

PENGARUH RISIKO BISNIS DAN KEAHLIAN AUDITOR TERHADAP KEBUTUHAN JASA AUDITOR E - COMMERCE

Syakieb Arsalan¹, Dini Verdania Latif², Niki Hadian³ Evi Octavia⁴, Shinta Dewi Herawati⁵,
Rina Tresnawati⁶, Mochamad Kohar Mudzakar⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Faculty of Economics and Business, Widyatama University, Bandung

syakieb.arsalan@widyatama.ac.id¹, dini.verdania@widyatama.ac.id², niki.hadian@widyatama.ac.id³,
evi.octavia@widyatama.ac.id⁴, shinta.dewi@widyatama.ac.id⁵, rina.tresnawati@widyatama.ac.id⁶,
kohar.mudzakar@widyatama.ac.id⁷

ABSTRAK

Teknologi berdampak baik pada bisnis E - Commerce. Namun, memiliki risiko pencurian data pelanggan, buruknya pelayanan, server lambat dan fluktuasi mata uang asing dalam transaksi internasional. Karenanya bisnis E-Commerce memerlukan jasa audit untuk memastikan keamanan transaksi penjual dan pembeli, di mana data yang dikirim hanya dapat diakses oleh mereka yang bertransaksi. Selain risiko bisnis, kebutuhan jasa audit karena pengusaha E - Commerce yakin auditor memiliki keahlian mengatasi masalah perusahaan. Penggunaan jasa audit untuk melindungi semua transaksi pengguna E - Commerce yang berdampak kepuasan pengguna layanan E - Commerce. Hasil penelitian menunjukkan risiko bisnis tidak berpengaruh terhadap kebutuhan jasa audit, sedangkan keahlian auditor memberikan pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci : Audit, E - Commerce, Keahlian Auditor, Kebutuhan Auditor, Risiko Bisnis

ABSTRACT

Technology has a good impact on E-Commerce businesses. However, there is a risk of customer data theft, poor service, slow servers and foreign currency fluctuations in international transactions. Therefore, E-Commerce businesses require audit services to ensure the security of seller and buyer transactions, where the data sent can only be accessed by those making the transaction. Apart from business risks, audit services are needed because E-Commerce entrepreneurs believe auditors have the expertise to solve company problems. Use of audit services to protect all E-Commerce user transactions which impact E-Commerce service user satisfaction. The research results show that business risk has no influence on the need for audit services, while auditor expertise has a significant influence.

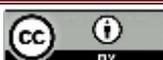
Keywords: Audit, Auditor Expertise, Auditor Needs, Business Risk, E-Commerce

PENDAHULUAN

Di era milenial ini, membangun bisnis E-Commerce adalah bisnis yang sangat menjanjikan. Bisnis ini hanya memanfaatkan jaringan internet, bersama dengan aplikasi dan media sosial. Perusahaan harus menumbuhkan atau memperluas aktivitas perusahaannya dengan memanfaatkan internet sebagai media untuk menjadi wadah untuk bisnis online nya guna mendapatkan keunggulan kompetitif atas para pesaingnya. Tindakan pertama yang dilakukan oleh pelaku bisnis ini adalah dengan membuat situs web yang menampilkan profil perusahaan serta barang - barang yang diproduksinya.

Setelah itu, pelaku bisnis dapat memasarkan produknya melalui website, dan pelanggan juga dapat melakukan pembelian di sana.

E - Commerce mengacu pada perdagangan elektronik berdasarkan pemrosesan elektronik dan transmisi data, termasuk teks, audio dan video. Hal ini termasuk jual beli barang dan jasa elektronik, pengiriman data digital secara online, transfer uang secara elektronik, jual beli saham elektronik, penulisan surat, lelang bisnis, kolaborasi desain dan konstruksi, pembelian online, pemasaran konsumen langsung dan Aftermarket. Termasuk berbagai jenis kegiatan dan layanan penjualan.



Bisnis melalui E-Commerce memberi kemudahan bagi konsumen, produsen dan pebisnis. Aktivitas jual beli yang dulu harus dilakukan secara tatap muka sekarang dapat dilakukan mudah secara online tanpa batasan waktu dan tempat. Namun, kemudahan yang diberikan kepada konsumen ini seringkali disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan tindak kejahatan. Sebagai contoh pada tahun 2019, terjadi peretasan oleh hacker pada web E-Commerce Bukalapak. Hacker tersebut dapat meretas sebanyak 13 juta akun pengguna Bukalapak. Kemudian, di tahun 2020, terjadi juga peretasan terhadap 91 juta akun pengguna Tokopedia. Upaya pencurian data ini bukan hal yang baru dan Tokopedia dapat meyakinkan penggunaannya bahwa informasi data pengguna tetap aman karena terlindungi dengan adanya enkripsi. Pencurian data pengguna juga terjadi pada pengguna supermarket online milik Lazada. Sebanyak 1,1 juta pengguna data telah diretas. Data pengguna itu telah dicuri dari database yang dihosting oleh penyedia layanan pihak ketiga (Malia, 2021). Hal ini menunjukkan adanya risiko keamanan online bagi pengguna E-Commerce.

