

**PENGARUH IMPLEMENTASI E-PURCHASING, AKSES PASAR, DAN PERSAINGAN  
BISNIS TERHADAP PRINSIP AKUNTABEL PENGADAAN BARANG/JASA  
PEMERINTAH**

**(Studi Empiris Pada Pemerintah Kabupaten Minahasa Tenggara)**

*Yustinus Dama<sup>1</sup>, Tri Oldy Rotinsulu<sup>2</sup>, Een N. Walewangko<sup>3</sup>*  
*[damayustinus@gmail.com](mailto:damayustinus@gmail.com)*

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Magister Ilmu Ekonomi  
Universitas Sam Ratulangi*

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh implementasi e-purchasing, akses pasar dan persaingan bisnis terhadap prinsip akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis regresi yang merupakan salah satu analisis statistik yang sering digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua variabel atau lebih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) secara parsial e-purchasing berpengaruh signifikan terhadap prinsip akuntabel pengadaan barang/jasa Pemerintah, (2) secara parsial akses pasar berpengaruh signifikan terhadap prinsip akuntabel pengadaan barang/jasa Pemerintah, (3) secara parsial persaingan bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap prinsip akuntabel pengadaan barang/jasa Pemerintah dan (4) secara simultan e-purchasing, akses pasar dan persaingan bisnis berpengaruh signifikan terhadap prinsip akuntabel pengadaan barang/jasa Pemerintah.

**Kata kunci :** *implementasi e-purchasing, akses pasar, persaingan bisnis, prinsip akuntabel*

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of e-purchasing implementation, market access and business competition on the principle of accountable Government Procurement of Goods / Services. The type of research used is associative research. The data analysis technique used is regression analysis which is one of the statistical analyzes that is often used to analyze the relationship between two or more variables. The results showed that: (1) partially e-purchasing had a significant effect on the principle of accountable procurement of government goods / services, (2) partially market access had a significant effect on the principle of accountable procurement of goods / services of the Government, (3) partially business competition did not significant effect on the principle of accountable procurement of government goods / services and (4) simultaneous e-purchasing, market access and business competition have a significant effect on the principle of accountability of procurement of goods / services of the Government.*

**Keywords:** *e-purchasing implementation, market access, business competition, accountable principles*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Pengadaan barang/jasa harus terbuka bagi penyedia barang/jasa yang memenuhi persyaratan yang jelas dan transparan agar tercipta persaingan yang sehat. Dengan prinsip terbuka ini, setiap penyedia yang kompeten akan mendapatkan kesempatan yang sama besar untuk mengikuti bahkan memenangkan tender. Dalam proses pengadaan barang/jasa, ada prinsip-prinsip dasar yang menjadi acuan dalam pelaksanaan proses tersebut. Prinsip-prinsip dasar pengadaan barang/jasa di antaranya adalah efisien, efektif, terbuka dan bersaing, transparan, adil atau tidak diskriminatif, dan akuntabel. Keenam prinsip tersebut diterapkan dengan tujuan mendorong praktek pengadaan barang/jasa yang baik dan menekan kebocoran anggaran (*clean governance*).

Efisien maksudnya adalah pengadaan barang/jasa harus diusahakan dengan menggunakan dana dan daya seminimal mungkin untuk mencapai sasaran yang ditetapkan dalam waktu sesingkat-singkatnya dan dapat dipertanggungjawabkan. Istilah efisiensi dalam pelaksanaannya tidak selalu diwujudkan dengan memperoleh harga barang/jasa yang termurah karena di samping harga murah, perlu dipertimbangkan ketersediaan suku cadang, panjang umur dari barang yang dibeli serta besarnya biaya operasional dan biaya pemeliharaan yang harus disediakan di kemudian hari. Efektif artinya memberikan hasil, pengaruh, dan daya guna. Sehingga dapat diartikan prinsip efektif dalam proses pengadaan barang/jasa adalah bagaimana proses pengadaan tersebut menghasilkan barang/jasa yang akan benar-benar bermanfaat dan berpengaruh bagi pemenuhan kebutuhan barang/jasa pemerintah.

Dalam pengadaan barang/jasa pemerintah dikembangkan satu sistem pengadaan dengan berlandaskan pada sistem informasi yang memuat daftar, jenis spesifikasi teknis, dan harga barang yang dimuat dalam suatu daftar yang disebut katalog elektronik (*e-Catalogue*). Katalog elektronik dikembangkan dan dikelola oleh Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) untuk dimanfaatkan oleh seluruh Kementerian/Lembaga/Satuan Kerja Perangkat Daerah/Institusi (K/L/D/I) dalam rangka pengadaan barang dan jasa memenuhi kebutuhan kantor. Pencantuman informasi mengenai jenis, spesifikasi teknis dan harga barang dalam *e-Catalogue* didasarkan atas kesepakatan antara Penyedia barang dengan LKPP. Atas barang yang telah dimasukkan dalam *e-Catalogue* setiap satker yang membutuhkan barang tersebut dapat melakukan pengadaan dengan berhubungan langsung dengan penyedia, melakukan pesanan dan negosiasi harga yang diakhiri dengan membuat bukti pembelian. Berikut ini adalah data *e-purchasing* kabupaten Minahasa Tenggara:

**Tabel 1 Data e-purchasing**

Bulan	Total	Keterangan
January	-	-
February	144,788,300	-
March	1,502,578,675	Meningkat
April	118,018,600	Menurun
May	452,357,980	Meningkat
June	1,155,501,769	Meningkat
July	3,306,650,370	Meningkat
August	148,872,100	Menurun
September	253,226,600	Meningkat
October	1,402,867,722	Meningkat
November	1,393,043,531	Menurun
December	260,886,017	Menurun

Sumber: LPSE Minahasa Tenggara, 2020

Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis. Dalam dunia persaingan usaha dikenal dengan dinamika persaingan yang berarti perubahan-perubahan yang terjadi terhadap persaingan yang terjadi pada perusahaan dalam memperebutkan pelanggan pada periode-periode tertentu. Untuk itu setiap perusahaan perlu memperhatikan dinamika yang terjadi agar mereka bisa mengikuti persaingan supaya tidak mengalami kekalahan dalam kompetisi di pasar. Berikut ini adalah persaingan pasar dalam jumlah perusahaan di Minahasa Tenggara:

**Tabel 2 Jumlah Perusahaan/UMKM di Minahasa Tenggara**

Kabupaten	2013		2014		2015	
	Jumlah Perusahaan menurut provinsi (Unit)					
	Mikro	Kecil	Mikro	Kecil	Mikro	Kecil
Minahasa Tenggara	37091	2594	35527	60	39431	39

