

PENGARUH *STRATEGIC LEADERSHIP* TERHADAP *COMPETITIVE POSITIONING* MELALUI *ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM* TERHADAP PERUSAHAAN NON MANUFAKTUR DI SURABAYA

Betty Indrasanti Ngunaidi dan Josua Tarigan
Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra
Email : josuat@petra.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *strategic leadership* terhadap *competitive positioning* melalui *accounting information system*. Sampel dan data dalam penelitian ini diperoleh dari 44 manajer pada 4 sektor perusahaan non manufaktur di Surabaya dengan menggunakan kuisioner. Pemilihan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dan analisa deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan *strategic leadership* berpengaruh langsung terhadap *competitive postioning*. *Strategic leadership* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Accounting Information System*. Pengaruh *accounting information system* positif namun tidak signifikan terhadap *competitive positioning*. *Accounting Information system* sebagai variabel intervening tidak dapat memperkuat pengaruh *strategic leadership* terhadap *competitive positioning* pada perusahaan non manufaktur di Surabaya

Kata Kunci : *Strategic Leadership, Competitive Positioning, Accounting Information System, Partial Least Square.*

ABSTRACT

This study aimed to examine the affect of Strategic leadership on competitive positioning through accounting information system . The samples and data used in this study were obtained from 44 managers at 4 sectors of non-manufacturing companies in Surabaya by using questionnaires. The sample selection was done by purposive sampling. This hypothesis was tested by using Partial Least Square (PLS) and descriptive analysis. The results showed strategic leadership directly influenced the competitive positioning. Strategic leadership has significant and positive influence to the accounting information system. The affect of accounting information system was positive but not significant on competitive positioning. Accounting information system as intervening variable was unable to strengthen the affect of strategic leadership on competitive positioning in non manufacture companies in Surabaya.

Keyword : *Strategic Leadership, Competitive Positioning, Accounting Information System, Partial Least Square*

PENDAHULUAN

Pada saat ini, secara global dunia bisnis sedang menghadapi persaingan usaha yang cukup ketat. Dalam persaingan global, perusahaan meningkatkan standar kinerjanya melalui kualitas produk dan jasa yang dihasilkan, biaya operasional perusahaan dan pengenalan produk pada pelanggan untuk mempertahankan posisi bersaing. Peningkatan standar kinerja ini bersifat berkelanjutan maka dari itu, perusahaan dituntut untuk memiliki daya saing strategis. Strategi bersaing merupakan upaya mencari posisi bersaing yang menguntungkan dalam suatu industri. Strategi bersaing bertujuan untuk mempertahankan posisi yang menguntungkan dan kuat dalam melawan pesaing. Competitive positioning diciptakan dari penggunaan sumber daya yang menghasilkan keunggulan bersaing dan disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan yang ditargetkan (Hooley et al, 2001). Salah satunya adalah gaya kepemimpinan Transformational leadership dimana seorang pemimpin mampu mengarahkan dan mau ambil bagian dalam keputusan yang telah diberikan. Menurut Warrick (1981) Rowe (2001), mengungkapkan bahwa *Strategic Leadership* adalah gaya kepemimpinan yang mampu meningkatkan kelangsungan hidup perusahaan jangka panjang melalui visi yang jelas dan juga memelihara stabilitas tingkat kepuasan keuangan jangka pendek. Dengan demikian, strategic leadership dapat mempengaruhi keunggulan bersaing perusahaan.

Sistem informasi merupakan pengembangan penggunaan teknologi informasi untuk membantu individu dalam mengerjakan pekerjaan (McLean, Delone W., Peter S., 2008). Dalam informasi system terdapat serangkaian proses mulai dari mengumpulkan, memasukkan, mengolah dan menyimpan data, mengendalikan serta melaporkan informasi yang berguna untuk mencapai tujuan organisasi (Turban et al, 2001). Salah satu sumber daya aset dalam perusahaan yakni sistem informasi, diperoleh dengan cara mengakuisisi atau pemberian dari pihak lain atau pun dibangun sepanjang waktu hingga dapat menjadi keunggulan bersaing dalam pasar (Hooley et al, 2001). Dengan demikian, *Accounting information system* diharapkan dapat menjadi salah satu sumber daya untuk meningkatkan keunggulan bersaing

yang mampu mempengaruhi pengambilan strategi.

Penelitian Worden (2003) mengkaji mengenai tekanan antara perencanaan strategis dan visi kepemimpinan yang ada dalam kepemimpinan strategis dan menyimpulkan bahwa kepemimpinan strategis dapat menjadi dasar untuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan dimediasi oleh integritas. Menurut hasil penelitian Leavy (2003) mengemukakan bahwa dalam persaingan pasar saat ini, organisasi yang memiliki visi yang jelas akan mampu bersaing lebih baik di masa yang akan datang. Menurut hasil penelitian Gill (2004) mengenai hubungan antara Accounting Information System dengan strategi organisasi menyimpulkan bahwa strategi prospektor memperkuat pengaruh tidak langsung penggunaan kecanggihan Accounting Information System terhadap kinerja organisasi. Maka dari itu, penelitian ini meneliti lebih jauh mengenai apakah Accounting Information System memberikan pengaruh yang signifikan pada Strategic Leadership terhadap Competitive positioning.

