

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

Pada bab kajian teori, dikemukakan teori-teori, hasil penelitian terdahulu dan publikasi umum yang berhubungan dengan masalah-masalah penelitian. Dalam permasalahan penelitian secara eksplisit memuat variabel-variabel penelitian. Dalam bab ini peneliti mengemukakan beberapa teori yang relevan dengan variabel-variabel penelitian.

##### **2.1.1 *Organizational Learning* (Pembelajaran Organisasi)**

###### **2.1.1.1 Definisi *Organizational Learning***

Pembelajaran organisasi memiliki peran yang sangat penting dalam suatu organisasi, karena pembelajaran organisasi mendorong pembaharuan dan menanamkan proses inti organisasi terus-menerus untuk mendorong terus menerus belajar, adaptasi dan berubah. Berikut ini adalah definisi *Organizational Learning* (Pembelajaran Organisasi) menurut beberapa ahli.

Menurut McShane dan Mary Ann Von Glinow (2012:9).

*“Organizational Learning a perspective that organizational effectiveness depends on the organization’s capacity to acquire, share, use, and store valuable knowledge”.*

Dari definisi diatas, dapat dijelaskan bahwa *Organizational Learning* adalah sebuah perspektif bahwa efektivitas organisasi tergantung pada kapasitas organisasi untuk memperoleh, berbagi, menggunakan, dan menyimpan pengetahuan yang berharga.

Menurut Mark E. Smith dan Marjorie A. Lyles (2011:25).

*“Organizational learning is the idea an organization could learn and knowledge could be stored over time”.*

Dari definisi diatas, dapat dijelaskan bahwa *Organizational Learning* adalah gagasan bahwa organisasi dapat belajar dan mendapatkan pengetahuan yang disimpan dari waktu ke waktu.

Menurut Gareth R. Jones (2007:340).

*“Organizational Learning is the process through which managers seek to improve organization members capacity to understand and manage the organization and its environment so that they can make decisions that continuously raise organizational effectiveness”.*

Dari definisi di atas, dapat dijelaskan bahwa *Organizational Learning* adalah proses dimana manajer berusaha untuk meningkatkan kapasitas anggota organisasi untuk memahami dan mengelola organisasi dan lingkungannya sehingga mereka dapat membuat keputusan yang terus-menerus meningkatkan efektivitas organisasi.

Selanjutnya, dikemukakan oleh Tampubolon (2008:40-41) bahwa Organisasi Pembelajaran dapat didefinisikan sebagai.

*“Usaha karyawan untuk mengenali suatu permasalahan dalam organisasi serta menghubungkan dengan cara pemecahan atau mengatasi masalah yang bermanfaat bagi organisasi dan menambah pengalamannya, meningkatkan kreativitasnya serta meningkatkan performa”.*

Berdasarkan definisi dari beberapa ahli yang telah disampaikan diatas, dapat disimpulkan bahwa *Organizational Learning* adalah suatu proses dimana sebuah organisasi mengembangkan pengetahuan untuk meningkatkan kapasitas anggota organisasi untuk memahami dan mengelola organisasi dan lingkungannya sehingga mereka dapat membuat keputusan yang terus-menerus meningkatkan efektivitas organisasi.

#### **2.1.1.2 Karakteristik *Organizational Learning***

Berbagai karakteristik organisasi pembelajaran, dalam literatur disebutkan dengan berbagai hal. Diantaranya organisasi pembelajaran memiliki beberapa karakteristik.

Ismail Nawawi (2009:150) mengemukakan 3 (tiga) karakteristik *Organizational Learning* (Pembelajaran Organisasi) sebagai berikut:

1. Gagasan baru merupakan persyaratan bagi organisasi pembelajaran. Organisasi pembelajaran secara aktif berusaha menginfus organisasi dengan gagasan dan informasi baru. Masuknya gagasan dan informasi baru menyebabkan organisasi berkembang sesuai dengan perkembangan lingkungan internal dan eksternalnya.
2. Pengetahuan baru harus ditransfer ke seluruh organisasi. Organisasi pembelajaran berusaha keras mengurangi struktur, proses, dan hambatan interpersonal terhadap berbagai informasi, gagasan, dan pengetahuan di antara anggota organisasi.
3. Perilaku organisasi harus berubah, sebagai hasil pengetahuan baru. Organisasi pembelajaran berorientasi hasil. Lingkungan diperkuat dimana pekerja didorong menggunakan perilaku dan proses operasional baru untuk mencapai tujuan korporasi.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan dalam organisasi pembelajaran secara aktif berusaha menginfus gagasan dan informasi baru, pengetahuan baru dan perilaku organisasi yang berubah untuk tercapainya tujuan korporasi.