Selain kasus peretasan data, terdapat kasus lain yang berkaitan dengan kegiatan E - Commerce. Menurut Ketua Pengurus Harian Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), terdapat pengaduan konsumen pengguna E-Commerce mengenai barang yang dipesannya, antara lain, barang yang konsumen terima tidak sesuai dengan yang dipesan (20 %), pengembalian dana pelanggan (32 %), pembatalan sepihak oleh E-Commerce (8%) dan barang tidak pernah diterima (7 %) (Novina Putri Bestari, 2023). Hal ini menunjukkan adanya risiko kehilangan pelanggan bagi E-Commerce karena layanan pelanggan yang buruk.

Risiko lain yang dihadapi oleh E-Commerce adalah adanya pelanggaran kekayaan intelektual, rendahnya ranking SEO (Search Engine Optimization), metode otentikasi tidak memadai, Risiko penggunaan mata uang asing dalam transaksi internasional. (Sana Editorial Team, 2022).

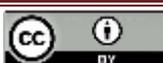
Bisnis melalui E-Commerce yang memberi kemudahan bagi konsumen, produsen dan pebisnis, juga sekaligus menimbulkan risiko kerugian, kemudahan yang diberikan kepada konsumen ini seringkali disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab untuk

melakukan tindak kejahatan. Karena adanya risiko yang dihadapi oleh bisnis E-Commerce tersebut, maka diperlukan jasa audit E-Commerce.

Layanan audit toko online adalah layanan audit yang memastikan tingkat keamanan informasi bagi pemangku kepentingan, yaitu. bahwa segala informasi yang dikirimkan melalui internet hanya dapat diakses oleh orang yang berhak melakukan transaksi jual beli di toko online tersebut. Sedangkan jasa verifikasi adalah jasa ahli independen yang dapat meningkatkan kualitas informasi yang diberikan kepada pengambil keputusan. Dalam layanan verifikasi, informasi penting tidak hanya informasi keuangan saja, tetapi juga mencakup informasi non keuangan. Sebenarnya audit toko online tidak berbeda dengan audit yang dilakukan oleh kantor auditor pada umumnya, perbedaannya terletak pada tujuan audit, jika tujuan audit atas laporan keuangan sebelumnya adalah untuk mengetahui apakah laporan keuangan klien telah sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku secara umum, Tujuan audit E- Commerce adalah untuk mengetahui apakah sistem belanja online pelanggan berfungsi dengan baik dan sesuai dengan tujuan keamanan dalam E-Commerce.

Kebutuhan jasa audit e-commerce merupakan layanan yang diberikan oleh auditor independen kepada pebisnis e-commerce. Layanan audit diberikan kepada para pebisnis ini dalam bentuk jaminan atas laporan keuangan. Audit e-commerce memiliki definisi: "Audit e-commerce adalah suatu pengendalian yang ditujukan untuk memberikan jaminan kepada pihak-pihak yang berkepentingan tentang tingkat keamanan informasi, yaitu bahwa semua informasi yang dikirimkan melalui internet hanya dapat diakses oleh orang-orang yang memiliki hak atas sesuatu. di perusahaan bisnis online dan sistem transaksi e-commerce berjalan dengan baik.

Berdasarkan uraian di atas yang menjelaskan bahwa terdapat perkembangan yang pesat pada bisnis E-Commerce dan adanya risiko yang dihadapi bisnis tersebut, maka jasa audit sangat diperlukan agar bisnis terhindar dari risiko. Oleh karenanya auditor harus memiliki keahlian yang dibutuhkan oleh E - Commerce, terutama pengetahuan mengenai teknologi. Oleh karenanya penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti pengaruh risiko yang dihadapi E-Commerce dan keahlian auditor terhadap kebutuhan jasa auditor.



TINJAUAN PUSTAKA

Bisnis E - Commerce

Perdagangan elektronik, atau disingkat perdagangan elektronik, memiliki beberapa definisi, antara lain diungkapkan oleh Information Audit and Control Association (ISACA, 2007): "E-commerce didefinisikan sebagai proses dimana organisasi melakukan bisnis elektronik dengan pelanggan mereka, pemasok dan mitra bisnis eksternal lainnya menggunakan Internet sebagai teknologi yang memungkinkan. Oleh karena itu termasuk bisnis – ke - bisnis (B2B) dan bisnis – ke - konsumen (B2C) model elektronik."