Pengertian *Strategic Leadership*

Strategic Leadership adalah proses pembentukan visi jangka panjang yang dapat mempengaruhi dan memotivasi anggotanya (Elenkov et. al., 2005

Rowe (2001), mengungkapkan bahwa *Strategic Leadership* adalah gaya kepemimpinan yang mampu meningkatkan kelangsungan hidup perusahaan jangka panjang melalui visi yang jelas dan juga memelihara stabilitas tingkat kepuasan keuangan jangka pendek. Adapula teori Strategic Leadership dikemukakan oleh Hitt (1999) bahwa strategic leadership memiliki 6 karakteristik penting yakni :

1. Menentukan arah strategi

Maksudnya organisasi mengacu pada pengembangan visi jangka panjang, dengan cara meningkatkan kemampuan sumber daya internal organisasi dan kompetensi inti untuk mencapai tujuan dalam persaingan.

2. Mengeksploitasi dan pemeliharaan kompetensi inti

Kompetensi inti adalah sumber daya dan kemampuan yang berfungsi sebagai sumber perusahaan dari keunggulan kompetitif. Biasanya, kompetensi inti berhubungan dengan keterampilan fungsional dari suatu

organisasi, seperti manufaktur, keuangan, pemasaran, dan penelitian dan pengembangan.

3. Mengembangkan Human Capital

Modal manusia mengacu pada pengetahuan dan keterampilan angkatan kerja organisasi karyawan sebagai modal sumber daya.

4. Mempertahankan Budaya Perusahaan Efektif

Budaya perusahaan mengacu pada nilai-nilai inti yang dimiliki oleh semua atau sebagian besar karyawan. Hal ini terdiri dari satu set kompleks ideologi bersama, simbol, dan nilai-nilai yang mempengaruhi cara perusahaan menjalankan bisnisnya.

5. Menekankan Praktek Etika

Pemimpin strategis yang efektif menekankan praktek etika dalam organisasi mereka, dan berusaha untuk menggunakannya melalui budaya organisasi. Etika menjadi pedoman tindakan individu berdasarkan prinsip-prinsip yang dibentuk oleh pengaruh jangka panjang yang melampaui organisasi.

6. Membangun Pengendalian Strategis

Pengendalian strategis mengacu pada pemahaman strategi pemimpin perusahaan yang diterapkan dalam berbagai unit bisnis. Pengendalian strategis berfokus pada isi langkah strategis dalam rangka mencapai hasil yang tepat.

Pengertian *Competitive Positioning*

Competitive positioning adalah gabungan dari pilihan target pasar dimana perusahaan akan bersaing dan keunggulan bersaing mengenai bagaimana cara perusahaan bersaing (Hooley et al, 2001).

Michael Porter (1980) mengemukakan Five Forces untuk menentukan posisi bersaing industri terdiri dari :

1."Buyer Bargaining Power" adalah:

Kekuatan posisi tawar pelanggan dimana semakin banyak jumlah pesaing suatu perusahaan, maka pelanggan (buyer) akan memiliki bargaining power yang lebih kuat sehingga menurunkan keuntungan perusahaan. Sebaliknya, apabila jumlah pemain di dalam suatu industri relatif sedikit, maka posisi tawar pelanggan akan melemah dan perusahaan akan diuntungkan.

2."Supplier Bargaining Power" adalah:

Kekuatan posisi tawar pemasok dimana perusahaan yang bergantung pada sedikit pemasok akan memiliki bargaining power yang lemah. Kelangkaan supplier akan membuat mereka dengan mudah menaikkan harga bahan baku sehingga profit margin suatu perusahaan semakin menipis.

3."Threat of new entrants" adalah:

Ancaman dari penyedia produk atau jasa baru yang dapat dengan mudah memasuki industri sehingga mempengaruhi daya saing organisasi.

4."Threat of substitute product or services " adalah:

Ancaman dari penyedia produk atau jasa baru yang mudah memasuki industry kita dengan menyediakan produk pengganti dan mempengaruhi daya saing

5."Competitive Rivalry " adalah:

Meningkatnya persaingan dari jasa penyedia lain yang ditujukan pada kelompok pelanggan yang sama dan kita mampu bertahan dalam persaingan tersebut. Dalam pasar *competitive positioning* menawarkan kegunaan dari gabungan manfaat atau fitur yang dapat diterima oleh pelanggan. Sebagai contoh lain, dalam pelayanan jasa, beberapa perusahaan menekankan tanggapan pada keluhan pelanggan dan keandalan jasa yang ditawarkan dengan adanya jaminan (Hooley, et al, 2001).

Pengertian *Accounting Information System*

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) adalah alat yang digunakan dalam bidang Informasi dan Teknologi (IT), yang dirancang untuk membantu dalam pengelolaan dan pengendalian topik yang terkait dengan bidang ekonomi-keuangan perusahaan (Grande, Estébanez, Colomina, 2011).

Accounting information system memiliki 3 subsistem utama (Hall, 2008) :

• *Transaction Process System* :

Subsistem ini aktivitas mendukung bisnis operasional organisasi sehari-hari dengan berbagai laporan, dokumen dan informasi pada semua pengguna dalam organisasi.

• *Financial Reporting System* :

Subsistem ini membuat laporan keuangan seperti, laporan laba rugi, laporan arus kas dan laporan neraca, bahkan laporan pajak sesuai aturan dan ketentuan yang berlaku.

• *Managerial Report System* :

Subsistem ini menyediakan laporan keuangan dengan tujuan khusus dan informasi bagi manajemen internal untuk mengambil keputusan.

Berdasarkan penjelasan yang didapatkan dari beberapa penelitian terdahulu diatas mengenai *Strategic leadership* dan dampaknya terhadap *competitive positioning*, pada perusahaan non-manufaktur maka hipotesis yang diusulkan :

H1: Terdapat pengaruh positif antara *strategic leadership* terhadap *competitive positioning* dalam perusahaan non-manufaktur di Surabaya.

