

PENGARUH *ORGANIZATION LEARNING* TERHADAP *COMPETITIVE POSITIONING* MELALUI INTENSITAS PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PADA STUDI KASUS PERUSAHAAN *NON MANUFACTURING*

Imelda Beatriz dan Josua Tarigan
Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra
Email : Josuat@petra.ac.id

ABSTRACT

Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan pengaruh *Organization Learning* terhadap *Competitive Positioning* melalui Sistem Informasi Akuntansi dengan obyek perusahaan non manufaktur di Surabaya. Variabel penelitian meliputi: *Organization Learning*, Sistem Informasi Akuntansi, dan *Competitive Positioning*. Jumlah sampel penelitian sebanyak 83 sampel. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Organization Learning* berpengaruh positif terhadap *Competitive Positioning*, *Organization Learning* berpengaruh positif terhadap Sistem Informasi Akuntansi, tetapi Sistem Informasi Akuntansi tidak berpengaruh terhadap *Competitive Positioning*. Untuk itu, Sistem Informasi Akuntansi tidak bukan sebagai variabel mediasi pengaruh *Organization Learning* terhadap *Competitive Positioning*.

Kata Kunci:

Organization Learning, Sistem Informasi Akuntansi, *Competitive Positioning*, Perusahaan Non Manufaktur.

ABSTRACT

The purpose of this research was to identify the influence of *Organization Learning* toward *Competitive Positioning* with Accounting Information System as the mediating variable Non Manufacturing Firms in Surabaya. The variables were: *Organization Learning*, Accounting Information System, and *Competitive Positioning*. The number of samples were 83 respondents. The data analysis technique used was *Partial Least Square*. This research showed that *Organization Learning* had positive influence toward *Competitive Positioning*; *Organization Learning* had positive influence toward Accounting Information System, but there was no influence of Accounting Information System on *Competitive Positioning*. That's why, Accounting Information System was not a mediating variable of *Organization Learning* towards *Competitive Positioning* in non manufacturing firms in Surabaya.

Keywords:

Organization Learning, Accounting Information System, *Competitive Positioning*, Non Manufacturing Firms.

PENDAHULUAN

Masih terdapat harapan untuk bersaing pada industri non manufaktur karena masih terdapat waktu 1 tahun untuk berbenah mengingat pasar bebas Asean berlaku pada tahun 2015. Menurut Njuguna (2009), bahwa untuk membantu *Competitive Positioning* maka organisasi

harus mampu melakukan pembelajaran dengan baik (*Organizational Learning*). Melalui pembelajaran tersebut, maka organisasi akan mampu berbenah dari berbagai kelemahan yang dimiliki. Pembelajaran organisasi bisa dilakukan dengan baik ketika dibantu peralatan yang mampu memberikan dukungan informasi

yang dibutuhkan untuk operasional. Menurut Soudani (2012), bahwa Sistem Informasi Akuntansi (SIA) dinyatakan sebagai peralatan (*tool*) bagi organisasi untuk bisa mengakses dan mentransformasikan informasi untuk kepentingan pengambilan keputusan.

Berdasarkan pendapat Njuguna (2009), bahwa untuk meningkatkan *Competitive Positioning* bisa dilakukan dengan proses pembelajaran organisasi (*Organizational Learning*), dan menurut Soudani (2012), bahwa SIA dinyatakan sebagai alat yang bisa digunakan untuk mendukung akses dan transformasi informasi keuangan yang berguna untuk pengambilan keputusan organisasi. Keputusan yang tepat dalam cakupan operasional akan mampu meningkatkan daya saing. Pada penelitian sebelumnya, belum terdapat penelitian yang menjelaskan secara bersamaan ketiga variabel yaitu *Organization Learning*, *Competitive Positioning*, dan Sistem Informasi Akuntansi. Selain itu belum terdapat penelitian yang mengulas lebih dalam lagi apakah Sistem Informasi Akuntansi sebagai variabel intervening memperkuat pengaruh *Organization Learning* terhadap *Competitive Positioning*. Berdasarkan pada fenomena teoritis tersebut maka perlu dibuktikan mengenai pengaruh *Organizational Learning* terhadap *Competitive Positioning* melalui Sistem Informasi Akuntansi sebagai variabel intervening (variabel perantara). Untuk bisa memberikan kajian yang lebih komprehensif, maka cakupan penelitian akan difokuskan pada industri non manufaktur di Surabaya.

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh antara *Organization Learning* terhadap *Competitive Positioning*, mengetahui pengaruh antara *Organization Learning* terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, mengetahui pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap *Competitive Positioning*, dan untuk mengetahui kemampuan *intervening* Sistem Informasi Akuntansi atas pengaruh *Organization Learning* dan *Competitive Positioning* pada Perusahaan *Non Manufacturing* di Surabaya.