Didefinisikan oleh SACA Electronic Commerce, proses di mana organisasi melakukan perdagangan elektronik dengan pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis eksternal lainnya memungkinkan penggunaan Internet sebagai teknologi. Oleh karena itu, ini mencakup model e-commerce business – to - business (B2B) dan business – to - consumer (B2C).

(Urbaczweski et al, 2002), "E - commerce adalah penggunaan jaringan komputer untuk melakukan bisnis, terutama untuk membeli dan menjual barang dan jasa dan informasi secara elektronik dengan pemasok, pelanggan atau pesaing, atau antara konsumen. Definisi ini mencakup dua persyaratan utama. Itu harus dipenuhi sebelum e - commerce dapat diklasifikasikan sebagai e - commerce: harus online dalam beberapa bentuk dan harus ada pertukaran nilai.

Bisnis E - Commerce memiliki manfaat dan kelebihan dibandingkan bisnis lainnya. Manfaat bisnis E - Commerce adalah sebagai berikut (Sugiharto, 2022):

1. Kemampuan mendapatkan pasar yang lebih luas. Hal ini terjadi karena bisnis dilakukan secara online, sehingga dapat dijangkau oleh konsumen di dunia baik di dalam maupun di luar negeri.
2. Bisnis dapat dilakukan secara 24 jam secara penuh. Konsumen dapat melakukan pembelian kapan dan dimanapun.
3. Dapat menurunkan biaya operasional. Bisnis e Commerce tidak memerlukan pengeluaran untuk membayar sewa tempat, listrik dan biaya lainnya
4. Dapat mengurangi risiko barang rusak karena adanya sistem dropship
5. Sistem database yang terintegrasi, sehingga memudahkan untuk pengelolaan transaksi, seperti pengiriman pesanan pelanggan

6. Memudahkan pembeli dalam pencarian barang dengan harga yang lebih murah dari berbagai pilihan penjual yang ada.

Risiko E business

Berbagai risiko yang dihadapi bisnis E-Commerce (Pong, 2018):

1. Risiko keamanan
Terdapat berbagai macam ancaman keamanan yang harus diwaspadai, termasuk malware, serangan phishing, peretasan, dan email spam. Untuk bertahan dari ancaman ini, suatu bisnis E-Commerce harus terus menerus memperbarui sistem operasi platform bisnis secara teratur.
2. Keandalan Sistem
Server penyedia layanan Internet sering mengalami keterlambatan server dan seringkali macet, sehingga sistem seringkali tidak dapat diandalkan. Akibatnya sistem pembayaran online pelanggan dapat menampilkan kesalahan, dan log in ke dalam sistem dapat mengalami bug.
3. Masalah Privasi
Data pribadi pelanggan dapat disusupi dan digunakan untuk spamming, pencurian identitas, dan pemasaran yang tidak diminta. Untuk mencegah hal ini, pelanggan diminta untuk memiliki kata sandi yang kuat.
4. Sengketa Pelanggan
Berbagai macam perselisihan antara bisnis dan pelanggan dapat terjadi. Pelanggan mungkin tidak menerima pesanan mereka, kartu kredit mereka ditagih dua kali, atau produk yang mereka terima tidak sesuai dengan deskripsi online, pengembalian dana. Untuk mencegah hal ini, sebaiknya bisnis memiliki bagian layanan pelanggan yang baik dan memperbaiki semua kemungkinan kesalahan yang dibuat.
5. Penipuan Kartu Kredit
Seseorang dapat menggunakan kartu kredit curian untuk melakukan pembelian online, atau peretas dapat menggunakan data kredit curian dari pelanggan lain di sistem perusahaan.
6. Rendahnya search engine optimization (SEO).
SEO dan aktivitas pemasaran bisnis E - Commerce merupakan risiko yang serius. Peringkat SEO rendah berarti lalu lintas rendah ke situs bisnis, yang pada akhirnya menghasilkan lebih sedikit jumlah penjualan.
7. Transaksi dalam mata uang asing
Risiko transaksi dalam mata uang asing, hal



ini terjadi karena nilai mata uang asing sering mengalami fluktuasi dan tidak stabil akibat perubahan kondisi ekonomi dunia.

Audit E - Commerce

Menurut (Achdiat, 2000), audit E - Commerce memiliki definisi sebagai berikut: "Audit E - Commerce adalah audit yang dilakukan untuk memberikan ketenangan pikiran kepada pemangku kepentingan tentang tingkat keamanan, yang berarti bahwa semua data yang dikirimkan melalui Internet memiliki hak untuk berdagang online dengan perusahaan e - niaga. Transfer akses oleh mereka yang memiliki sistem perdagangan e-niaga yang berfungsi dengan baik. Berdasarkan definisi ini, audit E - Commerce adalah proses dimana orang yang kompeten mengevaluasi dan meninjau bukti bisnis entitas E - Commerce untuk tujuan menetapkan dan melaporkan kepatuhan terhadap kegiatan ekonomi. Anda bisa menyimpulkan. Dalam peraturan atau tata cara yang dikeluarkan.