Menurut Berdine et al (2008) *competitive advantage* adalah keunggulan yang dimiliki perusahaan dalam menghadapi pesaingnya untuk memperoleh keuntungan dengan cara mengefisienkan harga produk yang dihasilkan atau meningkatkan kualitas produk. *Competitive advantage* merupakan bagian dari *competitive positioning* bersumber pada kompetensi inti yang merupakan komponen dari *strategic leadership* (Berdine et al, 2008). Ireland dan Hitt (1999) mengemukakan bahwa kompetensi inti adalah sumber daya dan kemampuan yang berfungsi sebagai keunggulan kompetitif. Pada abad 21 lingkungan bisnis semakin kompleks dan kompetitif sehingga dibutuhkan kompetensi inti dalam menghadapi persaingan, maka dari itu diharapkan *strategic leader* dapat mengelola sumber daya (Ireland and Hitt, 1999). *Strategic leader* tidak hanya berfokus dalam mengembangkan visi jangka panjang organisasi tetapi dia pun melakukan pengawasan terhadap performa aktivitas operasional organisasi (Rowe, 2001). Sehingga hasil dari *strategic leadership* akan mencapai kinerja yang unggul dalam lingkungan organisasi (Ireland and Hitt, 1999), dan dengan kinerja yang unggul akan membuat perusahaan mampu mencapai *competitive positioning*.

Berdasarkan penjelasan yang didapatkan dari beberapa penelitian terdahulu diatas mengenai *Strategic*

leadership dan dampaknya terhadap *Accounting Information System*, pada perusahaan non-manufaktur maka hipotesis yang diusulkan :

H₂ : Terdapat pengaruh positif antara *Strategic Leadership* terhadap *Accounting Information System* dalam perusahaan non-manufaktur di Surabaya.

Salah satu karakteristik *Strategic leadership* adalah memanfaatkan dan memelihara kompetensi inti. Dengan adanya perhatian pemimpin pada karakteristik ini maka akan membentuk keunggulan bersaing (Hitt dan Ireland, 1999). *Information system* merupakan salah satu bagian aset yang dapat dijadikan sebagai kompetensi inti perusahaan (Hooley, 2001). (Bozdogan, 2013) Dengan adanya *strategic leadership* yang mampu mendorong informasi menjadi pengetahuan yang strategis akan membantunya untuk mengambil keputusan bahkan penyusunan strategis secara tepat . Tidak hanya itu, seorang pemimpin juga akan mampu merumuskan dan mengimplementasikan strategi perusahaan karena pengetahuan yang dimiliki memberikan kemampuan bagi seorang pemimpin untuk menyelesaikan masalah yang ada, dan memberikan strategi baru agar tidak mengulangi kesalahan yang sama (Hall, 2008). Menurut Turban et al (2007) penjelasan Hall tersebut didukung dengan adanya tujuan dari *Information system* adalah proses mengubah data menjadi informasi dan pengetahuan yang memiliki tujuan tertentu. Data hanya berupa gambaran transaksi yang tidak memiliki arti maupun makna, informasi memiliki nilai dan arti bagi penerima, pengetahuan memberikan pemahaman dan kemampuan untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

Berdasarkan penjelasan yang didapatkan dari beberapa penelitian terdahulu diatas mengenai *accounting information system* dan dampaknya terhadap *competitive positioning*, pada perusahaan non-manufaktur maka hipotesis yang diusulkan :

H₃: Terdapat pengaruh positif antara *competitive positioning* terhadap *Accounting Information System* dalam perusahaan non-manufaktur di Surabaya.

Dengan pengembangan Information Technology yang semakin pesat mendorong inovasi dan meningkatnya kebutuhan akan informasi membuat manajer kekurangan informasi (Brecht and Martin P., 1996). Penelitian dari Krishnan (2005) memberikan bukti empiris bahwa kebutuhan akuntansi meningkat untuk meningkatkan kinerja perusahaan guna meningkatkan competitive positioning. Hal ini menunjukkan bahwa Accounting Information System dibutuhkan oleh internal perusahaan untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Selain itu, menurut Boonmak (2008) mengemukakan bahwa Accounting Information System mampu menyediakan informasi untuk mendukung strategi diferensiasi dan mengubah cara berbisnis dengan meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional, meningkatkan pendapatan dan kepuasan pelanggan, mengurangi biaya dan strategi bisnis dan akhirnya meningkatkan kinerja perusahaan. Tidak hanya dengan diferensiasi dalam penelitiannya Boonmak menggunakan low cost, inovasi, Promote Growth dan Develop Alliance untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Strategi diferensiasi dan low cost merupakan bagian dari generic strategic yang digunakan organisasi untuk memperoleh competitive advantage. Competitive advantage cara yang digunakan oleh organisasi untuk meraih competitive positioning.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menjelaskan operasional variabel-variabel yang sudah diidentifikasi sebelumnya supaya variabel tersebut dapat diukur. Menurut Puspowarsito (2008), operasional dari sebuah variabel adalah penjelasan dari karakteristik terhadap objek ke dalam elemen-elemen yang dapat diobservasi sehingga konsep tersebut dapat diukur dan dioperasionalkan ke dalam penelitian.

Penelitian ini menganalisa hubungan antara variabel bebas, variabel terikat, dan variabel perantara. Definisi masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

a. Variabel bebas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Strategic Leadership. Umar (2003) mendefinisikan variabel bebas adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain.