Munandar (2009:65) mengemukakan karakteristik *Organizational*

*Learning* (Pembelajaran Organisasi) sebagai berikut:

1. Dalam hubungan dengan lingkungan maka organisasi bersifat lebih dominan dalam menjalin hubungan;
2. Manusia hendaknya berperilaku proaktif;
3. Manusia pada dasarnya adalah makhluk yang baik;
4. Manusia pada dasarnya dapat diubah;
5. Dalam hubungan antar manusia, individualisme dan kolektivisme sama-sama penting;
6. Dalam hubungan atasan-bawahan kesejawatan atau partisipatif dan paternalistik sama-sama pentingnya;
7. Orientasi waktu lebih berorientasi pada masa depan yang pendek;
8. Untuk penghitungan waktu lebih digunakan satuan waktu yang medium;
9. Jaringan informasi dan komunikasi berkesinambungan secara lengkap;
10. Orientasi hubungan dan orientasi tugas sama-sama pentingnya;
11. Perlunya berpikir secara sistematis.

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik pembelajaran organisasi adalah keyakinan bahwa individu adalah proaktif untuk meningkatkan kualitas diri, berusaha maju dan terus belajar dengan menciptakan iklim organisasi yang terbuka dan arus informasi yang jelas.

### **2.1.1.3 Proses-Proses *Organizational Learning***

Menurut Steven L. McShane dan Mary Ann Von Glinow (2012:9) ada empat proses dalam *Organizational Learning*, yaitu sebagai berikut.

1. *Knowledge Acquisition. This includes extracting information and ideas from the external environment as well as through insight*
2. *Knowledge Sharing. This aspect of organizational learning involves distributing knowledge to other across the organization*
3. *Knowledge Use. The competitive advantage of knowledge comes from applying it in ways that add value to the organization and its stakeholders.*
4. *Knowledge Storage. This process includes any means by which knowledge is held for later retrieval.*

Proses-proses *Organizational Learning* tersebut, dapat dijelaskan yaitu:

1. Akuisisi pengetahuan.

Akuisisi pengetahuan Ini termasuk menggali informasi dan ide dari lingkungan eksternal serta melalui wawasan.

2. Berbagi pengetahuan.

Aspek pembelajaran organisasi ini adalah melibatkan diri untuk membagi pengetahuan kepada orang lain di seluruh organisasi.

3. Penggunaan pengetahuan.

Keunggulan kompetitif dari pengetahuan yaitu menerapkannya untuk menambah nilai organisasi dan stakeholders.

4. Penyimpanan pengetahuan.

Proses tersebut mencakup cara apapun dari pengetahuan disimpan untuk dilakukan dikemudian hari.

#### **2.1.1.4 Tingkatan *Organizational Learning***

Dalam pembelajaran organisasi (*Organizational Learning*) yang sangat diperlukan adalah pembelajaran individual, karena individu adalah pihak yang dapat berpikir serta berbuat.

Menurut Gareth R. Jones (2007:341) dalam rangka menciptakan *Organizational Learning*, manajer perlu menciptakan pembelajaran dalam empat level (tingkat), yaitu :

1. *Individual*

*At the individual level, managers need to do all they can to facilitate the learning of new skills, norms, and values so that individuals can increase their own personal skills and abilities and there by help build the organization's core competence.*

## 2. *Group*

*At the group level, managers need to encourage learning by promoting the use of various kinds of groups, such as self-managed groups or cross-functional teams, so that individuals can share or pool their skills and abilities to solve problems.*

## 3. *Organization*

*At the organization level, managers can promote organizational learning through the way they create an organization's structure and culture.*

## 4. *Interorganizational*

*Organizational structure and culture not only establish the shared vision or framework of common assumptions that guide learning inside an organization, but they also determine how learning takes place at the interorganizational level.*

Level *Organizational Learning* tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut.