Tujuan dari audit adalah untuk memastikan keamanan dan integritas transaksi E - Commerce dengan memverifikasi bahwa kontrol dapat (1) mendeteksi dan memperbaiki pesan yang hilang karena kegagalan peralatan, (2) mencegah dan mendeteksi akses ilegal ke Internet, (3) menyediakan data setelah berhasil memperoleh informasi. Prosedur pencadangan memadai untuk menjaga integritas fisik dan keamanan database dan file jaringan lainnya. (1) Semua transaksi EDI telah disetujui dan divalidasi, dan sesuai dengan akun (2) organisasi yang tidak berwenang tidak dapat mengakses catatan database, (3) data hanya dikontrol oleh akun yang berwenang. Pastikan sudah memiliki akses. (4) Manajemen yang tepat tersedia untuk memastikan kemampuan audit semua transaksi EDI.

Keahlian Auditor

Auditing adalah proses dimana orang yang berpengalaman dan independen mengumpulkan dan mengevaluasi bukti informasi terukur tentang suatu entitas untuk menentukan dan melaporkan kepatuhan dengan kriteria tertentu. Audit tahunan, atau audit, umumnya dikenal sebagai audit, bertujuan untuk menilai apakah suatu implementasi sejalan dengan rencana yang diberikan. Tes ini membantu Anda membandingkan data atau dokumen yang ada dengan fakta yang sebenarnya terjadi di lapangan

Menurut (Boynton et al., 2006) adalah suatu proses yang sistematis untuk memperoleh dan

mengevaluasi secara objektif bukti yang berkaitan dengan klaim tentang kegiatan dan peristiwa ekonomi, dengan tujuan untuk menentukan tingkat kesesuaian klaim tersebut dengan kriteria yang telah ditentukan dan mengkomunikasikan hasilnya kepada para pihak yang berkepentingan.

Beberapa fitur utama dari definisi ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Suatu proses sistematis dalam bentuk serangkaian langkah atau prosedur yang logis, terstruktur, terorganisir.
- b. Memperoleh dan menilai bukti secara objektif memeriksa dasar tuduhan dan, dengan atau terhadap orang (atau organisasi) yang membuat tuduhan, secara adil dan berprasangka baik hasil investigasi tersebut yang berarti mengevaluasi.
- c. Klaim tentang kegiatan dan peristiwa ekonomi mewakili individu atau kelompok.

Auditor harus memiliki berbagai tingkat ketrampilan dan pengetahuan untuk memahami bisnis E - Commerce. Auditor harus memiliki pengetahuan bisnis yang cukup untuk memungkinkan auditor mengidentifikasi dan memahami transaksi, dan praktik yang sangat berarti bagi perusahaan. Pengetahuan tentang bisnis juga mencakup pengetahuan umum tentang ekonomi dan industri tempat entitas beroperasi.

Auditor juga harus mengetahui strategi E - Commerce dalam penggunaan teknologi dan penilaian tingkat risiko yang dapat diterima, yang meliputi: pengetahuan mengenai keterlibatan pihak yang bertanggung jawab atas tata kelola dalam mempertimbangkan penyalarsan strategi aktivitas E - Commerce dengan keseluruhan bisnis entitas, pengetahuan mengenai sikap manajemen terhadap risiko dan bagaimana hal ini dapat memengaruhi risiko profil entitas, sejauh mana manajemen telah mengidentifikasi peluang dan risiko E - Commerce serta apakah E - Commerce telah di dukung oleh sistem pengendalian yang sesuai (International Federation of Accountants. International Auditing Practices Committee., 2002)

Auditor diharapkan dapat mengatasi masalah risiko bisnis yang timbul dalam E-Commerce melalui audit terhadap pelaksanaan pengendalian infrastruktur keamanan yang tepat yang umumnya mencakup tindakan untuk (International Federation of Accountants. International Auditing Practices Committee, 2002) :

- a. Memverifikasi identitas pelanggan dan



- pemasok.
- b. Memastikan integritas transaksi,
- c. Memperoleh kesepakatan mengenai syarat - syarat perdagangan, termasuk kesepakatan penyerahan dan persyaratan kredit dan proses penyelesaian sengketa,
- d. Menetapkan protokol perlindungan privasi dan informasi dengan mempertimbangkan hal - hal seperti: penggunaan yang efektif dari firewall dan perangkat lunak perlindungan virus, penggunaan enkripsi yang efektif, pengendalian atas pengembangan dan penerapan sistem yang digunakan untuk mendukung kegiatan E - Commerce.

