keahlian auditor	0,767	Reliabel

Sumber: Data diolah Penulis (2017)

Dari tabel IV.9 diatas dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang teradapat dalam penelitian ini reliabel, karena nilai cornbach alpha diatas 0,7.

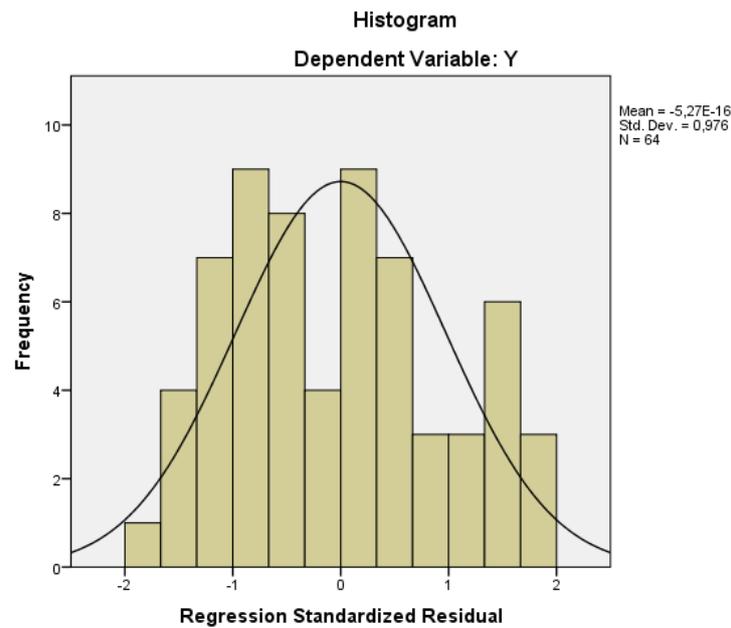
2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah penelitian ini memiliki model regresi yang baik, karena penelitian ini menggunakan model regresi. Model regresi yang baik tidak akan terdapat masalah dan penyebarannya adalah normal, selain itu juga setiap variabel tidak memiliki keterkaitan dan kesamaan varian. Uji asumsi yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas

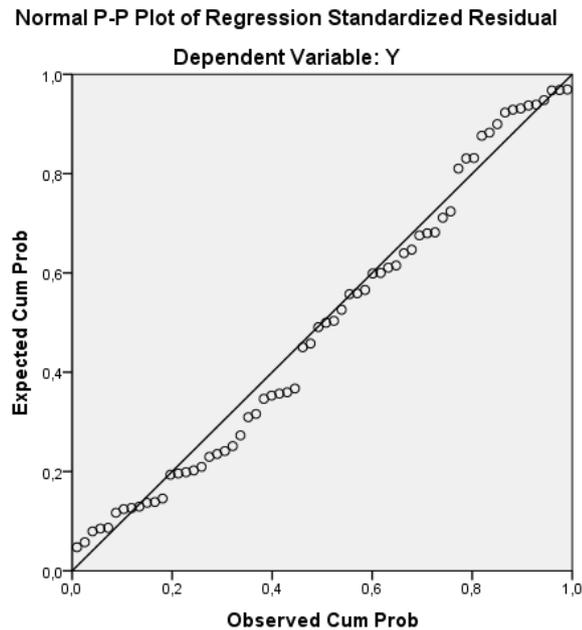
Berdasarkan histogram pada Gambar IV.1 dibawah, menunjukkan bahwa pola distribusi data yang normal dikarenakan cenderung ditengah

sehingga data dapat dikatakan normal. Gambar IV.1 menunjukkan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi uji normalitas.



Gambar IV.1
Grafik Histogram Uji Normalitas

Selain menggunakan grafik histogram, untuk menguji normalitas peneliti menggunakan grafik normal *P-Plot*. Gambaran distribusi data yang normal dapat dilihat melalui grafik normal *P-Plot*. Pada Gambar IV.2 dibawah ini peneliti sajikan grafik normal *P-Plot* untuk menambah serta mendukung gambaran distribusi data yang normal.



Gambar IV.2
Grafik *P-Plot* Uji Normalitas

Pada Gambar IV.2 diperoleh titik-titik distribusi data yang mendekati garis diagonal. Titik-titik distribusi data tersebut menyebar mendekati garis diagonal dan searah dengan garis diagonal. Hal ini menggambarkan bahwa distribusi data pada penelitian ini bergerak ke arah distribusi data normal. Grafik *P-Plot* tersebut menunjukkan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

Uji terakhir yang dilakukan untuk uji normalitas ini adalah dengan menggunakan analisis statistik. Analisis statistik uji normalitas yang digunakan adalah dengan menggunakan *One-sample* Kolmogorov Smirnov. Berikut ini adalah hasil dari uji menggunakan *One-sample* Kolmogorov Smirnov.

Tabel IV.12**Hasil *One-sample* Kolmogorov Smirnov****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,47124547
Most Extreme Differences	Absolute	,089
	Positive	,089
	Negative	-,069
Test Statistic		,089
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primer yang diolah (2016)

Tabel IV.11 menunjukkan bahwa nilai Asymp Sig (2-tailed) adalah 0,200. Nilai ini berada diatas tingkat signifikansi sebesar 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data dalam penelitian ini berdistribusi normal karena $0,200 > 0,05$.

b. Uji Multikolinieritas

Setelah menguji data dengan menggunakan uji normalitas data, maka dapat dilakukan pengujian selanjutnya, yaitu uji multikolinieritas. Tabel IV.12 dibawah ini disajikan hasil dari uji multikolinieritas.

Tabel IV.13

Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	19,096	5,739		3,328	,002		
	BE	-,048	,135	-,052	-,354	,725	,657	1,523
	SA	,388	,153	,326	2,533	,014	,864	1,157
	KA	,141	,140	,149	1,009	,317	,657	1,522