Sumber : BPS Minahasa Tenggara, 2020

Tabel 3 Prinsip Akuntabel

Indikator	Skala					Jumlah
	Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Ragu-ragu (3)	Tidak Setuju (2)	Setuju (1)	
Spesifikasi, HPS dan Rancangan kontrak ditetapkan oleh PPK	25	5	-	-	-	30
Dilakukan pengkajian ulang oleh PPK dan ULP	30	-	-	-	-	30
PPK menandatangani pakta integritas	28	2	-	-	-	30
Pokja, UKPBJ, Pejabat Pengadaan menandatangani pakta integritas	25	5	-	-	-	30
Sesuai dengan peraturan kepala LKPP tentang standard bidding document	20	10	-	-	-	30

Sumber : Survey Respoden, 2020

Penelitian Ningsih (2015) Penerapan e-katalog baik secara e-purchasing dan manual-purchasing meliputi indikator persiapan, pelaksanaan, dan manfaat kendala memiliki hubungan yang signifikan dengan efisiensi pengadaan dan ketersediaan obat di RSUD Kelas B di Yogyakarta. Penelitian Muljo (2014) menyatakan bahwa akuntabilitas berhubungan positif dengan manajemen anggaran, transparansi juga secara positif terkait dengan manajemen anggaran, dan Akuntabilitas, dan Transparansi bersama-sama secara positif terkait dengan manajemen anggaran. Penelitian Lestyowati (2018) menunjukkan bahwa pada beberapa situasi, harga yang ditawarkan di katalog elektronik lebih tinggi dibandingkan dengan di tempat lain. Sebagian besar pejabat pengadaan mengaku mendapatkan kemudahan dalam melaksanakan e-purchasing, namun ada beberapa pengalaman kurang menyenangkan yang mereka alami.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mengangkat penelitian yang berjudul yaitu, "*Pengaruh Implementasi E-Purchasing, Akses Pasar, Dan Persaingan Bisnis Terhadap Prinsip Akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*".

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah implementasi *e-purchasing* berpengaruh terhadap prinsip akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah?
2. Apakah akses pasar berpengaruh terhadap prinsip akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah?
3. Apakah persaingan bisnis berpengaruh terhadap prinsip akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah?
4. Apakah implementasi *e-purchasing*, akses pasar dan persaingan bisnis berpengaruh terhadap prinsip akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah?

### Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh implementasi *e- purchasing* terhadap prinsip akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.
2. Untuk mengetahui pengaruh akses pasar terhadap prinsip akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.
3. Untuk mengetahui pengaruh persaingan bisnis terhadap prinsip akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.
4. Untuk mengetahui pengaruh implementasi *e- purchasing*, akses pasar dan persaingan bisnis terhadap prinsip akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.

### Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis  
Secara teoritis penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu ekonomi, lebih khusus yang berkaitan dengan prinsip akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.
2. Manfaat Praktis
  - a) Bagi akademisi, sebagai sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapat selama kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unsrat melalui penelitian yang dilakukan.
  - b) Bagi Peneliti, penelitian ini dapat dijadikan referensi dan bahan acuan untuk peneliti-peneliti lain dalam melakukan penelitian selanjutnya.
  - c) Bagi pemerintah, Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pihak terkait untuk mengetahui faktor dominan yang menjadi pertimbangan bagi pemerintah daerah sehingga akan dapat senantiasa menyusun strategi dalam rangka menerapkan prinsip akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.

### Tinjauan Pustaka

#### Kajian Teori

#### Prinsip Akuntabel

Konsep akuntabilitas berawal dari pemikiran bahwa, setiap kegiatan harus dipertanggungjawabkan kepada orang atau instansi yang memberi kewenangan untuk melaksanakan suatu program, seperti yang dinyatakan oleh Haris (2007: 349) bahwa, akuntabilitas merupakan kewajiban dari individu-individu atau penguasa yang dipercayakan untuk mengelola sumber daya publik dan yang bersangkutan dengannya untuk dapat menjawab hal-hal yang menyangkut kebijakan fiskal, managerial dan program.

#### E-Purchasing

Menurut Sofjan Assauri (2008,p.223) Pembelian merupakan salah satu fungsi yang penting dalam berhasilnya operasi suatu perusahaan. Fungsi ini dibebani tanggung jawab untuk

mendapatkan kuantitas dan kualitas bahan-bahan yang tersedia pada waktu dibutuhkan dengan harga yang sesuai dengan harga yang berlaku. Pengawasan perlu dilakukan terhadap pelaksanaan fungsi ini, karena pembelian menyangkut investasi dana dalam persediaan dan kelancaran arus bahan ke dalam pabrik.

### **Akses Pasar**

Pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu. Pasar dalam pengertian ekonomi adalah situasi seseorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak, pembeli dan penjual mendapat manfaat dari adanya transaksi atau pasar. Pihak pembeli mendapat barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.

### **Persaingan Bisnis**

Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis (Taufik, 2005). Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. Sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari 2 pihak/lebih perusahaan yang masing-masing bergiat “memperoleh pesanan” dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk pemotongan harga, iklan/promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar (Taufik, 2005).

### **Pengadaan Barang dan Jasa**

Menurut Peraturan Presiden No. 16 Tahun 2018 Pasal 01 yaitu Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah yang selanjutnya disebut dengan pengadaan barang/jasa adalah kegiatan untuk memperoleh barang/jasa oleh Kementerian/Lembaga/Satuan Kerja Perangkat Daerah/Institusi yang prosesnya dimulai dari perencanaan kebutuhan sampai diselesaikannya seluruh kegiatan untuk memperoleh barang/jasa. Setelah mengalami empat kali perubahan atas Perpres No. 54 Tahun 2010, dan terakhir diganti dengan Peraturan Presiden No 16 Tahun 2018.