### 1. Individu

Pada tingkat individu , manajer perlu melakukan semua yang mereka bisa memfasilitasi pembelajaran dari keterampilan baru , norma-norma, dan nilai-nilai sehingga individu dapat meningkatkan keterampilan pribadi mereka sendiri dan kemampuan dan dengan demikian membantu membangun kompetensi inti organisasi .

### 2. Kelompok

Pada tingkat kelompok, manajer perlu mendorong pembelajaran dengan mempromosikan penggunaan berbagai jenis kelompok, seperti kelompok swakelola atau lintas-tim fungsional, sehingga individu dapat berbagi atau menggabungkan keterampilan dan kemampuan mereka untuk memecahkan masalah.

### 3. Organisasi

Pada tingkat organisasi , manajer dapat mempromosikan pembelajaran

organisasi melalui cara mereka membuat struktur dan budaya organisasi.

#### 4. Antar-Organisasi

Struktur dan budaya organisasi tidak hanya membangun visi atau susunan dari asumsi umum mengenai panduan belajar dalam sebuah organisasi, tetapi mereka juga menentukan bagaimana pembelajaran terjadi di tingkat antarorganisasi.

##### **2.1.1.5 Jenis Strategi *Organizational Learning***

Dalam mempelajari *Organizational Learning*, menurut Gareth R. Jones (2007:340-341) terdapat dua jenis utama strategi *Organizational Learning*, yaitu :

1. *Exploration*  
*Exploration involves organizational members searching for and experimenting with new kinds or forms of organizational activities and procedures to increase effectiveness.*
2. *Exploitation*  
*Exploitation involves organizational members learning ways to refine and improve existing organizational activities and procedures in order to increase effectiveness.*

Jenis strategi *Organizational Learning* tersebut, dijelaskan sebagai berikut

#### 1. Eksplorasi

Eksplorasi melibatkan anggota organisasi mencari dan bereksperimen dengan jenis baru atau kegiatan organisasi dan prosedur untuk meningkatkan efektivitas organisasi .

#### 2. Eksploitasi

Eksploitasi melibatkan anggota organisasi mempelajari cara untuk memperbaiki dan meningkatkan kegiatan organisasi yang ada dan

prosedur dalam rangka meningkatkan efektivitas belajar.

#### **2.1.1.6 Disiplin dalam *Organizational Learning***

Menurut Ismail Nawawi (2009:144), organisasi dibangun atas lima disiplin, yaitu:

1. *Systems Thinking* (Sistem Berpikir),
2. *Personal Mastery* (Penguasaan Pribadi)
3. *Mental Models* (Model Mental)
4. *Shared Vision* (Visi Bersama)
5. *Team Learning* (Pembelajaran Tim)

Adapun penjelasan mengenai kelima disiplin dalam *Organizational Learning* tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Systems Thinking* (Sistem Berpikir)

*Systems Thinking* (Sistem Berpikir) merupakan kerangka konseptual yang dapat digunakan untuk membuat pola penuh lebih jelas dan menentukan cara untuk mengubahnya secara efektif.

2. *Personal Mastery* (Penguasaan Pribadi)

*Personal Mastery* (Penguasaan Pribadi) menunjukkan kemahiran level terbesar dalam suatu subyek atau keterampilan.

3. *Mental Model* (Model mental)

*Mental Model* (Model mental) adalah seberapa dalam asumsi yang mempengaruhi pandangan kita dari dan tindakan di dunia.

4. *Shared Vision* (Visi Bersama)

*Shared Vision* (Visi Bersama) adalah suatu gambaran umum dari organisasi dan tindakan (kegiatan) organisasi yang mengikat orang-orang

secara bersama-sama dari keseluruhan identifikasi dan perasaan yang dituju.

#### 5. *Team Learning* (Pembelajaran Tim)

*Team Learning* (Pembelajaran Tim) adalah suatu keahlian percakapan dan keahlian berpikir kolektif dalam organisasi. Kemampuan organisasi untuk membuat individu-individu cakap dalam percakapan dan cakap dalam berfikir kolektif tersebut akan dapat meningkatkan kecerdasan dan kemampuan organisasi.