a. Dependent Variable: PAE

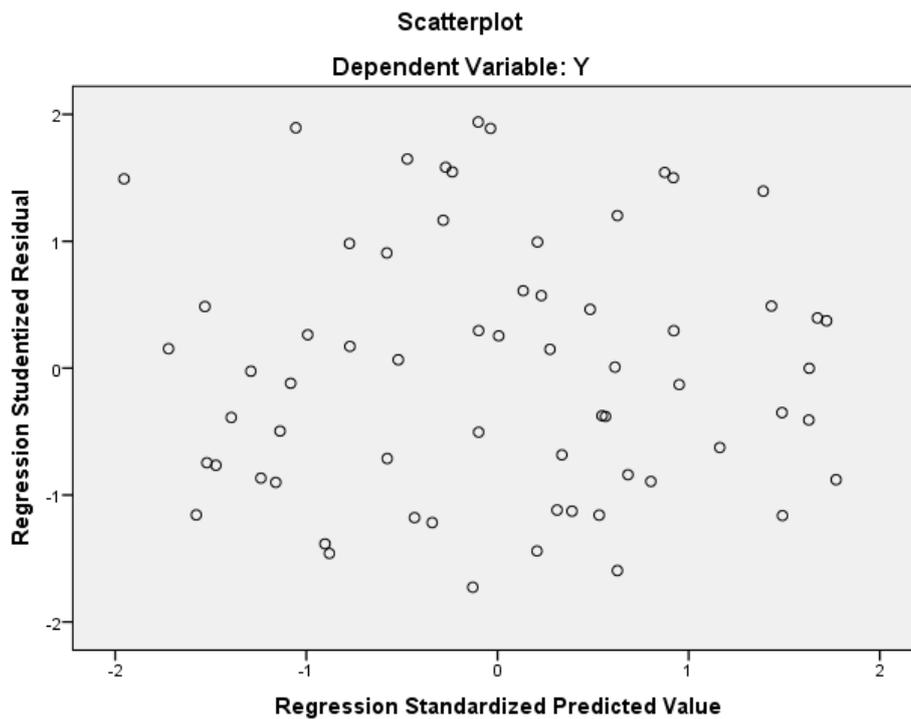
Sumber: Data primer yang diolah (2017)

Pada Tabel IV.12 menunjukkan hasil perhitungan nilai tolerance variabel independen $> 0,10$. tolerance value atau VIF < 10 . Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji telah memenuhi nilai uji multikolinieritas dan tidak terdapat korelasi antar variabel independen dan model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dalam variansi dan residual dari satu

pengamatan ke pengamatan lain. Pengujian ini dapat dilihat dengan menggunakan grafik *scatterplots*. Jika titik-titik data menyebar secara acak, baik keatas atau sumbu Y maupun kebawah, maka data dapat dikatakan heterogen.



Gambar IV.3
Grafik P-Plot Uji Heteroskedastisitas

Pada Gambar IV.3 menunjukkan bahwa titik data menyebar diatas sumbu Y dan dibawah angka 0. Dalam menganalisis grafik plot ini terdapat beberapa kelemahan dikarenakan jumlah sampel pengamatan memengaruhi hasil plotting. Menurut Ghozali (2013), semakin sedikit jumlah sampel maka akan semakin sulit mengintepretasikan hasil grafik plot. Pengujian heteroskedastisitas selanjutnya adalah menggunakan Uji Glejser.

Tabel IV. 14
Uji Glejser

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	7,501	2,983		2,515	,015		
BE	-,119	,070	-,257	-1,696	,095	,657	1,523
SA	,039	,080	,066	,495	,622	,864	1,157
KA	-,046	,073	-,097	-,638	,526	,657	1,522

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data primer yang diolah (2017)

Pada Tabel IV.13 diatas, dapat diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi diatas 0,05 untuk setiap variabel dalam penelitian ini. Variabel bisnis *e-commerce* memiliki nilai signifikansi 0,095, variabel sikap auditor memiliki nilai signifikansi 0.622, dan variabel keahlian auditor memiliki nilai signifikansi 0,526.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda ini dilakukan untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dalam suatu penelitian. Uji regresi linier berganda menghubungkan satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Uji regresi linier berganda ini dapat dilihat dari tabel *coefficients*. Berikut ini disajikan hasil uji regresi linier berganda.

Tabel IV.15
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,096	5,739		3,328	,002
	BE	-,048	,135	-,052	-,354	,725
	SA	,388	,153	,326	2,533	,014
	KA	,141	,140	,149	1,009	,317

a. Dependent Variable: PAE

Sumber: Data primer yang diolah (2017)

Tabel IV.14 menunjukkan hasil uji regresi linier berganda dari setiap variabel independen dalam penelitian ini. Nilai koefisien variabel independen tersebut secara berturut-turut adalah Bisnis E-commerce (BE) -0,048; Sikap Auditor 0.388; dan Keahlian Auditor (KA) 0,141. Nilai koefisien tersebut dapat dibuat dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 19,096 - 0,048 BE + 0,388 SA + 0,141 KA + e$$

Keterangan:

Y = Prosedur audit e-commerce

α = Konstanta

BE = Bisnis e-commerce

SA = Sikap auditor

KA = Keahlian auditor

e = Error

Berdasarkan Tabel IV.14, untuk menguji regresi berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 19,096 menunjukkan tanda positif, hal tersebut berarti, jika variabel bisnis *e-commerce* (X1), sikap auditor (X2), dan keahlian auditor (X3) dianggap konstan atau 0, maka prosedur audit *e-commerce* sebesar 19,096.
- b. Nilai koefisien regresi dari variabel bisnis *e-commerce* adalah sebesar 0,048. Hal ini menunjukkan setiap kenaikan 1 satuan bisnis *e-commerce* maka akan menurunkan prosedur audit *e-commerce* dan faktor lain yang memengaruhi dianggap konstan.
- c. Nilai koefisien regresi dari variabel sikap auditor adalah sebesar 0,388. Hal ini menunjukkan setiap kenaikan 1 satuan sikap auditor maka akan menaikkan prosedur audit *e-commerce* dan faktor lain yang memengaruhi dianggap konstan.
- d. Nilai koefisien regresi dari variabel keahlian auditor adalah sebesar 0,141. Hal ini menunjukkan setiap kenaikan 1 satuan keahlian auditor maka akan menaikkan prosedur audit *e-commerce* dan faktor lain yang memengaruhi dianggap konstan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Pengaruh Parsial (Uji -t)

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing dari variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini dimasukkan kedalam model pengujian dan dibandingkan dengan nilai signifikansi, dengan tingkat signifikansi 0,05. Nilai t tabel untuk $n=64$ adalah 2,000. Pengujian hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.16

Hasil Uji Regresi Linier berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,096	5,739		3,328	,002
	BE	-,048	,135	-,052	-,354	,725
	SA	,388	,153	,326	2,533	,014
	KA	,141	,140	,149	1,009	,317

a. Dependent Variable: PAE

Sumber: Data primer yang diolah (2017)

1. Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama (H_1) dalam penelitian ini menyatakan bahwa bisnis e-commerce berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*. Berdasarkan hasil uji-t pada tabel IV.15 dapat diperoleh nilai t hitung sebesar $0,354 < t$ tabel 2,000 sehingga t hitung $< t$ tabel. Jadi H_1 ditolak dan H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara variabel

independen dan variabel dependen. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) dalam penelitian ini Tidak Diterima.

2. Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua (H_2) dalam penelitian ini menyatakan bahwa sikap auditor berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*. Berdasarkan hasil uji-t pada tabel IV.15 dapat diperoleh nilai t hitung sebesar $2,533 > t$ tabel 2,000 sehingga t hitung $> t$ tabel. Jadi H_2 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H_2) dalam penelitian ini Diterima.

3. Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga (H_3) dalam penelitian ini menyatakan bahwa keahlian auditor berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*. Berdasarkan hasil uji-t pada tabel IV.15 dapat diperoleh nilai t hitung sebesar $1,009 < t$ tabel 2,000 sehingga t hitung $< t$ tabel. Jadi H_3 ditolak dan H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) dalam penelitian ini Tidak Diterima.

b. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji pengaruh simultan (Uji F) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) secara bersama-sama

Memengaruhi variabel dependen (Y). Uji F terdapat pada ANOVA dalam hasil regresi linier berganda. Dengan menggunakan sampel sebanyak 64 dan tingkat signifikansi 0,05, maka didapat nilai F tabel sebesar 2,76.

H_0 : Tidak ada pengaruh antara bisnis *e-commerce*, sikap auditor, dan keahlian auditor terhadap prosedur audit *e-commerce*.

H_1 : Ada pengaruh antara bisnis *e-commerce*, sikap auditor, dan keahlian auditor terhadap prosedur audit *e-commerce*.

Untuk mengetahui apakah hipotesis alternatif mengenai pengaruh ketiga variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dapat dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Jika F hitung lebih besar dari F tabel, maka hipotesis alternatif ini diterima.

Tabel IV.17

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	63,990	3	21,330	3,326	,025 ^b
	Residual	384,744	60	6,412		
	Total	448,734	63			

a. Dependent Variable: PAE

b. Predictors: (Constant), KA, SA, BE

Sumber: Data primer yang diolah (2017)

Hasil pengujian ini menunjukkan nilai F hitung sebesar 3,326. Nilai F hitung ini lebih besar dibandingkan F tabel sebesar 2,76 ($3,326 > 2,76$). Dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak. Jadi, variabel bisnis *e-commerce*, sikap auditor, dan keahlian auditor secara simultan memengaruhi prosedur audit *e-commerce*.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan nilai yang dapat menunjukkan seberapa besar presentase variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Berikut ini disajikan tabel yang menjelaskan besarnya koefisien determinasi:

Tabel IV. 18

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,378 ^a	,143	,100	2,532

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data yang diolah (2017)

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, diperoleh nilai adjusted R square sebesar 0,100 atau 10% yang berarti bahwa bisnis *e-commerce*, sikap auditor, dan keahlian auditor berpengaruh terhadap prosedur audit *e-*

commerce. Ketiga variabel independen tersebut menjelaskan variabilitas variabel independen sebesar 10% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi penelitian ini. Nilai R yang tertera pada hasil koefisien determinasi adalah sebesar 0,378, hal ini menunjukkan bahwa antara variabel independen (X1, X2, X3) yang digunakan dalam penelitian ini, secara serentak memiliki korelasi yang rendah terhadap variabel independen (Y). Korelasi yang rendah ini menunjukkan adanya variabel lain yang lebih berhubungan selain dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel lain yang mungkin lebih berhubungan adalah seperti, tingkat keamanan dan keandalan transaksi (Widarno, 2007), *computer anxiety* (Haya, 2012), pengendalian internal (Wijono, 2012), teknologi *e-commerce* (Wirdasari (2009), proses pengumpulan dan validasi bukti audit (Suhendro, 2007).

C. Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 64 responden auditor yang bekerja di KAP wilayah Jakarta Selatan dan Jakarta Timur. Hal dari penelitian ini adalah: 1.) Bisnis *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*, 2.) Sikap auditor berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*, 3.) Keahlian auditor tidak berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*.

Pembahasan untuk masing-masing hasil uji hipotesis akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh bisnis *e-commerce* terhadap prosedur audit *e-commerce*

Pengujian dengan regresi linier berganda menghasilkan nilai untuk uji-t sebesar 0,354 untuk variabel dependen bisnis *e-commerce* dan nilai t tabelnya adalah sebesar 2,000. Nilai t hitung lebih kecil daripada nilai t tabel ($0,354 < 2,000$). Dan nilai signifikansi adalah sebesar 0,725 lebih besar dari 0,05. Hasil ini dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bisnis *e-commerce* tidak mempunyai pengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*.

Dalam hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa bisnis *e-commerce* yang ada saat ini tidak berpengaruh pada prosedur audit *e-commerce*. Melalui hasil kuesioner, pada poin pernyataan nomor 9 yang menyatakan bahwa berdasarkan pengalaman saya menggunakan internet, perusahaan *e-commerce* akan menyediakan pelayanan yang baik, memiliki jawaban Netral yang cukup signifikan. Pelayanan yang baik yang diberikan oleh perusahaan *e-commerce* ini adalah mencakup keseluruhan aspek bisnis, seperti pemberian informasi yang jujur terkait barang yang dijual, keamanan bertransaksi, keamanan dalam mengirimkan informasi pribadi, dan lain sebagainya. Hal ini mengindikasikan bahwa prosedur audit *e-commerce* yang dilakukan oleh auditor eksternal tidak menjamin kelangsungan hidup dari bisnis *e-commerce* tersebut. Auditor tidak bertanggungjawab atas setiap transaksi dalam bisnis *e-commerce* tersebut,

ruang lingkup auditor hanyalah memastikan bahwa sistem pada perusahaan *e-commerce* tersebut telah berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

Menurut Bambang (2007), walaupun auditor independen telah melakukan penilaian atas suatu situs *e-commerce*, dan dinyatakan bahwa situs tersebut telah sesuai dengan standar yang ditetapkan, bukan berarti auditor bertanggungjawab terhadap transaksi yang terjadi antar konsumen dengan perusahaan *e-commerce* tersebut. Hasil yang diberikan auditor yaitu berupa segel keamanan, tidak menjamin kelangsungan hidup perusahaan *e-commerce* tersebut atau kelangsungan hidup dari keseluruhan bisnis *e-commerce*.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Suhendro (2007) yang menyatakan bahwa bisnis *e-commerce* berpengaruh terhadap risiko-risiko audit, pengendalian internal yang dalam hal ini adalah berkaitan dengan prosedur audit. Akan tetapi penelitian ini mendukung penelitian Mirescu dan Maiorescu (2010) yang menyatakan bahwa *e-commerce* hanya berperan pada sebagian kecil kegiatan ekonomi sehingga masih belum banyak yang membutuhkan audit *e-commerce*, serta hasil penelitian yang diteliti oleh Haya (2014).