### **Hubungan Antara Penghematan dengan Penyerapan Anggaran**

Mengacu pada teori ekonomi makro, belanja pemerintah merupakan salah satu elemen untuk menjaga pertumbuhan ekonomi suatu Negara, penyerapan anggaran, khususnya belanja barang dan jasa, memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Setiap instansi pemerintah harus mengatur pengeluarannya agar berjalan lancar dan dapat mendukung keberhasilan pencapaian sasaran pembangunan nasional. Penyerapan anggaran tidak diharuskan mencapai 100 persen, tetapi penyerapan anggaran diharapkan mampu memenuhi setidaknya-tidaknya lebih dari 80 persen anggaran yang telah ditetapkan. Tinggi rendahnya penyerapan anggaran dalam

suatu instansi menjadi tolok ukur kinerja dari instansi tersebut. Kinerja sektor publik akan dinilai berdasarkan pencapaian target anggaran, berapa yang berhasil dicapai. Penilaian kinerja dilakukan dengan menganalisis perbedaan atau selisih antara kinerja actual dengan yang dianggarkan.

### **Hubungan antar Variabel**

#### **Hubungan antara Implementasi E-purchasing terhadap prinsip akuntabel**

E-procurement memiliki fungsi utama untuk menjamin proses pengadaan barang/jasa pemerintah sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku. Selain itu, e-procurement juga menjamin transparansi, standarisasi dan akuntabilitas proses pengadaan dan diawasi secara bersama-sama oleh masyarakat. Hal terpenting bahwa e-procurement secara khusus atau pengadaan barang/jasa pemerintah secara umum, harus berpihak pada peningkatan kualitas pelayanan publik, tata kelola pemerintahan yang baik dan kesejahteraan rakyat yang digadag-gadag dalam konsep *good governance* (Ramli, 2013:11). E-procurement adalah pengadaan barang/jasa yang dilaksanakan dengan menggunakan teknologi informasi dan transaksi elektronik sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

*E-procurement* dilakukan dengan 2 (dua) cara yaitu *electronic tendering (e-tendering)* dan *electronic purchasing (e-purchasing)*. *E-tendering* atau tender secara elektronik adalah tata cara pemilihan penyedia barang/jasa yang dilakukan secara terbuka dan dapat diikuti oleh semua penyedia barang/jasa yang terdaftar pada sistem pengadaan secara elektronik dengan cara menyampaikan 1(satu) kali penawaran dalam waktu yang telah ditentukan. *E-purchasing* atau pembelian secara elektronik adalah tata cara pembelian barang/jasa melalui sistem katalog elektronik. Penerapan e-procurement diharapkan dapat mewujudkan efisiensi dan efektivitas proses pengadaan dan berdampak pada penerapan prinsip akuntabel.

#### **Hubungan antara Akses Pasar terhadap Prinsip Akuntabel**

Dalam sistem ekonomi pasar, terdapat berbagai pandangan mengenai peran dari kebijakan dan regulasi di dalam aktivitas ekonomi. Perubahan manajemen tersebut pada dasarnya diarahkan pada penciptaan manajemen publik yang handal dan mempertajam serta meningkatkan kualitas penyelenggaraan administrasi publik. Dengan mengembangkan konsep manajemen publik yang fleksibel dan berorientasi kepada pasar. Paradigma manajemen sektor publik yang baru menuntut birokrasi pemerintahan dibuat efisien dan efektif sehingga pemerintahan dapat bergerak fleksibel dalam mengikuti tuntutan masyarakat dan perubahan lingkungan.

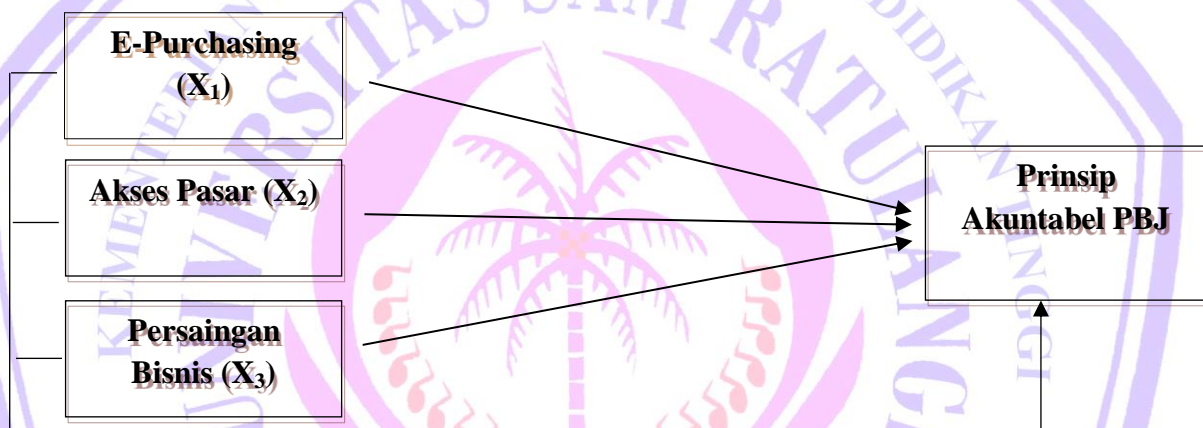
Tata kelola pemerintahan (*governance*) tidak dapat dilepaskan dari prinsip-prinsip dasar penyelenggaraan pemerintahan yang baik, yaitu transparansi, partisipasi, dan akuntabilitas sebagai unsur utama. Terminologi *good governance* memang belum baku, tetapi sudah banyak definisi yang coba membedah makna dari *good governance*. Namun demikian, tidak dapat disangkal lagi bahwa *good governance* telah dianggap sebagai elemen penting untuk menjamin kesejahteraan nasional (*national prosperity*). Dengan cara meningkatkan akuntabilitas, reliabilitas (kehandalan), dan pengambilan kebijakan, yang diperkirakan di dalam organisasi pemerintah, korporasi (sektor swasta), bahkan dalam organisasi masyarakat.

### Hubungan antara Persaingan Bisnis terhadap prinsip Akuntabel

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu (*competition*) yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, kompetisi. Sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini terdiri dari beberapa bentuk termasuk pemotongan harga, iklan dan promosi penjualan, variasi kualitas, kemasan, desain dan segmentasi pasar. Penyelenggaraan kegiatan usaha bertujuan menjamin efektivitas pelaksanaan dan pengendalian usaha Pengolahan, Pengangkutan, Penyimpanan secara akuntabel yang diselenggarakan melalui mekanisme persaingan usaha yang wajar, sehat, dan transparan.