Kebutuhan jasa Auditor oleh E-Commerce

Konsumen pada saat ini memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap kinerja situs web. Hampir 70 % konsumen mengatakan bahwa mereka cenderung tidak melakukan pembelian jika web tidak berfungsi secara optimal. Oleh karenanya, pengusaha E - Commerce sangat mengharapkan bantuan dari auditor agar dapat memberikan jasa yang dapat membantu menjaga situs E - Commerce tetap optimal sepanjang tahun.

Pengusaha E - Commerce mengharapkan auditor dapat menilai desain, fungsionalitas, dan pengalaman pengguna situs web. Mereka dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan membuat perubahan yang diperlukan untuk membuat pelanggan kembali. Audit rutin juga harus dapat memastikan bahwa pelaku E - Commerce dapat menemukan masalah sebelum berdampak negatif pada peringkat SEO atau jumlah pelanggan yang menyelesaikan proses pembayaran.

Penelitian yang dilakukan oleh White (White, 2023) menunjukkan bahwa sebanyak 32% dari klien mengganti auditor mereka karena auditor yang baru lebih memahami penggunaan teknologi dibandingkan sebelumnya. Hal ini juga memberikan keyakinan kepada klien bahwa auditor yang baru dapat memberikan audit yang berkualitas.

Penggantian auditor ini menunjukkan keragu - ragan klien terhadap kualitas audit dari auditor sebelumnya. Hal ini dapat memberikan petunjuk bahwa terdapat tantangan tambahan utama yang dihadapi oleh auditor. Auditor perlu berinovasi dan memasukkan teknologi baru ke dalam audit. Tidak cepat tanggapnya auditor akan memiliki risiko kehilangan klien (White, 2023)

Risiko Bisnis E - Commerce dan Pengaruhnya

terhadap Kebutuhan Auditor

Risiko utama yang dihadapi bisnis E - Commerce adalah berkaitan dengan sistem teknologi informasi. Risiko yang dihadapi seperti kurangnya keamanan data dapat menyebabkan bisnis tidak mampu menjaga kerahasiaan informasi. Kurangnya integritas informasi menyebabkan informasi dapat diubah, sengaja atau tidak sengaja, dalam beberapa cara. Agar integritas dapat terjamin, otentikasi adalah cara untuk memverifikasi pengiriman informasi. Otentikasi dapat dicapai melalui pengendalian kata sandi, nomor identifikasi pribadi, tanda tangan digital seperti yang dibahas di atas, atau identifikasi lain seperti berdasarkan fitur fisik seperti foto, sidik jari, dan pengenalan suara (biometrik). Risiko penolakan mungkin saja terjadi ketika salah satu pihak dalam transaksi mengklaim bahwa tidak ada transaksi dan karenanya bisnis gagal untuk menghormati kontrak. Risiko ini dapat dikurangi dengan cara yang sistem yang dirancang dengan baik melalui pendokumentasian bukti asal, bukti penerimaan pemesanan. Prosedur otentikasi biasanya digunakan untuk membatasi akses ke bagian tertentu dari sistem. Salah satu jenis yang terpenting dari sistem pengendalian akses adalah firewall. Firewall adalah teknik yang digunakan untuk membatasi dan mengontrol akses ke perangkat keras, perangkat lunak, dan data dari pengguna di luar jaringan perusahaan. Tujuan dasar dari kontrol firewall adalah untuk memungkinkan karyawan di jaringan perusahaan mengakses sumber daya di jaringan lain sambil mencegah pengguna yang tidak sah mengakses sistem di jaringan perusahaan. Firewall merupakan sistem keamanan yang rumit dan oleh karena itu perlu didokumentasikan dengan baik. Pemeliharaan dari sistem firewall dengan demikian dapat mewakili masalah keamanan utama. Yang harus diperhatikan juga bahwa firewall tidak melindungi perusahaan dari penyalahgunaan oleh karyawan dalam organisasi. Risiko ini perlu diatasi dengan langkah-langkah keamanan tambahan seperti pengendalian otentikasi lebih lanjut dan pemisahan tugas melalui kata sandi dan pengendalian secara fisik.

Pengendalian otentifikasi merupakan pengendalian utama untuk mendukung keandalan fungsi dari suatu aplikasi. Oleh karenanya diperlukan audit dalam sistem E - Commerce untuk menjamin keamanan data. Selain itu, terdapat risiko lain yang dihadapi oleh bisnis E - Commerce, seperti adanya sengketa



dan keluhan dari pelanggan seperti barang yang konsumen terima tidak sesuai dengan yang dipesan, pengembalian dana pelanggan, pembatalan sepihak oleh e commerce dan barang tidak pernah diterima (Bestari, 2023). Hal ini menunjukkan adanya risiko kehilangan pelanggan bagi E - Commerce karena layanan pelanggan yang buruk.