-Konsep : Strategic Leadership (SL)

Strategic Leadership adalah strategi dari pemimpin yang mampu menciptakan makna dan tujuan bagi organisasi dengan visi yang kuat dan misi yang menciptakan masa depan bagi organisasi (Irlandia dan Hitt, 1999).

Indikator Empirik

1. Menentukan arah strategis
2. Mengeksplorasi dan memelihara kompetensi inti
3. Mengembangkan *Human Capital*
4. Mempertahankan Budaya Perusahaan Efektif
5. Menekankan Praktek Etika
6. Membangun Pengendalian Strategis

b. Variabel antara atau variabel intervening adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel intervening merupakan variabel antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2007). Variabel antara (variabel intervening) yang digunakan dalam penelitian adalah Accounting Information System

Konsep : Accounting Information System (AIS)

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) adalah alat yang digunakan dalam bidang Informasi dan Teknologi (IT), yang dirancang untuk membantu dalam pengelolaan dan pengendalian topik yang terkait dengan bidang ekonomi-keuangan perusahaan (Grande, Estébanez, Colomina, 2011). Variabel Perantara (Variabel Intervening).

Indikator Empirik

1. Pada level Transaction Process System
2. Pada level Financial Reporting System
3. Pada level Managerial Report System

c. Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen (Umar, 2003). Variabel terikat yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah competitive positioning.

Konsep : Competitive Positioning (CP)

Competitive positioning mengacu pada sebuah pondasi dan landasan titik untuk memikirkan persaingan industri dan penempatannya dalam industri dengan menambahkan dan mengintegrasikan ide-

ide lain (Porter,1998). Survei untuk Porter's Five Forces (lima variabel independen) :

- 1."Buyer Bargaining Power" (CP1)
- 2."Supplier Bargaining Power" (CP2)
- 3." Threat of new entrants " (CP3)
4. "Competitive Rivalry "" (CP4)
- 5."Threat of substitute product or services " (CP5)

Populasi

Menurut Puspowarsito (2008), populasi adalah keseluruhan obyek yang memiliki karakteristik tertentu baik yang nyata (tangible) maupun obyek yang abstrak (intangible). Selain itu, populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang karakteristiknya akan diduga (Singarimbun, 1989). Penelitian ini mengambil populasi dari seluruh perusahaan non manufaktur di Surabaya. Berdasarkan data dari Bursa efek Indonesia perusahaan non manufaktur yang terdiri dari berbagai sektor diantaranya property, real estate, infrastruktur, utilitas, perdagangan, keuangan, jasa, investasi dan transportasi.

Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Puspowarsito (2008), sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya akan diteliti dan dianggap bisa mewakili populasi, sehingga jumlah sampel lebih sedikit daripada jumlah populasi. Penentuan sampel harus diperhatikan karena sampel yang digunakan harus bisa mewakili karakteristik dari total populasi (Sekaran, 2003).

Sampel yang diambil minimal sejumlah 30 sampel (Gay & Diehl, 1992). Sampel penelitian ini adalah karyawan bagian manajerial yang meliputi: manajer tingkat menengah (manajer keuangan, manajer akuntansi, manajer pemasaran, manajer operasional, manajer sumberdaya manusia) dan manajer puncak . Berdasarkan penelitian Boonmak (2008) peneliti berharap responden telah bekerja dalam bidang Sistem Informasi Akuntansi kurang lebih 3 tahun agar pengetahuan responden memudahkannya untuk mengisi kuisisioner ini.

Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah judgement sampling atau yang juga dikenal sebagai purposive sampling. Dalam penelitian ini, kriteria yang ditetapkan oleh peneliti adalah karyawan pada perusahaan

non manufaktur di Surabaya yang berstatus karyawan tetap khususnya menjabat sebagai manajer.

Rancangan Kuesioner

Dalam merancang kuesioner, peneliti menggunakan rancangan sebelumnya dari peneliti terdahulu. Kuesioner ini akan dibagi menjadi tiga bagian yaitu :

Strategic Leadership dari Hitt 1999 yang diadaptasi oleh Hagen, Hassan & Amin (1998)

Accounting Information System diadaptasi dari Hall (2008)

Competitive Positioning yang diadaptasi Fung H.P (2013)

Teknik Analisis Data

Analisis kausal digunakan untuk melihat hubungan pengaruh dan pengujian hipotesis, dengan menggunakan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM). Dalam melakukan analisis kausal digunakan aplikasi SmartPLS. *Diagram path* menunjukkan hubungan terhadap alur kausal antar variabel eksogen dan endogen. Hubungan-hubungan kausal yang ada merupakan justifikasi dari teori yang telah ada kemudian konsep tersebut divisualisasikan ke dalam gambar sehingga lebih mudah dipahami. Gambar berbentuk kotak menunjukkan variabel manifes atau berupa indikator empirik. Sedangkan, gambar berbentuk bulat adalah variabel laten atau konstruk yang terdiri dari variabel eksogen dan variabel endogen.

Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model (Jogiyanto & Abdilah, 2009). Evaluasi untuk *outer model* atau model pengukuran dapat dilakukan melalui:

a. *Convergent Validity*

Convergent validity merupakan pengukuran korelasi antara skor indikator dengan skor variabel laten. Ukuran reflektif individu dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0.70 dengan konstruk yang ingin diukur. Untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0.50 sampai 0.60 dianggap cukup (Ghozali 2011).

b. *Discriminant Validity*

Discriminant validity merupakan pengukuran indikator dengan variabel laten. Jika nilai akar AVE suatu konstruk lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi terhadap konstruk lainnya, maka dapat disimpulkan konstruk tersebut memiliki *discriminant validity* yang baik. Pengukuran ini dapat digunakan untuk mengukur *reabilitas component score* variabel laten dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan *composite reliability*. Direkomendasikan nilai akar AVE harus lebih besar 0.50 (Ghozali, 2011). Perhitungan AVE dapat dilakukan dengan rumus :

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum_i \text{var}(\varepsilon_i)}$$

Dimana λ_i = faktor loading dan $\varepsilon_i = 1 - \lambda_i^2$

c. Composite Reliability

Composite reliability merupakan derajat yang mengindikasikan *common laten (unobserved)*, sehingga dapat menunjukkan indikator blok yang mengukur konsistensi internal dan indikator pembentuk konstruk. Nilai batas yang diterima untuk tingkat *reabilitas composite* adalah 0.60 (Ghozali 2011). Perhitungan *composite reliability* dapat dilakukan dengan rumus :

$$\rho_c = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum_i \text{var}(\varepsilon_i)}$$

Dimana λ_i = faktor loading dan $\varepsilon_i = 1 - \lambda_i^2$

3.10.4. Model Struktural (Inner Model)

Inner model atau model struktural dilakukan dengan melihat presentase varian yang dijelaskan yaitu dengan melihat R^2 untuk konstruk laten dependen, *Stone-Geisser Q-square test* (Ghozali, 2011) dan juga melihat besarnya jalur koefisien jalur strukturalnya. Stabilitas dari estimasi ini dievaluasi dengan uji t-statistik. Skor koefisien *inner model* yang ditunjukkan oleh nilai *T-statistic*, harus di atas 1,96 untuk hipotesis dua ekor (*two tailed*) dan di atas 1,64 untuk hipotesis satu ekor (*one tailed*) untuk pengujian hipotesis pada *alpha* 5% dan *power* 80%.

Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. R-square mengartikan

keragaman konstruk endogen yang mampu dijelaskan oleh konstruk-konstruk eksogen secara serentak. Semakin tinggi R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

Sedangkan untuk mengukur model konstruk digunakan *Q-square predictive relevance*. Q-square dapat mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameteranya. Jika Q-square > 0 berarti menunjukkan bahwa model memiliki *predictive relevance*, sebaliknya jika nilai Q-square < 0 menunjukkan model kurang memiliki *predictive relevance* (Ghozali, 2011). Perhitungan Q-square dapat dilakukan dengan rumus :

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)$$

Dimana $R_1^2, R_2^2 \dots R_p^2$ adalah *R-square* variabel endogen dalam model

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

A. Statistik Deskriptif

1. Deskriptif Profil Responden

Hasil penelitian data responden yang ada diperoleh dari penyebaran kuisioner mengenai Strategic Leadership, Competitive Positioning, dan Accounting Information System. Penyebaran kuisioner ini ditujukan secara langsung pada responden. Data responden bersifat anonim, hal ini bertujuan untuk menjaga kerahasiaan identitas responden. Hasil pengolahan dan penjelasan data disajikan dibawah ini.

Deskripsi profil responden yakni 44 manajer dari 20 perusahaan non manufaktur di Surabaya yang menjadi sampel penelitian adalah sebagai berikut :

| Analisis Deskripsi | Kategori | Frekuensi | % |
|--------------------|------------------|-----------|-------|
| Jenis kelamin | Laki-laki | 27 | 61% |
| | Perempuan | 17 | 39 % |
| | Total | 44 | 100 % |
| Usia | $22 \leq x < 27$ | 14 | 30% |
| | $27 \leq x < 32$ | 8 | 19,1% |
| | $32 \leq x < 37$ | 12 | 27,7% |

| | | | |
|--------------|-----------|----|--------|
| Usia | ≥ 37 | 10 | 22,8% |
| | Total | 44 | 100 |
| Divisi | Pemasaran | 10 | 22,7% |
| | Akuntansi | 12 | 27,27% |
| | Keuangan | 6 | 13,63% |
| | HRD | 16 | 36,36% |
| | Total | 44 | 100 % |
| Pendidikan | SMA/SMK | 4 | 8% |
| | Diploma | 2 | 4,4% |
| | S1 | 34 | 79,4% |
| | S2 | 4 | 8,1% |
| | Total | 44 | 100 % |
| Lama Bekerja | 0-3 tahun | 11 | 25% |
| | 3-5 tahun | 10 | 22,8% |
| | > 5 tahun | 23 | 52,2% |
| | Total | 44 | 100 |

2. Deskriptif Jawaban Responden

a. *Strategic Leadership*

Dari hasil jawaban responden diketahui *Strategic Leadership* dinilai paling tinggi dalam hal bagaimana seorang manajemen puncak menentukan arah strategi dengan rata-rata jawaban sebesar 4,139, dan dinilai paling rendah adalah bagaimana seorang manajemen puncak mengidentifikasi, mengeksplorasi dan menajamkan kompetensi utama yang dimiliki perusahaan dengan rata-rata jawaban sebesar 3,955. Secara keseluruhan rata-rata jawaban responden 4,027 menunjukkan bahwa responden memahami bahwa indikator-indikator yang ada dapat menjadi tolok ukur *Strategic Leadership*.