### Kerangka Konseptual

Model penelitian ini yang dijelaskan sebagai berikut:



Gamabar 1 Kerangka Konsep

### Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam suatu penelitian berarti jawaban sementara, patokan duga, atau dalil sementara yang kebenarannya akan dibuktikan dalam penelitian tersebut. Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, pengembangan teori dan kajian empiris serta model penelitian maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Diduga implementasi *e-purchasing* berpengaruh terhadap prinsip akuntabel pengadaan barang/jasa Pemerintah.
2. Diduga akses pasar berpengaruh terhadap prinsip akuntabel pengadaan barang/jasa Pemerintah.
3. Diduga persaingan bisnis berpengaruh terhadap prinsip akuntabel pengadaan barang/jasa Pemerintah.
4. Diduga implementasi *e-purchasing*, akses pasar dan persaingan bisnis berpengaruh terhadap prinsip akuntabel pengadaan barang/jasa Pemerintah.



## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan diskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

### Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yaitu di Unit Kerja Pengadaan Barang/Jasa (UKPBJ) Pemerintah Kabupaten Minahasa Tenggara diperkirakan selama 3 bulan yaitu dengan mengambil sampel, mengumpulkan data, mengolah data dan menyajikan data.

### Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel

Populasi penelitian merupakan sekumpulan objek yang ditentukan melalui suatu kriteria tertentu yang akan dikategorikan ke dalam objek tersebut bisa termasuk orang, dokumen atau catatan yang dipandang sebagai objek penelitian. Menurut Sugiyono (2012:115) pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Metode pengambilan sampel didasarkan Menurut Cohen, et.al, (2007:101) semakin besar sample dari besarnya populasi yang ada adalah semakin baik, akan tetapi ada jumlah batas minimal yang harus diambil oleh peneliti yaitu sebanyak 30 sampel. Data penelitian melalui kuesioner dengan bentuk pertanyaan lima skala liekert yang disebarkan kepada semua Pejabat Pembuat Komitmen, Pokja ULP dan Pejabat Pengadaan sebagai pihak yang terlibat dalam melaksanakan pengadaan Barang/Jasa sesuai data dari LPSE Pemerintah Kabupaten Minahasa Tenggara.

### Jenis Data, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif. Sumber data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data Primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung sedangkan data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs Web, internet dan seterusnya (Sekaran, 2011).

### Teknik Analisa Data

#### Uji Asumsi Klasik

Pengujian gejala asumsi klasik dilakukan agar hasil analisis regresi memenuhi kriteria BLUE (Best, Linear, Unbiased Estimator). Uji asumsi klasik ini terdiri dari uji autokorelasi data, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas.

### Uji Normalitas Model

Hipotesis yang telah dirumuskan akan diuji dengan statistik parametris, dalam hal ini dengan menggunakan korelasi dan regresi. Penggunaan statistik parametris mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal atau mendekati normal. Menurut Imam Ghozali (2013:160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

### Uji Heterokedastistas

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik. Yaitu dengan melihat pola titik-titik pada scatter plots regresi. Metodenya adalah dengan membuat grafik plot atau scatter antara Standar dized Predicted Value (ZPRED) dengan Studentized Residual (SRESID). Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika *variance* dari residual satu pengamatan pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2013:139).

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam modal regresi. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah modal regresi di temukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen (Ghozali, 2013:105). Untuk mendeteksi multikolinearitas dapat dilihat pada nilai VIF, jika nilai VIF < 10 maka tidak ada gejala multikolinearitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan salah satu analisis statistik yang sering digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis regresi merupakan metode analisis yang dapat digunakan untuk menganalisis data dan mengambil kesimpulan yang bermakna tentang hubungan ketergantungan variabel terhadap variabel lainnya. Hubungan yang didapat pada umumnya dinyatakan dalam bentuk persamaan matematika yang menyatakan hubungan antara variabel bebas (independent variable) dan variabel tak bebas (dependent variable) dalam bentuk persamaan sederhana.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menaksir bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel dependen sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya. (Sugiyono, 2012:277) Secara matematis bentuk persamaan dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = f(X_1, X_2, X_2)$$

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y	=	Prinsip Akuntabel
a	=	Konstanta
b	=	Koefisien Regresi $X_1, X_2, X_3$
$X_1$	=	Implementasi E-Purchasing
$X_2$	=	Akses Pasar
$X_3$	=	Persaingan Bisnis
e	=	Error

### Uji Hipotesis F dan t

Uji hipotesis yang digunakan untuk pengaruh secara bersama-sama atau secara simultan adalah uji F. Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan.

### Uji Validitas dan Reliabilitas Kusioner Penelitian

#### Uji Validitas (*Validity Test*)

Uji validitas atau kesahihan atau derajat ketepatan mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Yamin dan Kurniawan, 2009 : 22). Indikator yang valid adalah indikator yang memiliki tingkat kesalahan pengukuran yang kecil. Instrumen dikatakan sah berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, atau mampu mengukur apa yang ingin dicari secara tepat (Sugiyono, 2013 : 255).

Validitas kriteria merupakan jenis validitas yang sering digunakan peneliti. Pengujian validitas kriteria dilakukan dengan cara membandingkan atau mengkorelasikan antara nilai (skor) hasil pengukuran instrument dengan kriteria atau standar tertentu yang dipercaya dapat digunakan untuk menilai (mengukur) suatu variabel (Mustafa, 2009 : 43). Cara mengukurnya melalui menghitung harga koefisien korelasi sederhana (*Pearson Correlation*) antara skor masing-masing butir dengan skor total dari butir-butir tersebut sebagai kriterianya. Sahih tidaknya suatu instrumen dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi antara skor item dengan skor totalnya pada taraf signifikan 5%, item-item yang tidak berkorelasi secara signifikan dinyatakan gugur. Kriteria penafsiran kevalidan dari suatu instrument penelitian dapat dilihat dari indeks korelasinya (r) sebagai berikut (Riduwan, 2010 : 65):

- Antara 0,800 – 1, 00 = sangat tinggi
- Antara 0,600 – 0,799 = tinggi
- Antara 0,400 – 0,599 = cukup
- Antara 0,000 – 0,199 = sangat rendah atau tidak valid

#### Uji Reliabilitas (*Realibility Test*)

Reliabilitas/keandalan (derajat konsistensi/keajegan) adalah ukuran yang menunjukkan

seberapa tinggi suatu instrument dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reliabilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur (Mustafa, 2009 : 4). Pengertian lainnya jika suatu set obyek yang sama diukur berkali-kali dengan alat ukur yang sama akan diperoleh hasil yang sama.