2. Pengaruh sikap auditor terhadap prosedur audit *e-commerce*

Pengujian regresi linier berganda untuk variabel sikap auditor dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sikap auditor berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*. Hasil uji-t untuk variabel sikap auditor adalah sebesar 2,533, sedangkan nilai t tabelnya 2,000. Hal ini menunjukkan bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,533 > 2,000$). Selain itu nilai signifikansi dari sikap auditor adalah 0,014 kurang dari 0,05. Adapun arah koefisien dari variabel sikap auditor ini adalah positif yang mengindikasikan jika auditor memiliki sikap positif terhadap audit *e-commerce* maka prosedur audit *e-commerce* yang dilakukan akan semakin baik.

Pada butir pernyataan nomor 5, menyatakan bahwa auditor bersedia memahami proses audit atas sistem informasi perusahaan *e-commerce* sebelum melaksanakan penugasan audit mendapatkan jawaban Sangat Setuju (SS) yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa auditor lebih memilih untuk langsung mempelajari dan memahami proses atau prosedur audit *e-commerce* sebelum melaksanakan penugasan audit. Secara keseluruhan, respon auditor terhadap audit *e-commerce* adalah positif, yang berarti auditor bersedia untuk mempelajari dan memperdalam pengetahuan untuk menjalankan prosedur audit *e-commerce* dengan baik. Auditor yang memiliki respon positif, akan bersedia untuk meningkatkan pengetahuan berkaitan dengan teknologi informasi dan memahami segala prosedur audit *e-commerce* serta memperdalam ilmu tentang audit *e-*

commerce sehingga pada saat melaksanakan penugasan audit, prosedur yang dilakukan oleh auditor sudahlah baik.

Kehadiran bisnis *e-commerce* saat ini membutuhkan jasa audit dari kantor-kantor akuntan publik, untuk itu diperlukan auditor yang mengerti serta memahami prosedur audit *e-commerce* dengan baik. Sikap yang ditunjukkan auditor terhadap prosedur audit *e-commerce* ini merupakan sikap yang positif dimana auditor dapat menambah pengetahuan serta wawasan dan selain itu juga memberikan peluang karir bagi auditor senior maupun auditor junior, Noor (2006).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Noor (2006) dan Wahyu (2014) yang menyatakan bahwa sikap auditor berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*.

3. Pengaruh keahlian auditor terhadap prosedur audit *e-commerce*

Pengujian regresi linier berganda pada variabel keahlian auditor menghasilkan nilai uji-t sebesar 1,009. Nilai t hitung pada variabel ini lebih kecil dibanding t tabelnya, dengan t tabel 2,000 ($1,009 < 2,000$). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel keahlian auditor tidak berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*.

Jika melihat hasil perhitungan dari tiap pernyataan penelitian, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata untuk variabel keahlian auditor mendapatkan angka yang cukup tinggi, yaitu sebesar 35,5. Nilai ini cukup tinggi karena rata-rata jawaban tiap pernyataan adalah 4 mengarah ke angka 5, yang

berarti keahlian auditor sangat diperlukan dalam menjalankan prosedur audit *e-commerce*.

Melalui hasil kuesioner, mayoritas responden setuju bahwa untuk melaksanakan prosedur audit *e-commerce*, auditor memerlukan keahlian khusus. Namun, pada poin pernyataan nomor 26 yang menyatakan bahwa auditor yang menjalankan penugasan audit *e-commerce* harus memiliki keahlian terutama dalam manajemen sistem dan jaringan memiliki jawaban Netral yang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa auditor masih belum yakin dengan keahlian yang dimiliki terutama dalam hal manajemen sistem dan jaringan.

Sebaliknya, pada poin pernyataan nomor 28, yang menyatakan bahwa tim audit harus memiliki anggota dengan keahlian khusus dalam mendeteksi gangguan, pencegahan, dan manajemen pemulihan terhadap *software* yang digunakan memiliki jawaban Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS) yang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa auditor dapat tetap melakukan prosedur audit *e-commerce* walaupun tidak mempunyai keahlian khusus, akan tetapi dalam tim audit tersebut tetap harus ada anggota khusus yang mempunyai keahlian dibidang teknologi dan informasi. Auditor dapat menambah ilmu pengetahuan tentang teknologi dan sistem informasi dengan cara melakukan prosedur audit *e-commerce*, seiring dengan banyaknya pengalaman dalam melakukan penugasan audit *e-commerce* ini.

Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Octavia dan Kustiawan (2013), dan Pathak dan Abdolmohammadi (2007) yang menyatakan bahwa auditor perlu memiliki keahlian khusus dalam menjalankan prosedur audit *e-commerce* dengan baik.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bisnis *e-commerce*, sikap auditor, dan keahlian auditor terhadap prosedur audit *e-commerce*. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah KAP yang berada di wilayah Jakarta Selatan dan Jakarta Timur. Terdapat 64 auditor yang menjadi responden dalam penelitian ini, yang berasal dari 7 KAP di wilayah Jakarta Selatan dan Jakarta Timur dan pernah melakukan audit pada perusahaan *e-commerce*.

Berdasarkan proses penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel bisnis *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*. Dalam hal ini, bisnis *e-commerce* lebih mengandalkan auditor internal untuk menjaga keamanan sistem informasi perusahaan mereka. Auditor eksternal yang menjadi responden dalam penelitian ini hanya menjalankan prosedur audit untuk memastikan bahwa sistem informasi yang berjalan pada perusahaan *e-commerce* tersebut sudah berjalan dengan baik.
2. Variabel sikap auditor berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*. Sikap yang ditunjukkan oleh auditor terhadap audit *e-commerce* ini merupakan sikap yang positif. Sikap positif ini berarti

auditor menganggap audit *e-commerce* sebagai peluang untuk mengembangkan potensi dan karir dimasa depan dan pada akhirnya auditor bersedia untuk mempelajari dan memahami lebih dalam prosedur audit *e-commerce*, sehingga auditor dapat menjalankan penugasan audit dengan baik.

3. Variabel keahlian auditor tidak berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*. Auditor dalam menjalankan prosedur audit *e-commerce*, memerlukan keahlian khusus seperti memahami teknologi informasi dan sistem transaksi dari perusahaan *e-commerce* tersebut. Keahlian khusus sangat dibutuhkan auditor untuk menjalankan prosedur audit *e-commerce* ini, namun dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keahlian tidak berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*. Auditor yang belum mempunyai keahlian khusus tetap dapat menjalankan prosedur audit *e-commerce*, karena biasanya proses pengauditan dilakukan bersama dengan tim audit. Anggota tim audit yang melakukan prosedur audit *e-commerce* ini tidak harus semuanya memiliki keahlian khusus, akan tetapi tetap harus ada anggota yang memiliki keahlian khusus dalam mendeteksi gangguan, pencegahan, dan manajemen pemulihan sistem.