Pengertian Organization Learning

Menurut Liao dan Wu (2009), bahwa dalam menghadapi perubahan yang dinamis dan tingginya ketidakpastian dari lingkungan maka pembelajaran organisasi mutlak dilakukan. Pembelajaran ini dipahami sebagai sebuah proses untuk terus berkembang secara dinamis, dalam tingkatan individual, *team*, dan tingkatan organisasi untuk terus mengembangkan kreativitas. Menurut Sabounchi, et al., (2014) bahwa *Organization Learning* adalah sebuah proses pengembangan mental, regulasi, proses, pengetahuan, *maintenance*, dan perbaikan fungsi untuk memfasilitasi perubahan atau peningkatan organisasi.

Organization Learning adalah organisasi yang telah mengembangkan kapasitasnya secara berkelanjutan untuk beradaptasi dan melakukan perubahan (Robbins & Judge, 2009). Menurut Marsick & Watkins (2003), *Organization Learning* mendorong karyawan untuk menerapkan pengetahuan serta keahliannya untuk menghadapi dan menyelesaikan masalah. Penelitian Senge (1990), *Organization Learning* adalah organisasi yang secara terus menerus belajar serta meningkatkan kapasitas dan kemampuannya untuk mendapatkan hasil yang diharapkan.

Pengertian Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Romney (2009), Sistem Informasi Akuntansi adalah sistem yang mengumpulkan, mencatat dan memproses data untuk menghasilkan informasi untuk pengambilan keputusan. Sistem Informasi Akuntansi sangat berhubungan erat dengan perkembangan dan kemajuan teknologi yang ada. Perkembangan teknologi yang sangat pesat mendorong para pemain bisnis ke arah *digital firm* yaitu entitas yang hampir seluruh hubungan bisnisnya, baik dengan *customer*, *supplier*, dan *employee* semuanya dilakukan secara *digital* (Laudon, 2010). Hal itu didukung dengan adanya seperangkat alat *digital* agar setiap orang dapat melakukan kegiatan bisnisnya seperti rapat, mengetik surat, mengirim fax, dan lain-lain tanpa harus datang ke kantor.

Sajady et al. (2008), menjelaskan bahwa SIA merupakan bagian dari *Management Information System*. Pengertian SIA menurut the *American Institute of Certified Public Accountants* (1996) dalam Sajady et al. (2008) : "Accounting actually is information system and if we be more precise, accounting is the practice of general theories of information in

the field of effective economic activities and consists of a major part of the information which is presented in the quantitative form."

Pendapat ini menjelaskan bahwa akuntansi pada dasarnya merupakan aplikasi dari informasi yang berhubungan dengan aktivitas ekonomi yang bersifat kuantitatif yaitu sisi keuangan dari aktivitas ekonomi tersebut.

Pengertian *Competitive Positioning*

Competitive Positioning dapat membuat hasil kinerja perusahaan yang lebih bagus dibandingkan dengan pesaing lainnya dalam satu industri. *Competitive Positioning* merupakan faktor pendukung agar perusahaan dapat berkompetitif. Salah satu cara agar perusahaan bisa mencapai *Competitive Positioning* adalah meraih *Competitive Advantage* terlebih dahulu. *Competitive Advantage* adalah kemampuan yang memungkinkan organisasi untuk membedakan dirinya dari para pesaingnya (Barney, 1991). Li et.al (2006) menyatakan bahwa *Competitive Advantage* adalah kemampuan untuk menghasilkan produk atau menawarkan jasa yang berbeda untuk meraih *Competitive Positioning*. *Competitive Advantage* dapat membentuk *Competitive Positioning* melalui beberapa faktor yang telah dijelaskan oleh D'Sauza & Williams (2000) yaitu fokus pada kecepatan dalam merespon, fleksibilitas, dan kebutuhan pelanggan.

Menurut Porter (2008), *Competitive Positioning* merupakan jantung kinerja perusahaan dalam pasar bersaing. Untuk bisa bertahan dan sukses dalam persaingan industri bisnis, perusahaan perlu memahami lima faktor ancaman yang telah dikemukakan oleh Porter : ancaman pendatang baru, kekuatan tawar-menawar pemasok (*Supplier*), kekuatan tawar-menawar pembeli, ancaman produk pengganti (substitusi), dan persaingan di dalam industri. Dalam *Competitive Positioning*, Lings dan Greenley (2000) menjelaskan bahwa pengukuran terhadap *Competitive Positioning* didasarkan pada *relative Competitive Positioning*, artinya bahwa posisi perusahaan dalam persaingan didasarkan pada kedudukan relatif perusahaan dibandingkan dengan pesaing. Terdapat lima dimensi yang digunakan untuk mengukur *Competitive Positioning* perusahaan ini, yaitu: tingkat penjualan, kontribusi ekonomi lokal, konsistensi

kinerja, kemakmuran organisasi, dan tingkat keuntungan.