#### 2.1.1.7 Manfaat *Organizational Learning*

Menurut Husaini Usman (2011:208) beberapa manfaat *Organizational Learning* sebagai berikut:

1. Menghasilkan anggota organisasi yang berkualitas dengan membudayakan proses pembelajaran di dalam organisasi dan menjadikan organisasi sebagai tempat pembelajaran.
2. Meningkatkan kreativitas, kemampuan entrepreneurship, dan otonomi organisasi.
3. Mengantisipasi dan mengadaptasi lingkungan yang cepat berubah dan sulit diramalkan.
4. Mempercepat pengembangan produk, proses, dan layanan baru.
5. Meningkatkan kecakapan dan memenangkan persaingan dengan organisasi lain.
6. Menyebarluaskan pengetahuan ke seluruh anggota organisasi.
7. Belajar dari kesalahan secara lebih efektif.
8. Menjadikan organisasi lebih tangguh di setiap level organisasi.
9. Menghemat waktu dalam menerapkan perubahan strategi baru.
10. Merangsang peningkatan kinerja organisasi secara terus-menerus.

#### 2.1.1.8 Faktor-faktor *Organizational Learning*

Menurut Riswan E. Tarigan, Thinker (2011), Faktor *Organizational*

*Learning* yaitu:

1. Budaya Belajar
  - a. Masa depan organisasi
  - b. Arah tukar menukar informasi tentang belajar
  - c. Komitmen belajar
  - d. Menilai orang dalam hal gagasan, kreativitas, dan kemampuan berimajinasi (kemampuan memetakan tujuan jangka panjang secara visual dengan men-slice menjadi bagian-bagian yang lebih kecil untuk dapat dicapai dalam jangka pendek)
  - e. Iklim keterbukaan dan kepercayaan sebagai kekuatan belajar (proses belajar dapat berhasil bila ada keterbukaan untuk saling berbagai dan dapat menerima pendapat orang lain yang berbeda. Percaya bahwa informasi yang kita bagikan dapat memberikan nilai bagi organisasi untuk mencapai tujuan).
  - f. Belajar dari pengalaman

#### **2.1.1.9 Hambatan *Organizational Learning***

Organisasi merupakan satuan sosial yang dikoordinasi secara sadar, terdiri atas dua orang atau lebih dan secara terus menerus berusaha mencapai tujuan bersama. Sejalan dengan perkembangan organisasi dan terjadinya perubahan pada lingkungan, maka seluruh anggota organisasi dihadapkan pada suatu keadaan yang seharusnya dapat menyesuaikan diri agar dapat tetap bertahan dan berkembang.

Menurut Ismail Nawawi (2009:154) ada lima hal yang menghambat organisasi menuju organisasi pembelajaran yaitu:

1. Kecenderungan untuk melakukan pembelajaran sebagai reforma individu, bukan kelompok, bahkan organisasi, di mana dalam konteks ini pentingnya tim pembelajaran untuk keahlian kelompok dalam organisasi pembelajaran.
2. Terlalu menekankan pada pelatihan formal, sementara terhadap pembelajaran informasi hanya diberikan sekilas.
3. Memperlakukan kegiatan bisnis dan pembelajaran sebagai suatu yang terpisah sama sekali.
4. Lingkungan kerja yang enggan mendengar. Sedangkan dominasi struktur vertikal dalam organisasi pembelajaran tidak lagi populer secara umum, hanya lebih sering dipergunakan untuk organisasi bisnis skala kecil.
5. Hambatan yang ditimbulkan gaya kepemimpinan, suasana kerja yang tidak saling percaya dan adanya rasa takut.

## **2.1.2 Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi**

### **2.1.2.1 Definisi Sistem Informasi Akuntansi**

Sistem informasi akuntansi dapat menghasilkan informasi akuntansi yang sangat penting bagi perusahaan. Informasi ini bermanfaat bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan. Pihak internal perusahaan yaitu manajemen perusahaan yang menggunakan informasi tersebut untuk mendukung proses pengambilan keputusan, kelancaran kerja internal perusahaan dan lain sebagainya.