b. *Competitive Positioning*

Berdasarkan hasil jawaban responden dapat diketahui *Competitive Positioning* dinilai paling tinggi dalam penawaran kekuatan pembeli dimana pembeli rela mengeluarkan uang untuk

membeli jasa yang ditawarkan organisasi dengan rata-rata jawaban 4,068, dan pernyataan organisasi memiliki sedikit pesaing dinilai paling rendah dengan rata-rata jawaban 3,045. Hal ini berarti pesaing memiliki banyak pesaing. Secara keseluruhan rata-rata jawaban responden 3,545 menunjukkan bahwa responden memahami bahwa indikator-indikator yang ada dapat menjadi tolok ukur *Competitive Positioning*. Standard Deviasi yang dihasilkan oleh masing-masing item nilainya lebih kecil daripada nilai rata-rata sehingga menunjukkan bahwa keragaman data dalam *Competitive Positioning* kecil atau jawabannya cenderung sama.

c. *Accounting Information System*

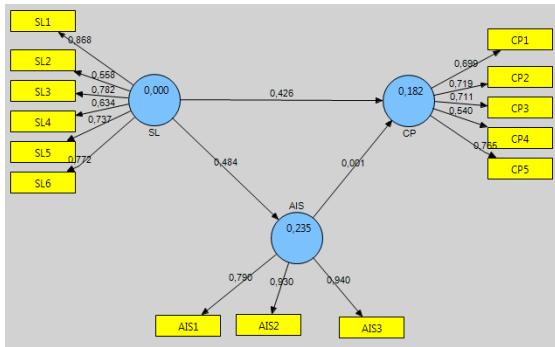
Berdasarkan hasil jawaban responden dapat diketahui *Accounting Information System* dinilai paling tinggi dalam penggunaannya untuk mencatat dan merekam transaksi keuangan dengan rata-rata jawaban sebesar 3,886, dan penggunaan sistem informasi akuntansi untuk membantu manajemen dalam menyusun strategi dinilai paling rendah dengan rata-rata jawaban sebesar 3,773. Secara keseluruhan rata-rata jawaban responden 3,826 menunjukkan bahwa responden telah menerapkan indikator-indikator yang ada dalam penggunaan *Accounting Information System*. Penelitian ini sebelumnya juga diadaptasi oleh Sori (2009) indikator tersebut valid untuk variabel *accounting information system*. Standard Deviasi yang dihasilkan oleh masing-masing item nilainya lebih kecil daripada nilai rata-ratanya sehingga menunjukkan bahwa keragaman data dalam *Accounting Information System* kecil atau jawabannya cenderung sama.

B. Pengujian *Structural Equation Model* (SEM)

Pada penelitian ini untuk menguji hipotesis penelitian digunakan analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan program SmartPLS. Model yang diuji dalam PLS adalah:

1. *Outer Model*

Pada evaluasi *outer model* akan dilakukan pengujian *convergent validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability*. *Outer Model* dapat dilihat pada gambar 1. Berikut ini akan dijelaskan hasil pada masing-masing pengujian:



a. Convergent Validity

Untuk mengukur *convergent validity* digunakan nilai *loading factor*. Suatu indikator dikatakan memenuhi *convergent validity* jika memiliki nilai *loading factor* > 0,50.

Tabel 5. Nilai *Outer Loading*

| Variabel | Indikator | <i>Outer Loading</i> |
|--------------------------------------|-----------|----------------------|
| <i>Strategic Leadership</i> | SL1 | 0.868 |
| | SL2 | 0.588 |
| | SL3 | 0.782 |
| | SL4 | 0.634 |
| <i>Competitive Positioning</i> | SL5 | 0.737 |
| | SL6 | 0.772 |
| | CP1 | 0.699 |
| | CP2 | 0.719 |
| | CP3 | 0.711 |
| | CP4 | 0.540 |
| <i>Accounting Information System</i> | CP5 | 0.765 |
| | AIS1 | 0.790 |
| | AIS2 | 0.930 |
| | AIS3 | 0.940 |

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui nilai *loading factor* masing-masing indikator pada variabel > 0,50. Hal ini berarti indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi *convergent validity*, sehingga semua indikator dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

b. Discriminant Validity

Untuk mengukur *discriminant validity* digunakan nilai AVE. Dikatakan

memenuhi *discriminant validity* jika nilai AVE > 0,50. Selain itu nilai korelasi antar variabel < nilai akar AVE.

| Indikator | AIS | CP | SL |
|-----------|-----------------|-----------------|-----------------|
| AIS1 | 0,789848 | 0,121033 | 0,387397 |
| AIS2 | 0,929835 | 0,214977 | 0,423302 |
| AIS3 | 0,939835 | 0,208838 | 0,476334 |
| CP1 | 0,031861 | 0,699435 | 0,182565 |
| CP2 | 0,206227 | 0,719039 | 0,383434 |
| CP3 | 0,164959 | 0,711320 | 0,302241 |
| CP4 | 0,061116 | 0,540003 | 0,129183 |
| CP5 | 0,159896 | 0,765400 | 0,341648 |
| SL1 | 0,457490 | 0,388515 | 0,867930 |
| SL2 | 0,198482 | 0,313988 | 0,558444 |
| SL3 | 0,387087 | 0,378739 | 0,782286 |
| SL4 | 0,102255 | 0,307843 | 0,633923 |
| SL5 | 0,324159 | 0,294667 | 0,736524 |
| SL6 | 0,510497 | 0,205870 | 0,772387 |

| Variabel | AVE | Akar AVE | AIS | CP | SL |
|----------|-------|----------|-------|-------|----|
| AIS | 0.791 | 0.889 | 1 | | |
| CP | 0.478 | 0.691 | 0.208 | 1 | |
| SL | 0.536 | 0.732 | 0.484 | 0.427 | 1 |

Berdasarkan Tabel 7 diketahui nilai AVE semua variabel > 0,50. Diketahui pula semua nilai korelasi antar variabel < nilai akar AVE. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap variabel di dalam penelitian ini telah memiliki *discriminant validity* yang baik.

c. Composite Reliability

Tabel 8. *Composite Reliability*

| Variabel | Nilai <i>Composite Reliability</i> |
|-------------------------------|------------------------------------|
| Strategic Leadership | 0.872 |
| Competitive Positioning | 0.819 |
| Accounting Information System | 0.918 |

Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* semua variabel > 0,70. Dengan demikian dalam model penelitian, masing-masing variabel telah memenuhi *composite reliability*.