Hipotesis

Pengaruh *Organizational Learning* Terhadap *Competitive Positioning*

Menurut Njuguna (2009), menyatakan bahwa *Organizational Learning* dapat membantu sebuah perusahaan untuk mencapai *Competitive Positioning*. Perusahaan perlu mengadakan program pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan *Organizational Learning*. Perusahaan juga perlu mengembangkan sistem, prosedur, dan proses agar setiap individu yang memiliki pengetahuan mau menyalurkan pengetahuan yang dimilikinya kepada orang lain. Perusahaan perlu mendorong karyawan untuk mencoba ide-ide yang baru. Dari hasil penelitian Njuguna (2009), menyatakan bahwa manajer harus lebih fokus pada pengembangan dan meningkatkan pengetahuan karyawannya dalam rangka mencapai *Competitive Positioning* yang berkelanjutan dan kinerja yang lebih baik. Menurut Sabounchi (2014), bahwa pembelajaran yang dilakukan oleh organisasi akan mampu menempatkan organisasi pada posisi yang lebih baik dibandingkan perusahaan yang lain. Pembelajaran tersebut mengarah pada kemampuan untuk menilai efisiensi dan efektifitas proses operasional dan akhirnya berpengaruh terhadap posisi perusahaan dalam persaingan. Pembelajaran yang dilakukan oleh organisasi mampu menekan berbagai kesalahan dalam strategi sehingga akan mampu memposisikan perusahaan lebih baik dari yang lain.

Berdasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu yang menjelaskan pengaruh *Organization Learning* terhadap *Competitive Positioning* di atas, hipotesis yang diajukan adalah:

H₁ : *Organization Learning* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Positioning* pada Perusahaan *Non Manufacturing* di Surabaya.

Pengaruh *Organization Learning* terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA)

Perubahan lingkungan industri yang cepat dan penuh ketidakpastian menuntut perusahaan untuk terus-menerus senantiasa belajar. Menurut Sikula (1994), memori organisasi merupakan faktor yang

penting dalam *Organization Learning*. Tanpa adanya memori organisasi yang efektif, maka perusahaan akan terjebak pada penciptaan strategi yang terlihat baik namun tidak dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Terlebih lagi dengan adanya frekuensi perputaran karyawan yang tinggi, maka perusahaan perlu merekam dan menyimpan informasi dan pengetahuan yang penting ke dalam Sistem Informasi Akuntansi perusahaan. Hubungan antara *Organization Learning* dan SIA juga dijelaskan oleh Ramirez, et al., (2011) bahwa *Organization Learning* adalah organisasi yang mampu melakukan transfer informasi dan pengetahuan dalam organisasi. Kemampuan transfer informasi dan pengetahuan tersebut difasilitasi oleh sebuah sistem yang tepat. Perusahaan yang melakukan pembelajaran dengan baik akan mampu mengaplikasikan SIA mengingat SIA yang diterapkan selalu dilakukan evaluasi secara periodik untuk terus meningkatkan kinerja dari SIA. Organisasi yang melakukan pembelajaran akan terus melakukan evaluasi terhadap berbagai kelemahan sistem yang digunakan dalam organisasi termasuk SIA sehingga akan mampu memberikan kinerja yang lebih baik bagi organisasi. Berdasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu yang menjelaskan pengaruh *Organization Learning* terhadap penggunaan SIA di atas, hipotesis yang diajukan adalah:

H₂: *Organization Learning* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi pada Perusahaan *Non Manufacturing* di Surabaya.

Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap *Competitive Positioning*

Menurut Lin, et al. (2005) bahwa perusahaan yang mampu mengaplikasikan sebuah sistem yang efektif dengan dukungan teknologi yang tepat merupakan faktor kunci untuk memperbaiki posisi organisasi dalam persaingan. SIA yang diterapkan oleh organisasi akan mampu melakukan transformasi informasi penting karena bersifat melakukan transfer informasi keuangan untuk pengambilan keputusan. Aplikasi SIA akan memberikan dasar dari sisi keuangan atas setiap keputusan yang diambil manajerial. Untuk itu, aplikasi SIA akan mampu meningkatkan posisi organisasi