B. Implikasi

Setelah melalui proses penelitian yang melibatkan bisnis *e-commerce*, sikap auditor, dan keahlian auditor serta prosedur audit *e-commerce*. Diperoleh hasil temuan berupa terdapatnya satu variabel yang memengaruhi prosedur audit *e-commerce*, yaitu sikap auditor. Sedangkan variabel bisnis *e-commerce* dan keahlian auditor tidak berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*. Implikasi dari penelitian tersebut adalah:

1. Sikap atau respon auditor yang positif menjadi awal mula yang baik untuk mengembangkan potensi dan karir di masa depan terutama dalam bidang audit *e-commerce*. Sikap ini harus ditingkatkan ketahap selanjutnya yaitu sebuah tindakan nyata. Tindakan auditor dapat dilakukan dengan cara mempelajari prosedur audit *e-commerce*, mempelajari pengetahuan sistem operasi, dan bersedia untuk menerima penugasan audit pada perusahaan *e-commerce* apabila diminta suatu saat. KAP juga dapat membantu auditornya, dengan cara mengikuti pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan teknologi dan sistem informasi.

C. Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, oleh karena itu peneliti memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yang lebih baik lagi. Berikut ini beberapa saran yang diberikan oleh peneliti:

1. Penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah sampel serta melakukan penelitian di wilayah yang lebih luas lagi, sehingga tolak ukur untuk prosedur audit *e-commerce* menjadi lebih luas.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan responden gabungan antara auditor internal dan eksternal, agar mendapatkan hasil yang lebih valid lagi.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mencantumkan pertanyaan mengenai latar belakang pendidikan auditor terutama berkaitan dengan jurusan auditor, agar dapat diketahui apakah bidang audit *e-commerce* ini dapat dikuasai oleh jurusan akuntansi ataukah jurusan lain.
4. Penelitian selanjutnya disarankan agar memilih waktu yang tepat untuk mengajukan kuesioner, agar mendapatkan tanggapan yang lebih baik.
5. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen yang lebih berpengaruh terhadap prosedur audit *e-commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Musa, A. (2004). Auditing E-Business: New Challenges for External Auditors. *Journal of American Academy of Business* .
- Berry, A. (2001). Small and Medium Enterprises Dynamics in Indonesia Bulletin of Indonesia Economic Studies. 363-383.
- Brata, A. (2003). Distribusi Spasial UKM di Masa Krisis Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Rakyat* .
- Donald E Kieso, J. J. (2011). *Akuntansi Intermediate*. Erlangga.
- Gondodiyoto, S. (2009). *Pengelolaan Fungsi Audit Sistem Informasi* . Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Halim, A. (2007). *Auditing dan Sistem Informasi (Isu-isu Dampak Teknologi Informasi)*. Yogyakarta: UUP AMP YKPN.
- Hall, S. (2007). *Auditing Teknologi Informasi dan Assurance*. Jakarta: Salemba Empat.
- Haya, N. (2014). Pengaruh Perkembangan Bisnis E-commerce dan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi terhadap Kebutuhan Jasa Audit E-commerce.
- Indonesia Bisa Melesat Menjadi Jawara E-commerce*. (2016, Oktober 14). Retrieved Oktober 30, 2016, from Indotelko.com: <http://www.indotelko.com/kanal?c=ecm&it=indonesia-melesat-ecommerce>
- Jadgis Pathak, M. L. (2010). E-commerce Audit Judgement Expertise: Does Expertise in System Change Management and Information Technology

Auditing Mediate E-commerce Audit Judgement Expertise? *Informatica Economica Vol.14* .

Jadgish Pathak, M. A. (2007). Perceived Determinants of E-commerce Audit Judgment Expertise.

Jayanti Octavia, K. (2013). Pengaruh Keahlian Auditor Eksternal terhadap Audit E-commerce. *Jurnal Riset Akuntansi Vol. 5* .

Kalakota, R. (1996). Manager's Guide to Electronic Commerce: Addison-Wesley. Defining Electronic Commerce. *EDICAST* , 5.

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (n.d.). Retrieved Oktober 2016, 30, from kominfo.go.id:
https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3298/Sekilas+Palapa+Ring/0/palapa_ring

Ning Zhao, D. C.-C. (2004). Auditing in the E-commerce Era. *Information Management and Computer Security* , 389-400.

Noor, I. (2006). Sikap Auditor terhadap Jasa Audit E-commerce.

Schneider, G. P. (2007). *Electronic Commerce (Seventh Annual Edition)*. Galatea Training Services Limited.

Silviu Vlad Mirescu, T. M. (2010). The Premises and The Evolution of Electronic Commerce. *Journal of Knowledge Management, Economics, and Information Technology* .

Sr Attaway, M. C. (2000). What Every Auditor Needs to Know about E-commerce. *The Internal Auditor* , 56-60.

- Suhendro, S. (2007). Proses Pengumpulan dan Validasi Bukti Audit. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol.12* .
- Tom Burr, M. G. (2002). E-commerce: Auditing the Rage. *The Internal Auditor: vol. 59* , 49-55.
- Wahyu, A. (2014). Pengaruh Sikap Auditor terhadap Jasa Audit E-commerce.
- Widarno, B. (2010). Bisnis E-commerce: Kekhawatiran, Keandalan Transaksi, Perlindungan dan Keamanan atas Informasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol.7* , 1-7.
- Wilkinson, J. (2000). *Accounting Information Systems. 4th edition*. New York: John Wiley & Son.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan Penulisan Skripsi



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
 UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
 FAKULTAS EKONOMI
 Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
 Telpom: (021) 471227/4706285, Fax: (021) 4706285
 Laman: www.fekon.unj.ac.id



KARTU KONSULTASI PEMBIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Ulfa, Gay S
 2. No. Registrasi : 6335132550
 3. Program Studi : SA Akuntansi
 4. Dosen Pembimbing I : Rendi, H.P. M.Kom, NIP. 198403202014041001
 5. Dosen Pembimbing II : Dr. Eddy, S. S. Ak, NIP. 19390429205012001

6. Judul Skripsi : Pengaruh blog e-commerce, tetap auditer, khalian auditor, terhadap prosedur audit e-commerce

NO	TGL/BULN/THN	MATERI KONSULTASI	SARAN PEMBIMBING	TANDA TANGAN	
				DP I	DP II
1	7-03-2017	Judul Skripsi			
2	14-03-2017	ACC Judul			
3	24-03-2017	BAB 1-3			
4	27-03-2017	BAB 1-3 + kuesioner			
5	09-04-2017	Revisi Bab 1-3			
6	05-05-2017	ACC proposal			
7	04-08-2017	Bab 4-5			
8		ACC ktrngi			
9					
10					
11					
12					
13					
14					

SETUJU UNTUK UJIAN SKRIPSI

Catatan :
 1. Kartu ini dibawa dan diandatangani oleh pembimbing pada saat konsultasi
 2. Kartu ini dibawa pada saat ujian skripsi, apabila diperlukan dapat dipergunakan sebagai bukti pembimbingan