2. Inner Model

a. Uji Hipotesis

Berdasarkan pengolahan data dengan PLS, dihasilkan nilai R-Square sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Nilai Koefisien Path dan t-hitung

| Hipotesis | Pengaruh | Nilai Koefisien Path | t-Hitung |
|-----------|-------------------------------|----------------------|----------|
| 1 | <i>Strategic Leadership</i> → | 0,001 | 0,007 |

| | | | |
|---|--|-------|-------|
| | <i>Competitive Positioning</i> | | |
| 2 | <i>Strategic Leadership</i> → <i>Accounting Information System</i> | 0,484 | 4,624 |
| 3 | <i>Accounting Information System</i> → <i>Competitive Positioning</i> | 0,426 | 2,169 |

Berdasarkan Tabel 9,

H1 : Pengaruh *Strategic Leadership* terhadap *Competitive Positioning*

Koefisien path pengaruh *Strategic Leadership*, terhadap *Competitive Positioning* sebesar 0,426 dengan t-hitung sebesar 2,169 > 1,96, hal ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Strategic Leadership* terhadap *Competitive Positioning* pada perusahaan non manufaktur sebagai sampel penelitian.

H2 : Pengaruh *Strategic Leadership* terhadap *Accounting Information System*

Koefisien path pengaruh *Strategic Leadership* terhadap *Accounting Information System* sebesar 0,484 dengan t-hitung sebesar 4,624 > 1,96, hal ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Strategic Leadership* terhadap *Accounting Information System* pada perusahaan non manufaktur sebagai sampel penelitian.

H3 : Pengaruh *Accounting Information System* terhadap *Competitive Positioning*

Berdasarkan Tabel 4.15, koefisien path pengaruh *Accounting Information System* terhadap *Competitive Positioning* sebesar 0,001 dengan t-hitung sebesar 0,007 < 1,96, hal ini menunjukkan terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan antara *Accounting Information System* terhadap *Competitive Positioning* pada perusahaan non manufaktur sebagai sampel penelitian.

Pembahasan

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan dengan menggunakan SmartPLS, peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Strategic Leadership* terhadap *Competitive Positioning* pada perusahaan non manufaktur di Surabaya. Dari hasil uji hipotesis diperoleh hasil nilai t hitung sebesar 2,169 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,96 dengan nilai koefisien path sebesar 0,426. Hasil ini menunjukkan pengaruh *strategic leadership* yang positif dan tidak signifikan terhadap *competitive Positioning*. Sehingga, dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis ini dapat diterima. Berdasarkan penelitian Worden (2003) *Strategic Leadership* berpengaruh positif terhadap *Competitive Positioning*. Dari hasil penelitian ini, diperoleh bahwa indikator utama seorang pemimpin yang memiliki visi mampu mendorong persaingan ke arah yang lebih baik khususnya dalam meningkatkan kekuatan penawaran pembeli.
2. Hipotesis ketiga menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Strategic Leadership* terhadap *Accounting Information System* pada perusahaan non manufaktur di Surabaya. Dari hasil uji hipotesis diperoleh hasil nilai t- hitung sebesar 4,624 yang lebih besar dari nilai t-tabel 1,96 dengan nilai koefisien path sebesar 0,484. Hasil ini menunjukkan pengaruh *strategic leadership* yang positif dan tidak signifikan terhadap *Accounting Information System*. Seperti penelitian, Bozdogan (2013) *leadership* berpengaruh positif terhadap *Accounting Information System*.
3. Hipotesis kedua menunjukkan terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara *Accounting Information System* terhadap *Competitive Positioning* pada perusahaan non manufaktur di Surabaya. Dari hasil uji hipotesis diperoleh hasil nilai t hitung sebesar 0,007 yang lebih kecil dari nilai t tabel 1,96 dengan nilai koefisien path sebesar 0,001. Hasil ini menunjukkan pengaruh *accounting information system* yang positif dan tidak signifikan terhadap *competitive positioning*. *Accounting information system* yang dijalankan oleh perusahaan sudah sampai pada level penyusunan strategi namun strategi yang disusun ini sebatas peningkatan *buyer bargaining power* dan *supplier bargaining power* yang terbaik.

Selain 3 hipotesis yang dijabarkan diatas, ada 1 hipotesis yang tidak diterima setelah

pengolahan data dilakukan, yaitu *Accounting Information System* sebagai variabel intervening tidak dapat memperkuat pengaruh *Strategic Leadership* terhadap *Competitive Positioning*. Hal ini dikarenakan variabel intervening tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel independen sehingga pengujian efek mediasi tidak dapat diperhitungkan (Baron dan Kenney 1986).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengolahan dan pengujian hipotesis pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan :

1. H1: diterima yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan *Strategic Leadership* terhadap *Competitive Positioning*. Koefisien path pengaruh *Strategic Leadership*, terhadap *Competitive Positioning* sebesar 0.426 dengan t-hitung sebesar 2,169 > 1,96, hal ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Strategic Leadership* terhadap *Competitive Positioning*.