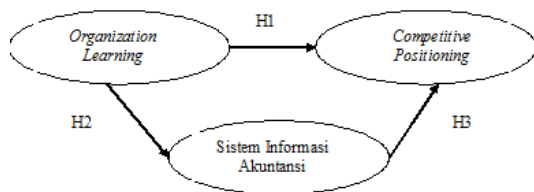
dibandingkan dengan organisasi yang lainnya dalam persaingan. Penelitian yang dilakukan oleh Salleh, et al. (2010) menjelaskan bahwa sistem yang diterapkan oleh organisasi penting untuk mengelola operasional perusahaan sehingga mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Demikian halnya dengan penerapan SIA bagi organisasi sangat penting untuk sumber informasi dalam mengelola operasional perusahaan dan tetap memperhitungkan keuntungan dan biaya yang dikeluarkan dalam pengelolaan operasional. SIA yang diterapkan oleh organisasi akan mampu memberikan panduan dalam memajemen organisasi dengan lebih baik sehingga semua keputusan yang dibuat manajerial sesuai dengan kondisi sebenarnya dan akhirnya akan mampu meningkatkan kemampuan perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lain. Berdasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu yang menjelaskan pengaruh penggunaan SIA terhadap *Competitive Positioning* di atas, hipotesis yang diajukan adalah:

H₃: Penggunaan SIA berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Positioning* pada Perusahaan *Non Manufacturing* di Surabaya.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian berisikan segala hal yang berkaitan dengan penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, teknik pengukuran variabel, teknik pembuatan kuesioner, desain sampel, metode, dan program analisa data yang digunakan untuk membantu menjelaskan serta menjawab permasalahan di dalam penelitian ini mengenai Pengaruh *Organization Learning* Terhadap *Competitive Positioning* Melalui Intensitas Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi.

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan dan hasil penelitian terdahulu maka diajukan model penelitian yang ditunjukkan dalam gambar 2.2, yang menjelaskan kerangka pemikiran teoritis yang menggambarkan pengaruh antara *Organization Learning* (variabel *independen*) terhadap *Competitive Positioning* (variabel *dependen*) pada Perusahaan *Non Manufacturing* di Surabaya.



Gambar 1 : Model Hipotesis

a. Variabel Bebas (Variabel Independen)

Definisi Operasional: proses untuk menyebarkan informasi, menginterpretasikan (cara kita mengartikan) informasi, dan mempunyai memori organisasi yang digunakan sebagai sarana penyimpanan proses belajar perusahaan.

b. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Menurut Sarwono (2006) variabel terikat adalah variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel tergantung juga dapat diartikan sebagai variabel yang variabelnya diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas.

c. Variabel Perantara (Variabel Intervening)

Menurut Sarwono (2006), variabel perantara bersifat hipotetikal artinya secara konkrit pengaruhnya tidak kelihatan, tetapi secara teoritis dapat mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel tergantung yang sedang diteliti. Oleh sebab itu variabel perantara dapat diartikan sebagai variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan variabel yang sedang diteliti tetapi tidak dapat dilihat, diukur, dan dimanipulasi. Pengaruhnya harus disimpulkan dari pengaruh variabel-variabel bebas yang sedang diteliti.

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh penulis dari sumbernya untuk mendapatkan hasil yang *up to date*. Pengumpulan data primer dapat dilakukan melalui observasi, diskusi terfokus, wawancara, dan juga penyebaran kuesioner.

Populasi

Menurut Sugiyono (2012), populasi adalah obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

ditarik kesimpulannya. Selain itu, populasi menurut Sarwono (2006) adalah seperangkat unit analisis yang lengkap yang sedang diteliti. Peneliti menggunakan klasifikasi sektor yang terdapat di Bursa Efek Indonesia, Perusahaan *Non Manufacturing* di Surabaya bergerak di sektor dibawah ini, yaitu: (a) Properti, *Real Estate*, dan Konstruksi Bangunan, (b) Transportasi dan Infrastruktur, (c) Keuangan, dan (d) Perdagangan, Jasa, dan Investasi.

Teknik Analisis Data

Ada beberapa tahapan yang harus dilalui dalam teknik analisis data, antara lain melakukan *partial least square*, uji validitas, dan uji reliabilitas.

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

1. Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah perusahaan non manufaktur yang berlokasi di Surabaya. Jumlah perusahaan yang menjadi obyek penelitian ini sebanyak 55 perusahaan. Keseluruhan obyek penelitian bisa dikelompokkan menjadi lima kategori yaitu:

Tabel 1. Kategori Perusahaan Obyek Penelitian

No	Kategori Perusahaan	Jumlah Perusahaan
1	Properti, <i>Real Estate</i> , dan Konstruksi bangunan	14 Perusahaan
2	Transportasi dan Infrastruktur	13 Perusahaan
3	Keuangan	14 Perusahaan
4	Perdagangan, Jasa, dan Investasi	14 Perusahaan

Sumber: Survei

Terdapat lima sektor perusahaan non manufaktur yang menjadi obyek penelitian ini. Jumlah setiap sektor relatif seimbang. Setiap perusahaan diwakili oleh 2 responden sampai dengan 4 responden penelitian.