Lampiran 2 Surat Penelitian



*Building
Future
Leaders*

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PRI : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982
BUK : 4750930, BAKHUM : 4759081, BK : 4752180
Bagian UHT : Telepon, 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian Humas : 4898486
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 2951C/UN39.12/KM/2017
Lamp. : -
Hal : Permohonan Izin Mengadakan Penelitian
untuk Penulisan Skripsi

15 Juni 2017

Yth. Auditor KAP Agus Ubaidillah & Rekan
Jl. Prof Dr Soepomo SH No 231
Jakarta Selatan

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : Ulfa Giny Septianingrum
Nomor Registrasi : 8335132550
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
No. Telp/HP : 081510232702

Dengan ini kami mohon diberikan ijin mahasiswa tersebut, untuk dapat mengadakan penelitian guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka penulisan skripsi dengan judul :

"Pengaruh Bisnis E-Commerce, Sikap Auditor, Keahlian Auditor Eksternal Terhadap Jasa Audit E-Commerce"

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,
dan Hubungan Masyarakat



Woro Sasmoyo, SH
NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :
1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Koordinator Prodi Akuntansi



Building
Future
Leaders

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon/Faksimile : Rektor : (021) 4893854, PRI : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982
BUK : 4750930, BAKHUM : 4759081, BK : 4752180
Bagian UHT : Telepon, 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian Humas : 4898486
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 2999C/UN39.12/KM/2017
Lamp. : -
Hal : Permohonan Izin Mengadakan Penelitian
untuk Penulisan Skripsi

20 Juni 2017

Yth, Auditor KAP Drs. Bambang S & Rekan
Jl. Wisma Jaya No.2 Rawamangun
Jakarta Timur

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : **Ulfa Giny Septianingrum**
Nomor Registrasi : 8335132550
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
No. Telp/HP : 081510232702

Dengan ini kami mohon diberikan ijin mahasiswa tersebut, untuk dapat mengadakan penelitian guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka penulisan skripsi dengan judul :

"Pengaruh Bisnis E-Commerce, Sikap Auditor Keahlian Auditor Eksternal Terhadap Prosedur Audit E-Commerce"

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,
dan Hubungan Masyarakat



Woro Sasmoyo SH
NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :
1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Koordinator Prodi Akuntansi

Jakarta, 18 Juli 2017

Kepada Yth,
Universitas Negeri Jakarta

Kami yang bertanda tangan dibawah ini, menerangkan bahwa:

Nama : **Ulfa Giny Septianingrum**
Program Studi : **Akuntansi**
Fakultas : **Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

Adalah benar telah menyebarkan kuesioner pada KAP Drs. Bambang S & Rekan sehubungan dengan penyusunan tugas akhir (Skripsi) yang berjudul "**Pengaruh Bisnis E-commerce, Sikap Auditor, dan Keahlian Auditor Eksternal Terhadap Prosedur Audit E-commerce**". Telah kami isi dan kami serahkan kembali kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat keterangan ini kami buat agar dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya.



KAP Drs. Bambang S. & Rekan



Rama Wendra | Registered Public Accountants

Graha Mampang 2nd Floor
 Jl. Mampang Prapatan Raya No. 100
 Jakarta Selatan 12760
 Telp : +62 21 798 8953
 : +62 21 798 5757
 E-mail : staff@ramawendra.net
 Web : www.ramawendra.com

SURAT KETERANGAN
NO: 004/SK/VII/17

Nama : Ulfa Giny Septianingrum
 NIM : 8335132550
 Fakultas : Ekonomi
 Program Studi : Akuntansi
 Universitas : UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
 Perihal : Surat Menyebarkan Kuisisioner
 Judul : "Pengaruh Bisnis E-Commerce, Sikap Auditor Eksternal Terhadap Jasa Audit E-Commerce".

Adalah benar pernah menyebarkan kuisisioner di KAP Rama Wendra (Mc Millan Woods).

Demikian surat keterangan ini dibuat agar digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 18 Juli 2017

Hormat kami,


McMillan Woods
RAMA WENDRA

Rahmad Dany Boy Nababan
 HRD

Jakarta, 24 Juli 2017

Kepada Yth,
Universitas Negeri Jakarta

Kami yang bertanda tangan dibawah ini, menerangkan bahwa:

Nama : **Ulfa Giny Septianingrum**
Program Studi : **Akuntansi**
Fakultas : **Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

Adalah benar telah menyebarkan kuesioner pada KAP Husni, Mucharam & Rasidi sehubungan dengan penyusunan tugas akhir (Skripsi) yang berjudul "**Pengaruh Bisnis E-commerce, Sikap Auditor, dan Keahlian Auditor Eksternal Terhadap Prosedur Audit E-commerce**". Telah kami isi dan kami serahkan kembali kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat keterangan ini kami buat agar dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

KAP Husni, Mucharam & Rasidi



Jakarta, 01 Agustus 2017

Kepada Yth,
Universitas Negeri Jakarta

Kami yang bertanda tangan dibawah ini, menerangkan bahwa:

Nama : **Ulfa Giny Septlaningrum**
Program Studi : **Akuntansi**
Fakultas : **Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

Adalah benar telah menyebarkan kuesioner pada KAP Agus Ubaidillah dan Rekan sehubungan dengan penyusunan tugas akhir (Skripsi) yang berjudul "**Pengaruh Bisnis E-commerce, Sikap Auditor, dan Keahlian Auditor Eksternal Terhadap Prosedur Audit E-commerce**". Telah kami isi dan kami serahkan kembali kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat keterangan ini kami buat agar dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

KAP Agus Ubaidillah dan Rekan



butir_7	Pearson Correlation	,384	,170	,199	,352	,519**	,113	1	,028	,619**
	Sig. (2-tailed)	,058	,416	,340	,084	,008	,589		,893	,001
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
butir_8	Pearson Correlation	,174	,233	-,030	,232	,028	,059	,028	1	,428*
	Sig. (2-tailed)	,405	,262	,886	,265	,893	,780	,893		,033
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Total	Pearson Correlation	,725**	,495*	,497*	,514**	,581**	,593**	,619**	,428*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,012	,011	,009	,002	,002	,001	,033	
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel Bisnis E-commerce (X1)