Uji reliabilitas atau keandalan menggunakan koefisien *Alpha Cronbach* yang dihitung baik berdasarkan varian skor dari setiap butir dan varians total butir ataupun melalui koefisien korelasi produk momen antar skor setiap butir (Mustafa, 2009 : 44). Menurut Mustafa (2009 : 44), jika koefisien reliabilitas hasil perhitungan menunjukkan angka  $\geq 0,6$ , maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang bersangkutan dinyatakan reliabel. Uji keandalan/reabilitas *Alpha Cronbach*.

### **Koefisien Korelasi Berganda (R) dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Analisis korelasi berganda merupakan perluasan dari analisis korelasi sederhana. Dalam analisis korelasi berganda bertujuan untuk mengetahui bagaimana derajat hubungan antara beberapa variabel independent (Variabel X1, X2) dengan variabel dependent (Variabel Y) secara bersama-sama. Asumsi-asumsi sehubungan dengan analisis regresi berganda tersebut adalah:

1. Variabel-Variabel independent dan variabel dependent mempunyai hubungan linier
2. Semua variabel, baik variabel-variabel independent maupun variabel dependent, merupakan variabel-variabel random kontinyu.
3. Distribusi kondisional nilai masing-masing variabel berdistribusi normal (multivariate normal distribution).
4. Untuk berbagai kombinasi nilai variabel yang satu dengan yang lain tertentu, varaince dari distribusi kondisional masing-masing variabel adalah homogen (asumsi homoscedasticity berlaku untuk semua variabel).
5. Untuk masing-masing variabel, nilai observasi yang satu dengan yang lain, tidak berkaitan.

### **Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

#### **Definisi Operasional Variabel**

Definisi pengukuran variabel adalah penentuan konstruk sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Variabel adalah segala sesuatu yang dapat diberi berbagai macam nilai. Variabel dapat diukur dengan berbagai macam nilai tergantung pada konstruk yang diwakilinya, yang dapat berupa angka atau berupa atribut yang menggunakan ukuran atau skala dalam suatu penilaian (Sugiyono, 2013 : 62).

#### **Pengukuran Variabel**

Pengukuran variabel penelitian menggunakan skala likert. Skala Likert merupakan skala yang paling sering dan paling luas digunakan dalam penelitian, karena skala ini memungkinkan peneliti untuk mengungkap tingkat intensitas sikap/perilaku atau perasaan responden (Mustafa, 2009 : 40). Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif yang dapat berupa kata-kata. Dimana objek terkecil diberikan angka satu, selanjutnya objek kedua diberikan angka dua dan selanjutnya (Sugiyono, 2013 : 80), yaitu:

Sangat Baik = 5

- Baik = 4
- Cukup Baik = 3
- Kurang Baik = 2
- Tidak Baik = 1

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Deskripsi Responden**

Sampel dalam penelitian ini adalah 30 responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin dan usia. Deskripsi karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

**Tabel 4 Deskripsi Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Karakteristik Responden	Jumlah Responden (Orang)	Persentasi (%)
1	<b>Jenis Kelamin :</b>		
	1. Pria	19	63
	2. Wanita	11	37
	<b>Total</b>	30	100

Sumber: Data Kuisoner, 2020

Tabel 4 menunjukkan deksripsi responden berdasarkan jenis kelamin. Responden pria berjumlah 19 orang dengan persentase 63%. Responden wanita sebanyak 11 orang dengan persentase 37 %. Responden yang paling banyak adalah responden pria.

**Tabel 5 Deskripsi Reponden Berdasarkan Umur**

No	Karakteristik Responden	Jumlah Responden (Orang)	Persentasi (%)
2	<b>Umur :</b>		
	1. < 25 Tahun	0	0
	2. 26- 35 Tahun	5	17
	3. 36-45 Tahun	21	70
	4. > 45 Tahun	4	13
	<b>Total</b>		

Sumber: Data Kuisoner, 2020

Tabel 5 menunjukkan deskripsi responden berdasarkan umur. Responden yang paling banyak yaitu yang berusia 36-45 tahun yang berjumlah 21 orang dengan persentase 70 % sedangkan responden paling sedikit yaitu yang berusia > 45 tahun yang berjumlah 4 orang dengan persentase 13 %.

## Uji Validasi

Tabel 6 Uji Validitas dan reliabilitas

Variabel	Pernyataan	Sig	Status	Cronbach Alpha	Status
E-Purchasing ( $X_1$ )	$X_{1.1}$	0,000	Valid	0,716	Reliabel
	$X_{1.2}$	0,003	Valid		Reliabel
	$X_{1.3}$	0,009	Valid		Reliabel
	$X_{1.4}$	0,000	Valid		Reliabel
	$X_{1.5}$	0,039	Valid		Reliabel
	$X_{1.6}$	0,000	Valid		Reliabel
	$X_{1.7}$	0,006	Valid		Reliabel
	$X_{1.8}$	0,007	Valid		Reliabel
	$X_{1.9}$	0,007	Valid		Reliabel
	$X_{1.10}$	0,006	Valid		Reliabel
	$X_{1.11}$	0,002	Valid		Reliabel
	$X_{1.12}$	0,003	Valid		Reliabel
Akses Pasar ( $X_2$ )	$X_{2.1}$	0,000	Valid	0,878	Reliabel
	$X_{2.2}$	0,000	Valid		Reliabel
	$X_{2.3}$	0,000	Valid		Reliabel
	$X_{2.4}$	0,000	Valid		Reliabel
	$X_{2.5}$	0,000	Valid		Reliabel
Persaingan Bisnis ( $X_3$ )	$X_{3.1}$	0,000	Valid	0,808	Reliabel
	$X_{3.2}$	0,000	Valid		Reliabel
	$X_{3.3}$	0,021	Valid		Reliabel
	$X_{3.4}$	0,000	Valid		Reliabel
	$X_{3.5}$	0,000	Valid		Reliabel
Prinsip Akuntabel ( $Y$ )	$Y_{1.1}$	0,000	Valid	0,872	Reliabel
	$Y_{1.2}$	0,000	Valid		Reliabel
	$Y_{1.3}$	0,000	Valid		Reliabel
	$Y_{1.4}$	0,000	Valid		Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Data, 2020