Pihak eksternal perusahaan yang terdiri dari *stackholders* (pihak-pihak di dalam maupun luar organisasi yang memiliki kepentingan langsung maupun tidak langsung atas organisasi seperti pemegang saham, pemerintah, masyarakat, internal auditor, dan lain-lain), pemasok dan konsumen.

Menurut Romney dalam Mardi (2014:2) mendefinisikan sistem informasi akuntansi yaitu:

“Sistem informasi akuntansi adalah sumber daya manusia dan modal dalam organisasi yang bertanggung jawab untuk persiapan informasi keuangan, dan informasi yang diperoleh dari mengumpulkan dan memproses berbagai transaksi”.

Menurut Azhar Susanto (2013:72):

“Sistem Informasi Akuntansi dapat didefinisikan sebagai kumpulan (integrasi) dari sub-sub sistem/komponen baik fisik maupun non-fisik yang saling berhubungan dan bekerja sama satu sama lain secara harmonis untuk mengolah data transaksi yang berkaitan dengan masalah keuangan menjadi informasi keuangan”.

Menurut Anastasia diana dan Lilis Setiawati (2011:4):

“Sistem informasi akuntansi adalah sistem yang bertujuan untuk mengumpulkan dan memproses data serta melaporkan informasi yang berkaitan dengan transaksi keuangan”.

Menurut Bagranof Nancy et al.(2010:5):

*“An accounting information system is a collection of data and processing procedures that creates need information for its users.”*

Yang berarti sistem informasi akuntansi adalah kumpulan data dan prosedur pemrosesan yang menciptakan informasi yang dibutuhkan bagi penggunaannya.

Menurut James A. Hall (2011:7):

*“Accounting information system is subsystem process financial*

*transactions and nonfinancial transactions that directly affect the processing of financial transactions.”*

Yang artinya sistem informasi akuntansi adalah proses subsistem transaksi keuangan dan transaksi non finansial yang secara langsung mempengaruhi proses transaksi keuangan.

Berdasarkan definisi diatas, maka disimpulkan bahwa sistem informasi akuntansi merupakan suatu subsistem dari sistem informasi yang dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan akan data mengenai keuangan perusahaan.

#### **2.1.2.2 Tujuan Sistem Informasi Akuntansi**

Tujuan sistem informasi akuntansi menurut Azhar Susanto (2008:8-11) antara lain adalah sebagai berikut:

1. Mendukung aktifitas perusahaan sehari-hari.
2. Mendukung proses pengambilan keputusan.
3. Membantu pengelolaan perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya kepada pihak eksternal.
4. Mengumpulkan dan memasukan data transaksi ke dalam sistem informasi akuntansi.
5. Mengolah data transaksi.
6. Menyimpan data untuk tujuan di masa mendatang.
7. Memberikan pemakai atau pemberi keputusan informasi yang mereka perlukan.

Tujuan sistem informasi akuntansi menurut Mulyadi (2008:19) antara lain:

1. Menyediakan informasi bagi pengelola kegiatan usaha baru.
2. Memperbaiki informasi yang dihasilkan oleh suatu sistem yang ada, baik mengenai mutu, ketepatan penggajian maupun struktur informasinya.
3. Memperbaiki pengendalian akuntansi dan pengecekan internal, yaitu untuk memperbaiki tingkat keandalan informasi akuntansi dan juga untuk menyediakan catatan lengkap mengenai pertanggung jawaban dan perlindungan terhadap kekayaan perusahaan.

4. mengurangi biaya klerikal dalam pemeliharaan catatan akuntansi.