Correlations

		butir1	butir2	butir3	butir4	butir5	butir6	butir7	butir8	butir9	butir10	Total
butir1	Pearson Correlation	1	,237	,436*	,087	,224	,105	,025	,031	,253	-,619**	,408*
	Sig. (2-tailed)		,254	,030	,679	,281	,618	,907	,883	,222	,001	,043
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
butir2	Pearson Correlation	,237	1	,365	,114	,417*	,245	,347	,273	,592**	-,702**	,554**
	Sig. (2-tailed)	,254		,072	,587	,038	,237	,089	,186	,002	,000	,004
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
butir3	Pearson Correlation	,436*	,365	1	,451*	,208	,250	,459*	,373	,603**	-,552**	,749**
	Sig. (2-tailed)	,030	,072		,024	,318	,229	,021	,066	,001	,004	,000
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
butir4	Pearson Correlation	,087	,114	,451*	1	,643**	,312	,370	,559**	,261	-,114	,730**
	Sig. (2-tailed)	,679	,587	,024		,001	,129	,069	,004	,207	,587	,000
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
butir5	Pearson Correlation	,224	,417*	,208	,643**	1	,285	,248	,426*	,247	-,204	,674**
	Sig. (2-tailed)	,281	,038	,318	,001		,167	,231	,034	,234	,327	,000
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
butir6	Pearson Correlation	,105	,245	,250	,312	,285	1	,132	,166	,297	,010	,519**
	Sig. (2-tailed)	,618	,237	,229	,129	,167		,528	,429	,150	,961	,008
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
butir7	Pearson Correlation	,025	,347	,459*	,370	,248	,132	1	,365	,453*	-,154	,646**
	Sig. (2-tailed)	,907	,089	,021	,069	,231	,528		,073	,023	,461	,000
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
butir8	Pearson Correlation	,031	,273	,373	,559**	,426*	,166	,365	1	,122	-,273	,545**
	Sig. (2-tailed)	,883	,186	,066	,004	,034	,429	,073		,560	,186	,005

	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
butir9	Pearson Correlation	,253	,592**	,603**	,261	,247	,297	,453*	,122	1	-,592**	,670**
	Sig. (2-tailed)	,222	,002	,001	,207	,234	,150	,023	,560		,002	,000
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
butir10	Pearson Correlation	-,619**	-,702**	-,552**	-,114	-,204	,010	-,154	-,273	-,592**	1	-,469*
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,004	,587	,327	,961	,461	,186	,002		,018
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Total	Pearson Correlation	,408*	,554**	,749**	,730**	,674**	,519**	,646**	,545**	,670**	-,469*	1
	Sig. (2-tailed)	,043	,004	,000	,000	,000	,008	,000	,005	,000	,018	
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

BUTIR5	Pearson Correlation	,161	,363	,161	,675**	1	,592**	,118	,439*	,657**
	Sig. (2-tailed)	,442	,075	,442	,000		,002	,573	,028	,000
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
BUTIR6	Pearson Correlation	,408*	,408*	,408*	,592**	,592**	1	,200	,360	,727**
	Sig. (2-tailed)	,043	,043	,043	,002	,002		,338	,078	,000
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
BUTIR7	Pearson Correlation	,385	,385	,560**	,118	,118	,200	1	,460*	,605**
	Sig. (2-tailed)	,057	,057	,004	,573	,573	,338		,021	,001
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
BUTIR8	Pearson Correlation	,320	,320	,520**	,277	,439*	,360	,460*	1	,687**
	Sig. (2-tailed)	,119	,119	,008	,179	,028	,078	,021		,000
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
TOTAL	Pearson Correlation	,719**	,719**	,758**	,626**	,657**	,727**	,605**	,687**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,001	,000	
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Prosedur Audit E-commerce (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,724	9

Variabel Bisnis E-commerce (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,725	11

Variabel Sikap Auditor (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,759	8

Variabel Keahlian Auditor (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,767	9

Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden

VARIABEL PROSEDUR AUDIT E-COMMERCE

Responden	butir1	butir2	butir3	butir4	butir5	butir6	butir7	butir8	TOTAL
1	4	4	4	4	4	5	4	4	33
2	4	4	4	4	3	4	5	5	33
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	3	4	4	31
5	4	4	4	4	3	4	4	4	31
6	4	4	4	4	4	4	4	3	31
7	4	4	4	4	3	4	4	4	31
8	4	4	4	5	5	3	4	4	33
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	4	4	4	3	4	4	4	5	32
11	4	4	5	4	5	4	5	5	36
12	4	4	5	4	5	4	4	4	34
13	4	5	5	5	5	5	5	5	39
14	4	4	4	5	4	4	5	4	34
15	4	5	5	5	5	5	5	5	39
16	4	4	3	4	4	4	4	4	31
17	4	4	4	5	4	4	4	5	34
18	4	5	5	4	4	4	3	4	33
19	4	4	4	3	3	4	4	4	30
20	4	4	3	4	4	3	4	4	30
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	5	5	5	5	5	4	5	5	39
23	4	5	5	5	5	4	5	4	37
24	4	4	5	5	4	5	5	4	36
25	4	5	5	5	5	4	5	5	38
26	4	4	5	5	5	5	5	5	38
27	4	4	5	5	5	4	5	4	36
28	4	4	5	5	5	5	5	5	38
29	4	5	5	5	5	5	5	4	38
30	4	5	5	5	5	5	5	5	39
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	3	4	4	4	4	4	4	4	31
34	4	4	5	5	4	4	4	4	34
35	5	4	5	5	5	4	5	4	37
36	4	4	4	4	4	4	4	3	31
37	4	5	5	5	5	5	5	4	38
38	4	5	4	5	3	4	4	4	33
39	4	4	4	3	4	4	4	3	30
40	5	5	4	4	4	4	4	3	33
41	5	5	4	5	4	5	5	3	36

42	5	5	4	4	4	4	5	3	34
43	5	5	5	4	4	4	5	3	35
44	5	5	5	4	4	4	4	2	33
45	4	4	4	4	4	4	4	2	30
46	5	5	5	4	4	5	4	2	34
47	5	4	5	5	5	5	5	3	37
48	5	4	5	4	4	5	4	3	34
49	4	5	4	4	5	4	4	3	33
50	5	5	5	5	5	5	5	4	39
51	4	3	4	4	4	4	4	4	31
52	5	5	5	4	5	5	5	3	37
53	5	4	5	4	5	5	5	2	35
54	5	5	5	5	5	5	5	2	37
55	5	5	5	4	5	4	5	2	35
56	5	5	4	5	5	5	5	2	36
57	5	5	5	4	4	5	4	3	35
58	5	5	5	4	4	5	4	3	35
59	5	5	5	4	4	5	4	2	34
60	5	5	5	4	5	5	5	2	36
61	5	5	5	4	5	4	5	3	36
62	5	5	5	4	5	5	4	3	36
63	5	4	5	4	5	5	5	2	35
64	5	4	4	5	5	5	4	3	35