Banyaknya risiko yang dihadapi oleh bisnis E - Commerce mengakibatkan kebutuhan akan adanya jasa audit E - Commerce. Kebutuhan ini juga didukung dengan keyakinan klien bahwa auditor memiliki keahlian yang cukup untuk mengatasi risiko yang dialami bisnis e -

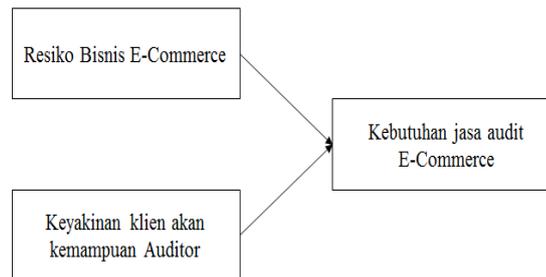
commerce

Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

H1: Adanya Risiko E - Commerce berpengaruh terhadap kebutuhan auditor

H2: Keyakinan klien terhadap keahlian auditor untuk mengatasi risiko bisnis berpengaruh terhadap kebutuhan auditor

H3: Adanya risiko E - Commerce dan keyakinan terhadap keahlian auditor untuk mengatasi risiko bisnis berpengaruh terhadap kebutuhan auditor dan kerangka penelitian disajikan dalam gambar 1, sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Jenis Metode Penelitian

Berdasarkan variabel yang diteliti, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah explanatory study. Menurut (Sugiyono, 2014), *explanatory research* adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel yang diteliti dan hubungan antar variabel.

Populasi dan sampel penelitian

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang memiliki bisnis E – Commrece. Sampel penelitian adalah sebanyak 100 perusahaan yang menjalankan bisnis E - Commerce, hanya untuk kepentingan analisis hanya bisa digunakan data dari sebanyak 76 perusahaan E - Commerce.

Metode Pengumpulan data

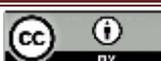
Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner tertutup. Kuesioner ini terdiri dari 15 pertanyaan dengan pilhan jawaban yang telah disediakan, yaitu; sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju. Jawaban sangat setuju diberikan skor 5, setuju diberikan skor 4, jawaban netral diberikan skor 3, jawaban tidak setuju diberikan skor 2 dan jawaban sangat tidak setuju diberikan skor 1.

Instrument penelitian

Variabel pada penelitian ini adalah variabel kebutuhan auditor yang merupakan variabel terikat dan variabel terdapatnya risiko E-Commerce dan harapan keahlian auditor dalam mengatasi risiko yang dihadapi E-Commerce sebagai variabel terikat. Operasionalisasi variabel disajikan dalam tabel 1.

Tabel 1 Operasionalisasi Variabel

Jenis Variabel	Variabel	Indikator
Dependen	Kebutuhan jasa auditor E-Commerce	Adanya kebutuhan jasa auditor oleh klien
Independen	Risiko Bisnis E-Commerce	Adanya risiko keamanan
		Adanya risiko keandalan sistem
		Adanya risiko privasi pelanggan
		Adanya risiko sengketa pelanggan
		Adanya risiko penipuan kartu kredit
		Adanya risiko rendahnya SEO



		Adanya risiko transaksi mata uang asing
	Keyakinan klien akan kemampuan auditor E-Commerce	Klien yakin auditor mampu mengatasi masalah risiko keamanan
		Klien yakin auditor mampu mengatasi masalah risiko keandalan sistem
		Klien yakin auditor mampu mengatasi masalah risiko privasi pelanggan
		Klien yakin auditor mampu mengatasi masalah risiko sengketa pelanggan
		Klien yakin auditor mampu mengatasi masalah risiko penipuan kartu kredit
		Klien yakin auditor mampu mengatasi masalah risiko rendahnya SEO
		Klien yakin auditor mampu mengatasi masalah risiko transaksi mata uang asing

Metode Analisis

Untuk menguji hipotesis digunakan analisis regresi multivariat dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Y = Kebutuhan jasa audit E-Commerce

a = Konstanta

b_n = Koefisien

X₁ = Risiko Bisnis

X₂ = Keyakinan klien akan kemampuan

auditor

e = error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2, menunjukkan statistik deskriptif yang menunjukkan adanya risiko bisnis yang dialami oleh klien. Hasil skala Likert menunjukkan bahwa pengusaha hanya sebagian kecil dari pengusaha E-Commerce yang mengalami kerugian akibat adanya risiko bisnis