Tujuan sistem informasi akuntansi menurut Mardi (2014:4), adalah sebagai berikut:

1. Guna memenuhi setiap kewajiban sesuai dengan otoritas yang diberikan kepada seseorang (*to fulfill obligations relating to stewardship*). Pengelolaan perusahaan selalu mengacu kepada tanggung jawab manajemen guna menata secara jelas segala sesuatu yang berkaitan dengan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. keberadaan sistem informasi membantu ketersediaan informasi yang dibutuhkan oleh pihak eksternal melalui laporan keuangan tradisional dan laporan yang diminta lainnya, demikian pula ketersediaan laporan internal yang dibutuhkan oleh seluruh jajaran dalam bentuk laporan pertanggungjawaban pengelolaan perusahaan.
2. Setiap informasi yang dihasilkan merupakan bahan yang berharga bagi pengambilan keputusan manajemen (*to support decision making by internal decision makers*). Sistem informasi menyediakan informasi guna mendukung setiap keputusan yang diambil oleh pimpinan sesuai dengan pertanggungjawaban yang ditetapkan.
3. Sistem informasi diperlukan untuk mendukung kelancaran operasional perusahaan sehari-hari (*to support the-day-to-day operations*). Sistem informasi menyediakan informasi bagi setiap satuan tugas dalam berbagai level manajemen, sehingga mereka dapat lebih produktif.”

Tujuan *Accounting Information System* menurut James A Hall yang dialihbahasakan oleh Dewi Fitriasaki (2007:21) sebagai berikut.

1. Mendukung fungsi penyediaan pihak manajemen.
2. Mendukung pengambilan keputusan pihak manajemen.
3. Mendukung operasional harian perusahaan.

Tujuan *Accounting Information System* menurut James A. Hall tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Mendukung fungsi penyediaan pihak manajemen. Administrasi mengacu pada tanggung jawab pihak manajemen untuk mengelola dengan baik sumber daya perusahaan. sistem informasi menyediakan informasi mengenai penggunaan sumber daya ke para pengguna eksternal melalui

laporan keuangan tradisional serta dari berbagai laporan lain yang diwajibkan. Secara internal, pihak manajemen menerima informasi pelayanan dari berbagai laporan pertanggungjawaban.

2. Mendukung pengambilan keputusan pihak manajemen. Sistem informasi memberikan pihak manajemen informasi yang dibutuhkan untuk melaksanakan tanggung jawab pengambilan keputusan tersebut.
3. Mendukung operasional harian perusahaan. sistem informasi menyediakan informasi bagi para personel operasional untuk membantu mereka melaksanakan pekerjaan hariannya dalam cara yang efisien dan efektif.

### **2.1.2.3 Fungsi dan Peran Sistem Informasi Akuntansi**

Sistem Informasi Akuntansi memiliki tiga fungsi sebagaimana yang dikemukakan oleh Azhar Susanto (2013:08), yaitu:

1. Mendukung aktivitas perusahaan sehari-hari
2. Mendukung proses pengambilan keputusan
3. Membantu dalam memenuhi tanggung jawab pengelolaan perusahaan.

Fungsi Sistem Informasi Akuntansi menurut Azhar Susanto tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Mendukung aktivitas perusahaan sehari-hari

Suatu perusahaan harus terus beroperasi dengan melakukan sejumlah aktivitas bisnis yang peristiwanya disebut sebagai transaksi seperti melakukan pembelian, penyimpanan, proses produksi dan penjualan. Transaksi akuntansi menghasilkan data akuntansi untuk diolah oleh

sistem pengolahan transaksi (SPT) yang merupakan bagian atau sub dari sistem informasi akuntansi, data-data yang bukan merupakan data transaksi akuntansi dan data transaksi lainnya yang tidak ditangani oleh sistem informasi lainnya yang ada di perusahaan. Dengan adanya sistem informasi akuntansi diharapkan dapat melancarkan operasi yang dijalankan perusahaan.

2. Mendukung proses pengambilan keputusan

Tujuan yang sama pentingnya dari sistem informasi akuntansi adalah untuk memberikan informasi yang diperlukan dalam proses pengambilan keputusan. Keputusan harus dibuat dalam kaitannya dengan perencanaan dan pengendalian aktivitas perusahaan.

3. Membantu dalam memenuhi tanggung jawab pengelolaan perusahaan.

Setiap perusahaan memenuhi tanggung jawab hukum. Salah satu tanggung jawab yang penting adalah keharusan memberi informasi kepada pemakai yang berada diluar perusahaan atau stakeholder yang meliputi pemasok, pelanggan, pemegang saham, kreditor, investor besar, serikat kerja, analis keuangan, asosiasi industri, atau bahkan publik secara umum.