VARIABEL BISNIS E-COMMERCE

RESPOND EN	BUTIR 1	BUTIR 2	BUTIR 3	BUTIR 4	BUTIR 5	BUTIR 6	BUTIR 7	BUTIR 8	BUTIR 9	BUTIR 10	TOTAL
1	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	47
2	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
4	4	5	5	3	3	4	5	4	5	4	42
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	40
6	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	40
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
10	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	47
11	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	41
12	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	37
13	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	37
14	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	39
15	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	39
16	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	37
17	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38

18	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
19	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	38
20	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	41
21	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	41
22	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	39
23	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
24	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
25	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
26	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
27	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42
28	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	43
29	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
30	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
31	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
32	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	43
33	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
34	4	3	4	3	4	5	4	5	4	4	40
35	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
36	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42
37	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	41
38	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
39	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
40	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	46
41	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	45
42	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	44
43	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	46
44	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43
45	4	4	3	2	3	4	3	4	4	5	36
46	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	43
47	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
48	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	44
49	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	44
50	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	47
51	4	4	3	4	4	4	3	5	3	5	39
52	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	47
53	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47
54	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
55	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	45
56	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	43
57	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	44
58	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	46
59	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	47
60	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	43
61	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	45
62	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	46

63	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	44
64	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	43

VARIABEL SIKAP AUDITOR

RESPONDEN	BUTIR1	BUTIR2	BUTIR3	BUTIR4	BUTIR5	BUTIR6	BUTIR7	TOTAL
1	4	4	4	4	5	5	5	31
2	4	4	4	5	5	5	4	31
3	4	4	5	5	5	5	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	5	5	4	4	4	30
6	4	4	4	4	4	4	5	29
7	5	5	4	4	4	4	4	30
8	5	4	5	4	5	4	5	32
9	5	4	5	4	4	4	4	30
10	5	5	5	5	4	5	4	33
11	4	4	4	4	4	4	4	28
12	4	4	4	3	5	5	5	30
13	5	5	5	5	5	5	4	34
14	4	5	4	4	4	4	4	29
15	5	5	5	5	5	5	4	34
16	4	4	4	4	4	5	4	29
17	4	4	4	4	4	4	4	28
18	4	4	4	4	4	4	4	28
19	4	4	4	5	5	5	5	32
20	4	4	4	5	5	4	4	30
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	4	5	5	4	5	5	4	32
23	4	4	5	5	5	5	5	33
24	4	5	5	5	5	5	5	34
25	4	4	5	4	4	4	4	29
26	4	4	4	4	5	5	5	31
27	4	3	5	5	4	4	4	29
28	4	4	4	4	5	5	5	31
29	4	4	5	5	5	5	5	33
30	4	5	5	5	5	5	5	34
31	5	5	5	5	4	5	5	34
32	5	4	4	4	4	4	5	30
33	5	5	4	5	5	5	4	33
34	5	5	4	5	5	5	5	34
35	5	5	5	5	5	5	4	34
36	4	4	5	5	5	5	5	33
37	4	4	5	5	5	5	4	32

38	4	4	4	5	5	5	5	32
39	4	4	4	4	4	4	4	28
40	5	5	5	5	5	5	4	34
41	5	5	5	5	5	4	4	33
42	5	5	5	5	5	5	5	35
43	5	5	5	5	5	5	5	35
44	5	5	5	5	5	5	5	35
45	4	4	5	3	4	4	4	28
46	5	5	5	5	5	5	5	35
47	4	4	5	5	5	4	4	31
48	4	5	4	4	5	4	5	31
49	4	4	4	4	4	4	5	29
50	4	4	4	4	5	5	5	31
51	4	4	5	4	4	4	4	29
52	5	5	5	5	5	5	5	35
53	5	5	5	4	5	5	4	33
54	5	5	5	5	5	5	5	35
55	4	4	4	4	5	5	5	31
56	5	5	5	5	5	5	5	35
57	5	4	5	5	4	5	4	32
58	5	5	5	5	5	5	5	35
59	5	4	5	5	5	4	4	32
60	5	4	5	4	5	4	4	31
61	4	5	5	5	4	4	4	31
62	4	5	4	5	4	4	4	30
63	5	5	5	4	4	4	4	31
64	5	4	5	5	5	4	4	32

VARIABEL KEAHLIAN AUDITOR

RESPONDE N	BUTIR 1	BUTIR 2	BUTIR 3	BUTIR 4	BUTIR 5	BUTIR 6	BUTIR 7	BUTIR 8	TOTA L
1	4	4	4	4	4	4	4	3	31
2	4	5	5	4	4	5	5	5	37
3	4	4	5	4	5	5	4	5	36
4	4	5	5	4	5	5	4	5	37
5	4	4	4	5	5	5	4	5	36
6	4	4	4	4	4	4	3	4	31
7	4	5	5	5	4	4	5	5	37
8	4	4	5	5	4	5	4	5	36
9	4	4	5	4	5	5	5	4	36
10	4	5	4	4	5	4	5	5	36
11	4	4	4	3	4	4	4	4	31

57	5	5	5	4	4	4	4	4	35
58	5	5	5	5	4	5	5	4	38
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	5	5	5	5	5	4	5	5	39
61	5	5	5	5	5	5	4	5	39
62	5	5	5	4	4	4	5	5	37
63	5	5	5	4	4	5	5	4	37
64	5	5	5	4	5	5	5	5	39

Lampiran 5 Rincian Data Kuesioner yang Tidak Dapat Diolah

No.	Nama KAP	Jumlah	Keterangan
1.	KAP Husni Mucharam Rasidi	6	4 responden belum pernah melakukan audit <i>e-commerce</i> ; 2 responden mempunyai masa kerja kurang dari 1 tahun.
2.	KAP Rama Wendra	4	1 responden belum pernah melakukan audit <i>e-commerce</i> ; 3 responden mempunyai masa kerja kurang dari 1 tahun
3.	KAP Agus Ubaidillah	1	Masa kerja kurang dari 1 tahun dan belum pernah melakukan audit <i>e-commerce</i>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Ulfa Giny Septianingrum, lahir di Jakarta 4 September 1995.

Anak kedua dari tiga bersaudara. Merupakan anak perempuan dari pasangan Sugijanto dan Lenny Setiana. Mempunyai satu kakak laki-laki dan satu adik laki-laki. Bertempat tinggal di Jalan Pejuang Jaya Blok B. No 15 RT 012 RW 011 Bekasi Barat.

Menempuh pendidikan formal pada SDN Pejuang VII dan lulus 2007, kemudian SMPN 19 Bekasi dan lulus pada 2010, lalu SMAN 10 Bekasi lulus pada 2013, dan Universitas Negeri Jakarta selama 2013-2017.

Sewaktu kuliah, Penulis aktif di berbagai organisasi kampus. Penulis diamanahkan sebagai Kepala Biro Dana dan Usaha Himpunan Mahasiswa Jurusan Akuntansi UNJ Periode 2015-2016.