2. Karakteristik Responden

Jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 83 responden. Karakteristik responden dijelaskan dari jenis kelamin, usia, divisi

pekerjaan, pendidikan terakhir, dan lama bekerja.

Karakteristik responden berdasarkan pada jenis kelamin, bisa dijelaskan bahwa responden penelitian dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 54 responden (65%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 29 responden (35%). Berdasarkan pada kelompok usia responden, sebanyak 36 responden (43%) adalah responden dengan usia antara 22 tahun s/d < 27 tahun, jumlah terbanyak kedua adalah responden dengan usia antara 32 tahun s/d < 37 tahun yaitu masing-masing sebanyak 17 karyawan (20%). Jumlah terbanyak ketiga adalah responden dengan usia antara 27 tahun s/d 32 tahun dan dengan usia 37 tahun ke atas yaitu masing - masing sebanyak 15 responden (18%). Berdasarkan pada divisi pekerjaan, karyawan dengan jabatan manajer pemasaran dengan jumlah terbanyak yaitu 26 responden (31%), jumlah terbanyak kedua adalah karyawan dengan jabatan manajer keuangan yaitu 21 responden (25%), jumlah terbanyak ketiga adalah responden dengan jabatan manajer operasional yaitu sebanyak 20 responden (24%). Berdasarkan pada pendidikan terakhir responden, sebanyak 64 responden (77%) dengan pendidikan sarjana S1, jumlah terbanyak kedua dengan pendidikan SMA/SMK yaitu sebanyak 13 responden (16%), dan terbanyak ketiga dengan pendidikan Sarjana (S2/S3) yaitu sebanyak 4 responden (5%). Berdasarkan pada lama bekerja responden, jumlah terbanyak menyatakan telah bekerja selama 3 tahun dengan jumlah terbanyak yaitu 22 responden (27%). Jumlah terbanyak kedua adalah responden dengan lama bekerja 7 tahun yaitu sebanyak 9 responden (11%). Jumlah terbanyak ketiga adalah responden dengan lama bekerja 11 tahun yaitu sebanyak 8 responden (10%).

3. Pengujian Instrumen Penelitian

a. Discriminant Validity

Competitive Positioning terdiri dari 5 dimensi dengan nilai diskriminan berkisar antara 0,476 sampai dengan 0,779. Nilai tertinggi dari diskriminan mengelompok pada variabel *Competitive Positioning*, sehingga bisa dinyatakan bahwa keseluruhan dimensi *Competitive Positioning* memiliki diskriminan yang baik. Variabel *Organization Learning* dijelaskan oleh 7 dimensi. Nilai diskriminan berkisar

antara 0,503 sampai dengan 0,813 sehingga bisa dinyatakan bahwa keseluruhan dimensi dari *Organization Learning* memiliki kemampuan diskriminan yang baik karena nilai terbesar dari diskriminan mengelompok pada variabel *Organization Learning*. Untuk variabel SIA yang terdiri dari 3 dimensi. Nilai diskriminan berkisar antara 0,716 sampai dengan 0,941 sehingga bisa dinyatakan bahwa keseluruhan dimensi dari SIA memiliki kemampuan diskriminan yang baik karena nilai terbesar dari diskriminan mengelompok pada variabel SIA.

b. Covergent Validity

Covergent validity menguji kemampuan dimensi untuk mempresentasikan dari variabelnya. Dimensi dinyatakan memiliki kemampuan secara signifikan menjelaskan variabel penelitian jika t-statistik nilainya di atas 1,960. Variabel *Organization Learning* terdiri dari 7 dimensi dengan nilai t-statistik berkisar antara 3,414 sampai dengan 13,915. Berdasarkan pada ketentuan pengujian, nilai t-statistik di atas 1,960 maka bisa dijelaskan bahwa 7 dimensi dari *Organization Learning* dinyatakan memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel *Organization Learning*. Variabel *Competitive Positioning* terdiri dari 5 dimensi dengan nilai t-statistik berkisar antara 1,709 sampai dengan 3,631. Berdasarkan pada ketentuan pengujian, nilai t-statistik di atas 1,960 maka bisa dijelaskan bahwa 5 dimensi dari *Competitive Positioning* dinyatakan memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel *Competitive Positioning*. Variabel SIA terdiri dari 3 dimensi dengan nilai t-statistik berkisar antara 3,999 sampai dengan 24,949. Berdasarkan pada ketentuan pengujian, nilai t-statistik di atas 1,960 maka bisa dijelaskan bahwa 3 dimensi dari SIA dinyatakan memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel SIA.