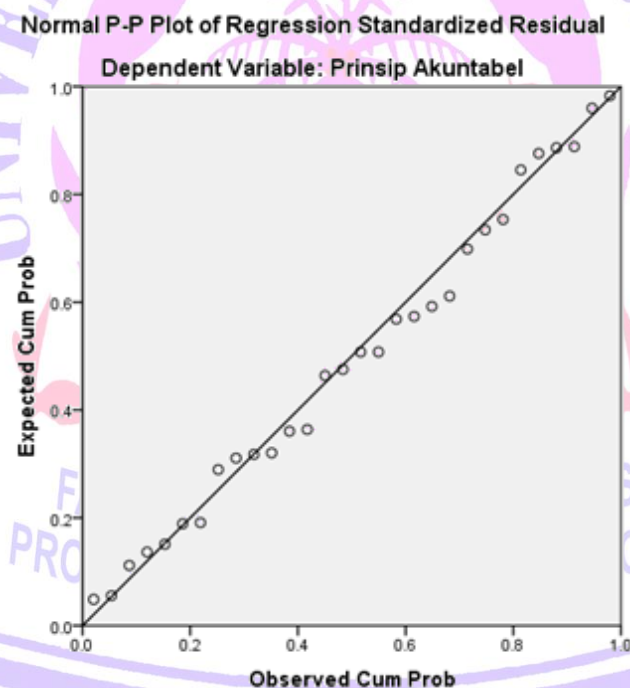
Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk E-Purchasing ( $X_{1.1}$ ,  $X_{1.2}$ ,  $X_{1.3}$ ,  $X_{1.4}$ ,  $X_{1.5}$ ,  $X_{1.6}$ ,  $X_{1.7}$ ,  $X_{1.8}$ ,  $X_{1.9}$ ,  $X_{1.10}$ ,  $X_{1.11}$ ,  $X_{1.12}$ ) adalah kurang dari ( $<$ ) 0,05 yang berarti setiap pernyataan pada variable E-Purchasing dinyatakan valid. Nilai signifikansi untuk Akses Pasar ( $X_{2.1}$ ,  $X_{2.2}$ ,  $X_{2.3}$ ,  $X_{2.4}$ ,  $X_{2.5}$ ) adalah kurang dari ( $<$ ) 0,05 yang berarti setiap pernyataan pada variable Akses Pasar dinyatakan valid. Nilai signifikansi untuk Persaingan Bisnis ( $X_{3.1}$ ,  $X_{3.2}$ ,  $X_{3.3}$ ,  $X_{3.4}$ ,  $X_{3.5}$ ) adalah kurang dari ( $<$ ) 0,05 yang berarti setiap pernyataan pada variable Persaingan Bisnis dinyatakan valid. Nilai signifikansi untuk Prinsip Akuntabel ( $Y_{1.1}$ ,  $Y_{1.2}$ ,  $Y_{1.3}$ ,  $Y_{1.4}$ ) adalah kurang dari ( $<$ ) 0,05 yang berarti setiap pernyataan pada variable Prinsip Akuntabel dinyatakan valid. Nilai alpha cronbach untuk setiap pernyataan pada variabel E-Purchasing, Akses Pasar, Persaingan Bisnis dan Prinsip Akuntabel adalah  $>$  0,6 maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan reliable.

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis ordinary least square (OLS). Jadi analisis regresi yang tidak berdasarkan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya regresi logistik atau regresi ordinal. Demikian juga tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada analisis regresi linear, misalnya uji multikolinearitas tidak dilakukan pada analisis regresi linear sederhana dan uji autokorelasi tidak perlu diterapkan pada data cross sectional. Uji asumsi klasik yang sering digunakan yaitu uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas. Tidak ada ketentuan yang pasti tentang urutan uji mana dulu yang harus dipenuhi. Analisis dapat dilakukan tergantung pada data yang ada. Kemudian dilakukan perbaikan pada uji tersebut, dan setelah memenuhi persyaratan, dilakukan pengujian pada uji yang lain.

### Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal.



Sumber: Olah data SPSS 20,2019

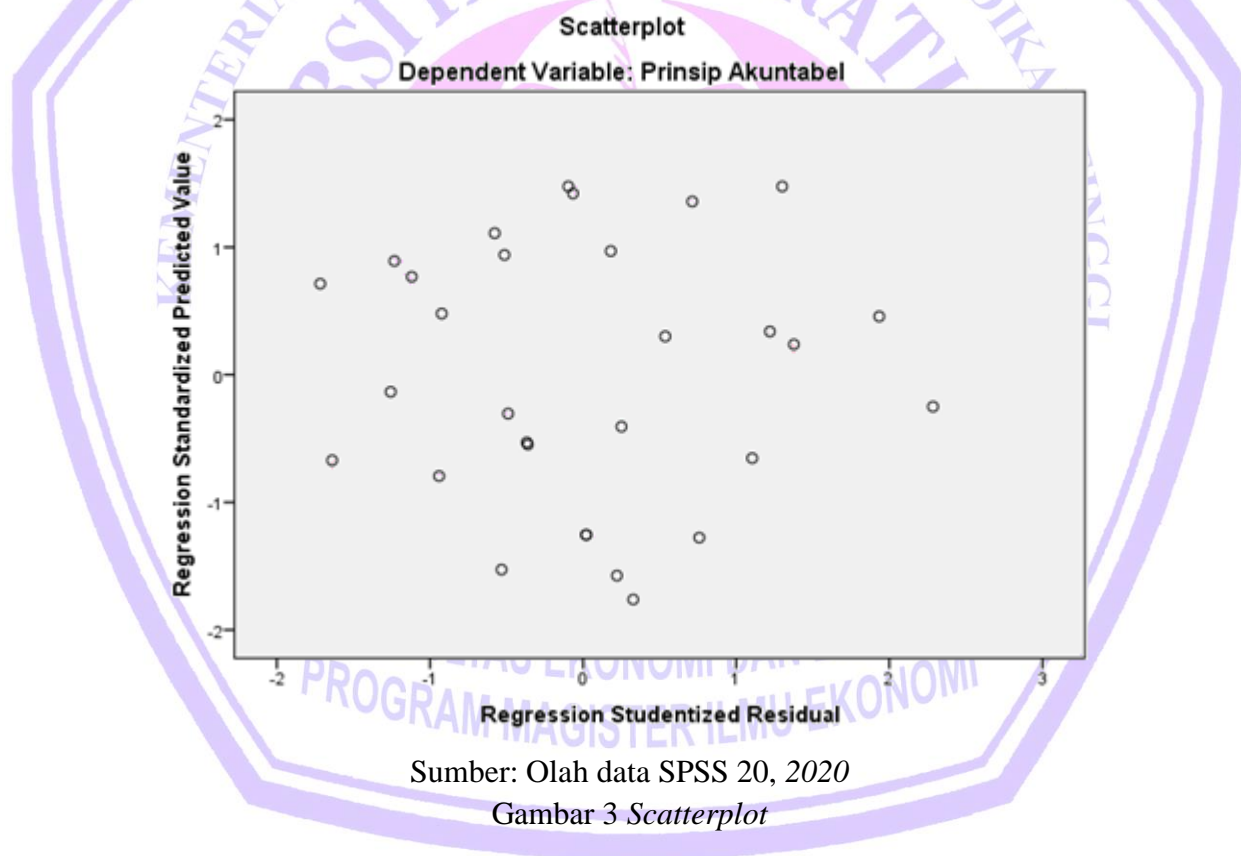
Gambar 2 *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*

Gambar 2 menunjukkan pernyataan bahwa tidak terdapat masalah pada uji normalitas karena berdasarkan grafik di atas terlihat titik-titik koordinat antara nilai observasi dengan data

mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data memiliki data yang berdistribusi normal atau memiliki nilai residual yang terdistribusi normal.