Tabel 2. Risiko Bisnis E-Commerce

Jenis Risiko	Jawaban responden (%)					Skala Likert
	Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Netral	setuju	Sangat setuju	
Keamanan	42,1	19,7	21,1	9,2	7,9	44,2
Keandalan sistem	26,3	14,5	40,8	14,5	3,9	51,1
Privasi	30,3	23,7	31,6	10,5	3,9	46,8
Sengketa pelanggan	26,3	19,7	28,9	19,7	5,3	51,5
Penipuan kartu kredit	53,9	17,1	22,4	5,3	1,3	36,5
SEO rendah	22,4	30,3	36,8	7,9	2,6	47,5
Transaksi mata uang asing	26,3	22,4	35,5	13,2	2,6	48,6
					Rata - rata	46,6

Sumber: Data diolah

Tabel 3. Keyakinan Klien kepada Auditor

Keyakinan klien terhadap audior	Jawaban responden (%)					Skala Likert
	Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju	
Keamanan	5,3	14,5	31,6	39,5	9,2	72,3
Keandalan sistem	2,6	18,4	48,7	26,3	3,9	62,1
Privasi	5,3	9,2	35,5	40,8	9,2	67,9
Sengketa pelanggan	6,6	9,2	36,8	34,2	13,2	73,4
Penipuan kartu kredit	5,3	10,5	38,2	38,2	7,9	63,7
SEO rendah	3,9	9,2	44,7	32,9	9,2	66,7
Transaksi mata uang asing	9,2	15,8	42,1	26,3	6,6	61,1
					Rata - rata	66,7

Sumber: Data diolah



Tabel 3 menunjukkan keyakinan klien kepada auditor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha E-Commerce

merasa yakin bahwa auditor dapat mengatasi permasalahan yang terjadi akibat adanya risiko bisnis.

Tabel 4. Kebutuhan Klien akan Auditor E-Commerce

	Jawaban responden (%)					Skala Likert
	Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju	
Kebutuhan klien akan jasa auditor	3,9	5,3	26,3	25	39,5	61,1
					Rata-rata	61,1

Sumber: Data diolah

Analisis Regresi

Tabel 5 menunjukkan hasil analisis uji F. Hasil analisis menunjukkan bahwa model

analisis regresi secara signifikan telah sesuai yaitu menunjukkan hubungan yang linier antara variabel dependen dan independen.

Tabel 5. Hasil uji F

	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	2	16.62893	8.314465	8.015123	0.000713
Residual	73	75.72633	1.037347		
Total	75	92.35526			

Tabel 6, menunjukkan uji t dari masing - masing variabel. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel risiko bisnis (X₁) tidak mempengaruhi kebutuhan akan audit E-Commerce. Kebutuhan akan auditor pada perusahaan E - Commerce bukan disebabkan karena adanya kerugian yang dialami oleh perusahaan akibat adanya risiko bisnis. Kebutuhan akan auditor lebih disebabkan karena adanya kesadaran dari pengusaha E - Commerce itu sendiri bahwa ada kemungkinan kerugian akibat risiko bisnis yang akan berdampak pada penurunan jumlah pelanggan. Oleh karena itu, pengusaha E - Commerce membutuhkan auditor

terutama untuk mencegah permasalahan yang mungkin akan timbul karena adanya risiko bisnis.

Selain itu hasil uji t juga menunjukkan bahwa variabel keyakinan pengusaha e comcece (klien) akan keahlian auditor berpengaruh terhadap kebutuhan akan audit E - Commerce. Klien memilih auditor karena mereka yakin bahwa auditor yang mereka pilih tersebut mampu mengatasi masalah timbulnya kerugian akibat adanya risiko bisnis. Jika klien kehilangan kepercayaan terhadap auditor karena dianggap tidak mampu mengatasi masalah, maka klien akan segera mengganti auditor tersebut.

Tabel 6. Hasil uji t

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value
Intercept	2.203242	0.547872	4.021455	0.000139
X Variable 1	-0.01946	0.019798	-0.98282	0.328942
X Variable 2	0.088182	0.02203	4.002826	0.000149

Tabel 7, menunjukkan hasil analisis regresi. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai R-Squared adalah 18%. Nilai ini menunjukkan bahwa 18 % dari kebutuhan jasa audit

dipengaruhi oleh keyakinan klien bahwa auditor mampu mengatasi permasalahan akibat adanya risiko bisnis.