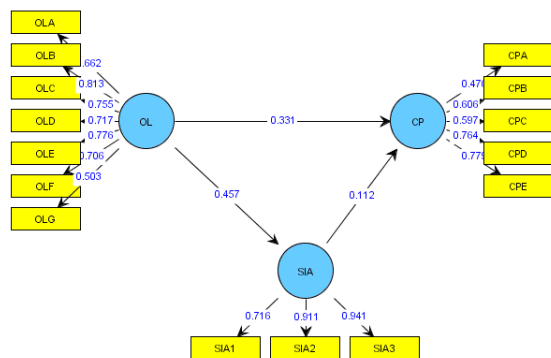
c. Composite Reliability

Pengujian selanjutnya adalah *composite reliability* yaitu pengujian untuk menguji reliabilitas sebuah variabel sehingga layak digunakan untuk menjelaskan temuan-temuan penelitian. Dalam pengujian ini, nilai *composite reliability* > 0,70 dinyatakan memuaskan (Ghozali, 2008). Nilai *composite reliability* variabel *Organization Learning* adalah

sebesar 0,875, *composite reliability* variabel *Competitive Positioning* sebesar 0,784, dan *composite reliability* variabel SIA sebesar 0,895. Sesuai ketentuan, maka bisa dijelaskan bahwa keseluruhan variabel penelitian memiliki reliabilitas yang memadai karena lebih tinggi dari standar yaitu diatas 0,70.

4. Analisis Model Penelitian

Model dalam penelitian ini dijelaskan bahwa *Organization Learning* berpengaruh terhadap SIA dan *Competitive Positioning* serta SIA berpengaruh terhadap *Competitive Positioning* pada perusahaan non manufaktur di Surabaya, dengan hasil diagram sebagai berikut:



Gambar 2. Model Penelitian

Sumber : Ouput Path PLS

5. Outer model Penelitian

Analisis *outer model* menunjukkan kemampuan setiap dimensi menjelaskan variabelnya. Dalam penelitian ini terdapat tiga *outer model* yaitu *outer model* dari *Organization Learning*, *outer model* dari SIA, dan *outer model* dari *Competitive Positioning*.

Tabel 2. *Outer Model* Variabel *Organization Learning*

No	Dimensi	Estimates
1	Create continous learning opportunity	0,662
2	Promote inquiry and dialogue inquiry	0,813
3	Encourage collaboration and team learning	0,755
4	Establish system and capture and share learning	0,717
5	Empower people toward a collective vision	0,776
6	Connect the organization to Intention to Transact environment	0,706

7	Use leader who model and support individual, team, and organizational levels	0,503
---	--	-------

Nilai *estimates* menunjukkan seberapa tinggi kemampuan setiap dimensi dalam menjelaskan variabel *Organization Learning*. Berdasarkan nilai *estimates* dari setiap dimensi variabel *Organization Learning*, setiap dimensi memiliki kemampuan menjelaskan terhadap variabel *Organization Learning* dengan kemampuan yang saling berbeda. Dimensi yang dinilai paling mampu menjelaskan variabel *Organization Learning* adalah *promote inquiry and dialogue inquiry* dengan nilai *Estimates* sebesar 0,813. Dimensi ini meliputi pernyataan: “Dalam organisasi saya, setiap karyawan mendapatkan umpan balik secara terbuka dan jujur antar sesama karyawan” dan pernyataan: “Dalam organisasi saya, setiap karyawan mendapatkan kesempatan untuk menyatakan dan mendengarkan pendapat orang lain.” Untuk itu, umpan balik yang terbuka dan jujur kepada karyawan serta kesempatan untuk menyatakan dan mendengarkan pendapat orang lain dinilai sebagai dimensi yang paling mampu menjelaskan *Organization Learning*.

Tabel 3. *Outer Model* Variabel SIA

No	Dimensi	Estimates
1.	Sistem Informasi Akuntansi di organisasi saya digunakan untuk mencatat dan merekam transaksi keuangan.	0,716
2	Sistem Informasi Akuntansi di organisasi saya digunakan untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan.	0,911
3	Sistem Informasi Akuntansi di organisasi saya digunakan untuk membantu manajemen dalam menyusun strategi.	0,941

Variabel SIA dengan 3 dimensi, dan setiap dimensi variabel SIA memiliki kemampuan yang berbeda dalam menjelaskan variabel SIA. Dimensi yang dinilai paling mampu menjelaskan variabel SIA adalah pernyataan bahwa sistem Informasi Akuntansi di organisasi saya digunakan untuk membantu manajemen dalam menyusun strategi dengan nilai

estimates sebesar 0,941. Untuk itu, penggunaan SIA untuk membantu manajemen dalam menyusun strategi dinilai sebagai dimensi yang paling mampu menjelaskan SIA.