**Uji Heterokedastisitas**

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah varian dari residual tidak sama untuk semua pengamatan, yang menyebabkan estimator menjadi tidak efisien dan nilai koefisien determinasi akan menjadi sangat tinggi. Jika dari suatu pengamatan tersebut terdapat varian yang berbeda, maka disebut heterokedastisitas. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit.



Gambar 3 menunjukkan bahwa uji heterokedastisitas menampilkan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya heterokedastisitas pada model regresi, sehingga data layak dipakai. Sehingga suatu pengamatan tersebut terdapat tidak memiliki varian yang berbeda.



**Uji Multikolinieritas**

Multikolinieritas merupakan suatu situasi dimana beberapa atau semua bebas berkorelasi kuat. Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variable.

**Tabel 7 Collinearity Model**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	E-Purchasing	.858	1.165
	Akses Pasar	.851	1.176
	Persaingan Bisnis	.850	1.177

Sumber : Olah data SPSS 20, 2020

Tabel 7 menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas jika nilai VIF < 10 Hasil perhitungan menghasilkan nilai dibawah angka 1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi tersebut. Hal tersebut menandakan bahwa semua bebas tidak berkorelasi kuat yaitu antara E-Purchasing dan Akses Pasar serta Persaingan Bisnis

**Analisis Regresi Linier Berganda**

**Tabel 8 Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.473	1.194		2.908	.007		
1 E-Purchasing	.538	.275	.363	1.956	.006	.858	1.165
Akses Pasar	-.440	.186	-.440	-2.360	.026	.851	1.176
Persaingan Bisnis	.085	.165	.096	.513	.613	.850	1.177

Sumber: Olah data SPSS 20, 2019

Persamaan Regresi  $Y = 3,473 + 0,538 X_1 - 0,440 X_2 + 0,085 X_3$  menggambarkan bahwa variabel bebas (*independent*) E-Purchasing ( $X_1$ ), Akses Pasar ( $X_2$ ) dan Persaingan Bisnis ( $X_3$ ) dalam model regresi tersebut dapat dinyatakan jika satu variabel independen berubah sebesar 1 (satu) dan lainnya konstan, maka perubahan variabel terikat (*dependen*) Prinsip Akuntabel ( $Y$ ) adalah sebesar nilai koefisien ( $b$ ) dari nilai variabel independen tersebut. Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 3,473 memberikan pengertian bahwa jika E-Purchasing ( $X_1$ ), Akses Pasar ( $X_2$ ) dan Persaingan Bisnis ( $X_3$ ) secara serempak atau bersama-sama tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (0) maka besarnya Prinsip Akuntabel( $Y$ ) sebesar 4,473 satuan.

Jika nilai  $b_1$  yang merupakan koefisien regresi dari E-Purchasing ( $X_1$ ) sebesar 0.538 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen ( $Y$ ) mempunyai arti bahwa jika variabel E-Purchasing ( $X_1$ ) bertambah 1 satuan, maka Prinsip Akuntabel ( $Y$ ) juga akan mengalami

kenaikkan sebesar 0.538 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan. Jika nilai  $b_2$  yang merupakan koefisien regresi dari Akses Pasar ( $X_2$ ) sebesar -0,440 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) mempunyai arti bahwa jika variabel Akses Pasar ( $X_2$ ) bertambah 1 satuan, maka Prinsip Akuntabel (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,440 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan. Jika nilai  $b_3$  yang merupakan koefisien regresi dari Persaingan Bisnis ( $X_3$ ) sebesar 0,085 yang artinya mempunyai pengaruh negatif terhadap variabel dependen (Y) mempunyai arti bahwa jika variabel Persaingan Bisnis ( $X_3$ ) bertambah 1 satuan, maka Prinsip Akuntabel (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,085 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

**Uji Hipotesis F dan t**

**Tabel 9 Uji Hipotesis F dan t**

Model	Uji t		Uji F	
	t	Sig	F	Sig
Constant	1.956	.006	2.610	.007 <sup>b</sup>
E-Purchasing	-2.360	.026		
Persaingan Bisnis	.513	.613		

Sumber: Olah data SPSS 20, 2019

Tabel 9 dapat dilihat bahwa E-Purchasing ( $X_1$ ) memiliki tingkat signifikansi p-value = 0,006 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau E-Purchasing ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Prinsip Akuntabel (Y). Akses Pasar ( $X_2$ ) memiliki tingkat signifikansi p-value = 0,026 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau Akses Pasar ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Prinsip Akuntabel (Y). Persaingan Bisnis ( $X_3$ ) memiliki tingkat signifikansi p-value = 0,613 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak atau Persaingan Bisnis ( $X_3$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap Prinsip Akuntabel (Y). Hasil analisis didapatkan Uji Simultan (uji F) dengan tingkat signifikan p-value = 0,007 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima yang berarti bahwa E-Purchasing ( $X_1$ ), Akses Pasar ( $X_2$ ) dan Persaingan Bisnis ( $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Prinsip Akuntabel (Y).