Tabel 7. Hasil analisis regresi

Regression Statistics	
Multiple R	0.424328
R Square	0.180054
Adjusted R Square	0.15759
Standard Error	1.018502
Observations	76



KESIMPULAN

Akibat adanya perkembangan teknologi, maka bisnis pun semakin berkembang dengan memanfaatkan teknologi baru tersebut. Pada saat sekarang, perusahaan dapat menjual barangnya secara online. Bisnis yang menawarkan produk secara online ini lebih dikenal dengan nama bisnis E-Commerce. Meskipun bisnis ini memberika kemudahan bagi pelanggannya, namun, terdapat banyak risiko yang harus dihadapi oleh perusahaan, seperti keamanan data, keandalan sistem, masalah privasi pelanggan, sengketa dengan pelanggan dan lain-lain. Jika risiko ini tidak dapat diatasi, maka kemungkinan besar perusahaan akan mengalami kerugian karena kehilangan pelanggannya. Untuk mengatasi masalah tersebut, perusahaan membutuhkan jasa audit, dengan keahlian khusus yang dimiliki oleh auditor, terutama dalam hal teknologi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil perusahaan yang mengalami kerugian akibat adanya risiko bisnis, tetapi hampir seluruh perusahaan E-Commerce tetap membutuhkan jasa audit. Perusahaan tersebut tetap membutuhkan jasa audit tersebut karena kesadaran untuk mencegah risiko kerugian yang mungkin terjadi. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kebutuhan jasa audit dipengaruhi oleh keyakinan pengusaha E-Commerce akan keahlian auditor dalam mengatasi masalah akibat adanya risiko bisnis. Jika klien tidak memiliki keyakinan terhadap seorang auditor, maka klien akan mencari penggantinya.

Jadi, dengan adanya perkembangan bisnis secara online melalui E-Commerce, maka kebutuhan auditor akan semakin meningkat. Peningkatan ini disebabkan bisnis E-Commerce memiliki banyak risiko yang akan merugikan perusahaan. Kebutuhan jasa audit adalah untuk mencegah timbulnya kerugian tersebut. Pengusaha E-Commerce yang merupakan klien auditor akan memilih auditor yang dapat memberikan keyakinan bahwa auditor tersebut memiliki keahlian dalam melakukan audit E-Commerce. Jika klien kehilangan kepercayaan, maka mereka akan mengganti auditor dengan asuditor yang baru. Oleh karenanya, pada saat sekarang, auditor sebaiknya juga memiliki keahlian dan penguasaan teknologi terbaru.

DAFTAR PUSTAKA

Anugrah, I. M. A., & Prianthara, I. B. T. (2018).

Pengaruh bisnis e-commerce dan sistem informasi akuntansi berbasis teknologi terhadap kebutuhan jasa audit e-commerce. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 3(2), 197-208.

Boynton, C. William, and Johnson, N. Raymond (2006). *Modern Auditing: Assurance Service and The Integrity of Financial Reporting*, 8Th Edition, John Wiley & Sons, Inc.

Indah, G., Yanti, P. S., & Hajratul, S. (2020). Pengaruh Independensi dan Bisnis Ecommerce terhadap Kebutuhan Jasa Audit E-commerce. *Jurnal Pundi*, 4(1).

International Federation of Accountants. *International Auditing Practices Committee*. (2002). *Electronic commerce: effect on the audit of financial statements*. 15.

ISACA. (2007). *CISA Review Manual 2007*. ISACA publishing: USA.

Isnaeni Achdiat. (2000). *The Accountants Role's in E-Commerce*. CIA, CISA.

Malia, I. (2021). Sebelum BPJS Kesehatan, Ini 3 Kasus Kebocoran Data Konsumen E-Commerce. *IDN Times*.

Novina Putri Bestari. (2023). Korban Penipuan Ecommerce RI Makin Banyak, Cek Data Terbaru! *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230302140853-37-418315/korban-penipuan-ecommerce-ri-makin-banyak-cek-data-terbaru>

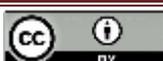
Pong, E. (2018). 10 Inevitable Ecommerce Risks You Should Watch Out For. *Floship Insights*.

Pratiwi, Y. E., Ida Suraida, S. E., CA, M. A., & Annisa Adha, M. (2021). *Pengaruh Keahlian Auditor, Persepsi Auditor Tentang E-Commerce Dan Teknologi Informasi Terhadap Kebutuhan Jasa Audit E - Commerce (Survei pada Auditor yang bekerja di Kantor Akuntan Publik di Kota Bandung yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK))* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).

Sana Editorial Team. (n.d.). 10 key E-Commerce business risks and how to solve them. 2022.

Sugiharto. (2022). *Memanfaatkan E-Commerce Dengan Benar*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan*



- Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Urbaczewski, A., L. M. Jessup, and B. Wheeler, "Electronic Commerce Research: A Taxonomy and Synthesis," *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, Vol. 12, No. 4 (2002), pp. 263–305.
- White, M. (2023). Dependable innovation: How audit firms should embrace new technology
- Wiprahasti, N. K. (2022). Analisis Persepsi Auditor Mengenai Kebutuhan Jasa Audit E-commerce Berdasarkan Perkembangan Bisnis, Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi Dan Keahlian Auditor (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).