Tabel 4. Outer Model Variabel Competitive Positioning

No	Dimensi	Estimates
1	<i>Threat of new entry</i>	0,470
2	<i>The bargaining power of buyers</i>	0,606
3	<i>The bargaining power of suppliers</i>	0,597
4	<i>The intensity of rivalry</i>	0,764
5	<i>Threat of substitution</i>	0,770

Variabel *Competitive Positioning* dengan 5 dimensi dan setiap dimensi variabel *Competitive Positioning* memiliki kemampuan yang berbeda dalam menjelaskan variabel *Competitive Positioning*. Dimensi yang dinilai paling mampu menjelaskan variabel *Competitive Positioning* adalah dimensi *threat of substitution* dengan nilai *Estimates* sebesar 0,770. Berdasarkan pendapat ini maka bisa dijelaskan bahwa ancaman dari produk pengganti dinilai sebagai dimensi yang paling menentukan atau paling mampu menjelaskan *Competitive Positioning*.

6. Inner model Penelitian

Terdapat dua *inner model* penelitian yaitu persamaan yang menjelaskan pengaruh *Organization Learning* terhadap SIA dan pengaruh *Organization Learning* dan SIA terhadap *Competitive Positioning*.
Inner Model 1:

$$SIA = 0,457 OL$$

Berdasarkan pada persamaan tersebut, bisa dijelaskan bahwa *Organization Learning* memiliki pengaruh terhadap SIA dengan nilai *estimates* sebesar 0,457. Pengaruh tersebut adalah positif artinya bahwa semakin baik kemampuan organisasi untuk belajar maka semakin baik penerapan dari SIA, dan ketika kemampuan belajar organisasi semakin rendah maka penerapan SIA juga semakin rendah.

Inner Model 2:

$$CP = 0,331 OL + 0,112 SIA$$

Berdasarkan pada persamaan tersebut, bisa dijelaskan bahwa *Organization Learning* memiliki pengaruh terhadap *Competitive Positioning* dengan nilai *estimates* sebesar 0,331. Sedangkan SIA memiliki pengaruh terhadap

Competitive Positioning dengan nilai *estimates* sebesar 0,112. Berdasarkan pada persamaan di atas, diketahui bahwa baik *Organization Learning* maupun SIA memiliki pengaruh positif terhadap *Competitive Positioning*.

7. Analisis R-Square

R-Square menjelaskan mengenai besaran pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan *output* PLS, besaran pengaruh tersebut ditunjukkan tabel berikut:

Tabel 5. Evaluasi Nilai R Square

Variabel	R-square
<i>Organization Learning</i>	0,000
<i>Competitive Positioning</i>	0,156
SIA	0,208

Tabel di atas menunjukkan bahwa R-Square *Competitive Positioning* adalah sebesar 0,156 (15,6%) artinya bahwa dua variabel yang mempengaruhi *Competitive Positioning* yaitu *Organization Learning* dan SIA memiliki pengaruh sebesar 15,6% terhadap *Competitive Positioning*. Sedangkan nilai R-square SIA sebesar 0,208 (20,8%) artinya SIA hanya dipengaruhi *Organization Learning* sehingga *Organization Learning* tersebut memiliki pengaruh sebesar 20,8% terhadap SIA.

8. Pengujian Model

Terdapat empat hipotesis penelitian dalam penelitian ini, dan hasil pengujian hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis Penelitian	t-statistic	Kriteria	Hasil Pengujian
<i>Organization Learning</i> → <i>Competitive Positioning</i>	2,094	> 1,960	Terbukti
<i>Organization Learning</i> → SIA	4,456	> 1,960	Terbukti
SIA → <i>Competitive Positioning</i>	0,371	> 1,960	Tidak Terbukti
<i>Organization Learning</i> → SIA → <i>Competitive Positioning</i>	-	> 1,960	Tidak Terbukti

Sumber: .bootstrapping.inner_weights.

Pengujian pertama menunjukkan bahwa *Organization Learning* dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Competitive Positioning*, artinya bahwa kemampuan organisasi untuk belajar dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Competitive Positioning*. Pengujian kedua menunjukkan bahwa *Organization Learning* dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap SIA, artinya bahwa kemampuan organisasi untuk belajar dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerapan SIA. Pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa SIA tidak terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap *Competitive Positioning*, sehingga mempengaruhi hasil pengujian keempat yang menjelaskan bahwa SIA tidak mampu memediasi pengaruh *Organization Learning* terhadap *Competitive Positioning* karena SIA sendiri tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap *Competitive Positioning*.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis penelitian dan hasil pembahasan, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *Organization Learning* berpengaruh positif terhadap *Competitive Positioning*. Kemampuan perusahaan untuk belajar mempengaruhi *Competitive Positioning*.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa *Organization Learning* berpengaruh positif terhadap SIA. Kemampuan perusahaan untuk belajar mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk bisa menerapkan SIA dengan lebih baik.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa SIA tidak terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap *Competitive Positioning*. Penerapan SIA oleh perusahaan non manufaktur di Surabaya lebih difokuskan untuk pengendalian internal sehingga tidak mempengaruhi *Competitive Positioning* perusahaan.
4. Pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa SIA tidak mampu memediasi pengaruh *Organization Learning* terhadap *Competitive Positioning*.