**Koefisien Korelasi Berganda (R) dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Tabel 10 Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.481 <sup>a</sup>	.231	.143	.38196

Sumber : Olah data SPSS 20, 2019

Tabel 10 dapat dilihat bahwa nilai Koefisien Korelasi Berganda (R) yang dihasilkan pada model 1 adalah sebesar 0.481 atau sebesar 48,1% artinya mempunyai hubungan kuat. Koefisien

determinasi pada regresi linear sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya. Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan Koefisien Korelasi (R). Nilai Koefisien Determinasi adalah 0,231 atau 23,1%. Artinya variasi E-Purchasing ( $X_1$ ), Akses Pasar ( $X_2$ ) dan Persaingan Bisnis ( $X_3$ ) terhadap Prinsip Akuntabel adalah sebesar 23,1% dalam menerangkan variable Y dan sisanya sebesar 76,9% di diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh E-Purchasing terhadap Prinsip Akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah**

E-procurement adalah pembelian dan penjualan pasokan, pekerjaan, dan layanan bisnis-ke-bisnis atau bisnis-ke-konsumen atau bisnis-ke-pemerintah melalui Internet serta sistem informasi dan jaringan lainnya, seperti pertukaran data elektronik dan Perencanaan Sumber daya Perusahaan. E-procurement adalah pengadaan barang/jasa yang dilaksanakan dengan menggunakan teknologi informasi dan transaksi elektronik sesuai dengan ketentuan perundang-undangan. *E-procurement* dilakukan dengan 2 (dua) cara yaitu *electronic tendering (e-tendering)* dan *electronic purchasing (e-purchasing)*. *E-tendering* atau tender secara elektronik adalah tata cara pemilihan Penyedia barang/jasa yang dilakukan secara terbuka dan dapat diikuti oleh semua Penyedia barang/jasa yang terdaftar pada sistem pengadaan secara elektronik dengan cara menyampaikan 1(satu) kali penawaran dalam waktu yang telah ditentukan. *E-purchasing* atau pembelian secara elektronik adalah tata cara pembelian barang/jasa melalui sistem katalog elektronik. Penerapan e-procurement diharapkan dapat mewujudkan efisiensi dan efektivitas proses pengadaan dan berdampak pada penerapan prinsip akuntabel.

E-procurement memiliki fungsi utama untuk menjamin proses pengadaan barang/jasapemerintah sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku. Selain itu, e-procurement juga menjamin transparansi, standarisasi dan akuntabilitas proses pengadaan dan diawasi secara bersama-sama oleh masyarakat. Hal terpenting bahwa e-procurement secara khusus atau pengadaan barang/jasa pemerintah secara umum, harus berpihak pada peningkatan kualitas pelayanan publik, tata kelola pemerintahan yang baik dan kesejahteraan rakyat yang digadangkan dalam konsep *good governance*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial E-Purchasing berpengaruh signifikan terhadap Prinsip Akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.

### **Pengaruh Akses Pasar terhadap Prinsip Akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah**

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda. Paradigma manajemen sektor publik yang baru menuntut birokrasi pemerintahan dibuat efisien dan efektif sehingga pemerintahan dapat bergerak fleksibel dalam mengikuti tuntutan masyarakat dan perubahan lingkungan Tata kelola (*governance*) tidak dapat dilepaskan dari prinsip-prinsip dasar penyelenggaraan pemerintahan yang baik, yaitu transparansi, partisipasi, dan akuntabilitas sebagai unsur utama. Terminologi *good governance* memang belum baku, tetapi sudah banyak definisi yang coba membedah makna dari *good governance*. Namun demikian, tidak dapat disangkal lagi bahwa *good governance* telah dianggap sebagai elemen penting untuk menjamin kesejahteraan nasional

(*national prosperity*). Dengan cara meningkatkan akuntabilitas, reliabilitas (kehandalan), dan pengambilan kebijakan, yang diperkirakan di dalam organisasi pemerintah, korporasi (sektor swasta), bahkan dalam organisasi masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akses pasar berpengaruh signifikan terhadap Prinsip Akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.

### **Pengaruh Persaingan Bisnis terhadap Prinsip Akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah**

Persaingan bisnis merupakan sebuah kompetisi antara para penjual yang sama-sama berusaha ingin mendapat keuntungan, pangsa pasar, serta jumlah penjualan yang tinggi. Persaingan bisnis ini sudah menjadi sesuatu yang wajib dalam berbisnis pelaku bisnis. Persaingan bisnis menjadi salah satu risiko besar yang harus dihadapi para pelaku bisnis. Bagaimana tidak, minat untuk menjalankan bisnis saat ini sangat besar bahkan banyak sekali yang menjalankan bisnis di bidang yang sama. Tentu hal tersebut tidak dapat dipungkiri dan dicegah oleh mereka yang telah menjalankan bisnis, karena kreativitas dan inovasi juga terus berkembang. Persaingan bisnis selain terjadi karena adanya seseorang yang menjalankan bisnis di bidang yang sama dengan lainnya juga dapat disebabkan karena beberapa hal. Seperti, ketidakmampuan pelaku bisnis sebelumnya untuk menciptakan produk atau jasa yang lebih memenuhi kebutuhan konsumen.

Persaingan ini terdiri dari beberapa bentuk termasuk pemotongan harga, iklan dan promosi penjualan, variasi kualitas, kemasan, desain dan segmentasi pasar. Penyelenggaraan kegiatan usaha bertujuan menjamin efektivitas pelaksanaan dan pengendalian usaha Pengolahan, Pengangkutan, Penyimpanan secara akuntabel yang diselenggarakan melalui mekanisme persaingan usaha yang wajar, sehat, dan transparan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara parsial persaingan bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap Prinsip Akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Kesimpulan menunjukkan ringkasan yang dapat ditarik dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab 4. Dari hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut;

1. Secara parsial E-Purchasing berpengaruh signifikan terhadap Prinsip Akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.
2. Secara parsial Akses Pasar berpengaruh signifikan terhadap Prinsip Akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.
3. Secara parsial Persaingan Bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap Prinsip Akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.
4. Secara simultan E-Purchasing, Akses Pasar dan Persaingan Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Prinsip Akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka penulis memberi saran sebagai berikut:

1. Perusahaan harus mempetahankan E-purchasing dan Akses Pasar meningkatkan Prinsip Akuntabel.

2. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai rujukan untuk pengembangan serta pendalaman ilmu pengetahuan khususnya Prinsip Akuntabel Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.*
- Haris. 2007. Manajemen Pelatihan Berbasis Belajar Mandiri. Yogyakarta: Mitra Cendekia.*
- Muljo. 2014. Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Terhadap Pengelolaan Anggaran. Diakses Tanggal 28 November 2019.*
- Ningsih. 2015. Hubungan Penerapan Elektronik Katalog Terhadap Efisiensi Pengadaan Dan Ketersediaan Obat. Diakses Tanggal 28 November 2019.*
- Sekaran, Uma. 2011. Metode Penelitian untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.*
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.*
- Taufiq, 2005, Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan, Raja Grafindo. Persada, Jakarta.*