2. H2: ditolak yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif *Accounting Information System* terhadap *Competitive Positioning*. Koefisien path pengaruh *Accounting Information System* terhadap *Competitive Positioning* sebesar 0.001 dengan t-hitung sebesar 0,007 < 1,96, hal ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara *Accounting Information System* terhadap *Competitive Positioning*.

3. H3: diterima yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif *Strategic Leadership* terhadap *Accounting Information System*. Koefisien path pengaruh *Strategic Leadership* terhadap *Accounting Information System* sebesar 0.484 dengan t-hitung sebesar 4.624 > 1,96, hal ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Strategic Leadership* terhadap *Accounting Information System*.

5.2. Saran

1. Disarankan dalam menghadapi persaingan pasar, seorang pemimpin mampu menerapkan budaya yang efektif sehingga para karyawan memahami nilai-nilai perusahaan, tidak hanya itu tapi juga seorang pemimpin yang menjalankan usahanya dengan memperhatikan etika profesi guna mencapai posisi yang diinginkan dalam pasar.

2. Disarankan manajer puncak sebaiknya mendorong terciptanya penggunaan Sistem Informasi Akuntansi hingga level penyusunan strategi sehingga mampu mengatasi persaingan dalam segala aspek khususnya strategi untuk meminimalkan munculnya pesaing baru dalam pasar.

DAFTAR REFERENSI

- Berdine, M., Parrish E., Cassil N.L., Oxenham W. (2008). Measuring the Competitive Advantage of the US Textile and Apparel Industry. *Annual Conference* : Boston, MA
- Boonmak, S. (2008). Strategically Involved, Accounting Information Systems Change The Way Businesses Compete. *America Accounting Association : IS Section Mid Year Meeting*.
- Bozdogan, T. (2013). Research on Knowledge Leadership Characteristics in Accounting Department Manager in Turkey. *International Journal of Business and Social Science, Vol 4* (14), 125-136
- Brecht, H.D dan Martin, M.P. (1996). Accounting Information System : The Challenge of Extending Their Scope to Business and Information Strategy. *America Accounting Association : America Horizon*, 10,(4).
- Fung, H.P. (2013). Using Porter Five Forces and Technology Acceptance Model to Predict Cloud Computing Adoption among IT Outsourcing Service Providers. *Internet Technologies and Applications Research*, 1(2):18-24.
- Ghozali, I. (2011). Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Square. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gill D.N. (2004). The Role of Sophisticated Accounting System in Strategy Management. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 4, 125-144.

- Grande, E.U., Estebanez, R.P., Colomina, C.M. (2011). The Impact Accounting Information Systems (AIS) on performance measures : empirical evidence in Spanish SMEs. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 11 , 25-43.
- Hagen, A.F, Hassan M.T,Amin, S.G. (1998). Critical Strategic Leadership Components An empirical investigation. *S.A.M.Advanced Management Journal*, 63 (3) ,39-44.
- Hall, A. James (2008). Accounting information system. Sixth edition, United States : South Western Publishing
- Hooley, G.; Greenley, G.; Fahy, J.; Cadogan, J. (2001). Market-focused Resources, Competitive Positioning and Firm Performance. *Journal of Marketing Management*, 17, 503-520.
- Ireland, R.D. & Hitt, M.A. (1999). Achieving and Maintaining Strategic Competitiveness in the 21st century: *The role of strategic leadership. Academy of Managerial Executive*, 2005, 19 (4).
- Jogiyanto. (2011). Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Variian Dalam Penelitian Bisnis, 1st ed. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN Yogyakarta
- Krishnan,S. (2005). The Effect of Changes in Regulation and Competition of Firms' Demand for Accounting Information. *The Accounting Review*, 80 (1),269-287
- Leavy, B. (2003). Assessing your strategic alternatives from both a market position and core competence perspective. *Strategy and Leadership*, 31 (6), 29
- McLean, Delone W., Peter S., 2008. Measuring information systems success: models, dimensions, measures, and interrelationships. *European Journal of Information*,17, 236-263.
- Porter, M. E. (1990). *Competitive Advantage*, New York : Free Press,
- Puspowarsito, H.A.H. (2008). Metode Penelitian Organisasi dengan Aplikasi Program SPSS. Bandung : Pendidikan Anggota Ikapi.
- Rowe, Glenn (2001). Creating Wealth in Organizations: The Role of Strategic Leadership. *The Academy of Management Executive*, 15 (1).
- Sekaran, U. (2003). Research Methods for Business. New York : John Wiley & Sons Inc.
- Singarimbun, M. & Effendi, S. (1989). *Metode Penelitian Survai*. Jakarta : LP3ES.
- Sori M.Z. (2009). Accounting Information Systems (AIS) and Knowledge Management: A Case Study . *American Journal of Scientific Research* 4, 36-44.
- Sugiyono. (2007). Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Turban E., Leidner D., McLean E., Wetherbe J. (2007). *Information Technology For Management*. Sixth Edition. New York : John Wiley & Sons, Inc.
- Umar, H. (2003). Metode Riset Bisnis. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Warrick D.D. (1981). Leadership Styles and Their Consequences. *Journal of Experiential Learning and Simulation* 3 (4) ,Wa155-172.
- Worden, S. (2003). The Role of Integrity as a Mediator in Strategic Leadership: A Recipe for Reputational Capital. *Journal Bussiness Ethic*,46,31-44