2. Saran

Temuan penelitian menunjukkan bahwa *Organization Learning* berpengaruh terhadap *Competitive Positioning* maupun terhadap SIA. Untuk itu, saran yang diajukan adalah berhubungan dengan indikator dengan nilai rata-rata terendah dari *Organization Learning* sehingga layak diprioritaskan untuk diperbaiki. Indikator dengan nilai rata-rata terendah dari *Organization Learning* adalah: "Organisasi saya mendorong setiap karyawan untuk mencari solusi dan belajar dari organisasi lain (*benchmarking*).” Adapun saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya program *benchmarking* terus ditingkatkan oleh perusahaan. *Benchmarking* adalah belajar dari perusahaan yang sama namun dengan kinerja yang lebih baik. Untuk perusahaan yang sama kemungkinan besar saling terlibat persaingan sehingga kerjasama lebih sulit dilakukan. Untuk itu, proses *benchmarking* bisa dilakukan dengan melakukan *marketing intelligence* untuk mengetahui sumber keunggulan dari pesaing terbaik berdasarkan pada sumber keunggulan tersebut dipelajari dan ditelaah sehingga perusahaan juga bisa mampu mencapai kinerja yang lebih baik lagi.
2. *Benchmarking* juga bisa dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan konsultan, baik konsultan teknik, konsultan pemasaran, maupun konsultan yang lain yang terbukti memiliki inovasi-inovasi dalam bidangnya. Berbagai inovasi-inovasi tersebut bisa dinilai sebagai bentuk *benchmarking* dari proses karena bersifat memperbaiki proses sebelumnya.

DAFTAR REFERENSI

- Barney, J. (1991). *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Edisi dua. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hall, J. A. (2011). *Accounting Information Systems. Seventh Edition*. <http://www.cengage.com/permissions>.
- Laudon, C., & Laudon, P. (2010). "Management Information System, managing the Digital Firm, twelfth edition". P11&p89.
- Li et.al. (2006). *The Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage and Organizational Performance*. *The International Journal of Management Science*, 107-124.
- Liao, Hsin – tzu dan Chin-San Wu. (2009). *The Relationship among Knowledge Management, Organizational Learning, and Organizational Performance*. *International Journal of Business and Management*.
- Lin C. WS Chow, CN. Madu, CH Kuei, dan PP Yu. (2005). *A Structural Equation Model of Supplychain Quality Management and Organizational Performance*. *Int. J. Production Economics* 96. pp355–365.
- Lings, Ian N. and Greenley, Gordon E. (2005). *Measuring Internal Market Orientation*. *Journal of Service Research*, 7(3). pp. 290-305.
- Marsick, V.J., & Watkins, K.E. (2003). *Demonstrating The Value of An Organization's Learning Culture: The Dimensions of Learning Organizations Questionnaire*. *Advances in Developing Human Resources*, 5(2), 132–15.
- Njuguna, J. I. (2009). "Strategic Positioning For Sustainable Competitive Advantages: An Organizational Learning Approach". *Kca Journal of Business Management: Vol.2. Issue I*.
- Porter, M. E. (2008). *The five competitive forces that shape strategy*. *Harvard Business Review*, Vol. 86, No. 1.
- Ramirez, et al., (2011). *Knowledge Creation, Organizational Learning and Their Effects on Organizational Performance*. *Journal Engineering Economics*, 22(3), 309-318.
- Robbins S.P. & Judge T.A. (2009). *Organizational Behavior*. New Jersey: Pearson Education.
- Romney, M. B. (2009). "Information system accounting (IAS)". 11th edition. Pearson Education, Inc. New Jersey.
- Sabounchi, et al., (2014). *Structural Equation Modeling of the Role of Organizational Learning and Intelligence in Organizational Citizenship Behavior among Iran*.
- Sajady, D dan H. Nejad. (2008). *Evaluating of Effectiveness of Accounting Information System*. *International Journal of Information Science & Technology*. Volume 6. Number 2 July / December, 2008.
- Salleh, et al. (2010). *Relationship between Information Systems Sophistication and Performance Measurement*. www.emeraldinsight.com/0263-5577.htm.
- Sarwono, J. (2006). "Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif". Yogyakarta : Graha Ilmu. P67.
- Senge, P. M. (1990). "The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization". New York: Doubleday.
- Soudani SN. (2012). *The Usefulness of an Accounting Information System for Effective Organizational Performance*. *International Journal of Economics and Finance* Vol. 4, No. 5.
- Sugiyono.(2012). "Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D". Bandung: Alfabeta. P117-118,133-134.