Sedangkan fungsi sistem informasi akuntansi menurut Romney dan Steinbart (2009:29) adalah sebagai berikut:

1. *Collect and store data about organizational activities, resources, and personnel.*
2. *Transform data into information that is useful for making decisions so management can plan, execute, control, and evaluate activities, resources and personnel.*

3. *Provide adequate controls to safeguard the organization's assets, including its data, to ensure that the assets and data are available when needed and the data are accurate and reliable*

Dari kutipan di atas dapat dijelaskan bahwa sistem informasi akuntansi memiliki 3 fungsi dasar yaitu:

1. Mengumpulkan dan memproses data tentang aktivitas bisnis organisasi secara efisien dan efektif.
2. Memberikan informasi yang berguna bagi pihak manajemen untuk membuat keputusan dalam aktivitas perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan.
3. Menyediakan pengendalian yang memadai untuk menjaga aset-aset organisasi termasuk data organisasi, serta untuk memastikan bahwa data tersebut tepat pada saat dibutuhkan, akurat dan andal.

Berdasarkan pernyataan fungsi sistem informasi akuntansi, dapat disimpulkan bahwa informasi akuntansi menjadi pendukung atau menjadi dasar bagi manajemen dalam pengambilan keputusan, untuk itu sistem informasi akuntansi harus disusun atau dirancang.

Menurut Azhar Susanto (2013:10) peran sistem informasi akuntansi dalam memenuhi tujuannya, yaitu:

1. Mengumpulkan dan memasukan data ke dalam sistem informasi akuntansi
2. Mengolah data transaksi.
3. Menyimpan data untuk tujuan di masa yang akan datang.
4. Memberi pemakai atau pengambil keputusan (manajemen) informasi yang mereka perlukan.
5. Mengontrol semua proses yang terjadi.

Berdasarkan uraian diatas dapat dijelaskan secara ringkas bahwa sistem

informasi akuntansi sangat bermanfaat bagi pelaksanaan aktifitas perusahaan, karena sistem informasi akuntansi merupakan alat yang mampu memberikan gambaran mengenai kemungkinan atau peluang keuangan yang dimiliki perusahaan.

#### **2.1.2.4 Komponen Sistem Informasi Akuntansi**

Sistem informasi akuntansi merupakan suatu langkah untuk melaksanakan kegiatan perusahaan demi tercapainya suatu tujuan, dengan ini maka diperlukan beberapa komponen sistem informasi akuntansi yang terdiri dari beberapa pokok.

Menurut Romney dan Steinbart dialihbahasakan oleh Kikin Sakinah Nur Safira dan Novita Puspasari (2015:4), unsur-unsur sistem informasi akuntansi adalah sebagai berikut.

1. Orang yang menggunakan sistem.
2. Prosedur dan instruksi yang digunakan untuk mengumpulkan, memproses, dan menyimpan data.
3. Data mengenai organisasi dan aktivitas bisnisnya.
4. Perangkat lunak yang digunakan untuk mengolah data.
5. Infrastruktur teknologi informasi, meliputi computer, perangkat peripheral, dan perangkat jaringan komunikasi yang digunakan dalam sistem informasi akuntansi .
6. Pengendalian internal dan pengukuran keamanan yang menyimpan data sistem informasi akuntansi.

Adapun komponen Sistem Informasi Akuntansi menurut Azhar Susanto (2013:207) adalah:

1. Perangkat Keras (*Hardware*)
2. Perangkat Lunak (*Software*)
3. Sumber Daya Manusia (*Brainware*)
4. Prosedur (*Procedure*)
5. Basis Data (*Database*)
6. Jaringan Komunikasi (*Network*).

Penjelasan mengenai komponen Sistem Informasi Akuntansi di atas

adalah sebagai berikut:

1. Perangkat Keras (*Hardware*)

Perangkat keras (*Hardware*) merupakan peralatan fisik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan, memasukkan, memproses, menyimpan dan mengeluarkan hasil pengolahan data dalam bentuk informasi.

2. Perangkat lunak (*Software*)

Perangkat lunak (*Software*) adalah kumpulan dari program-program yang digunakan untuk menjalankan aplikasi tertentu pada komputer, sedangkan program merupakan kumpulan dari perintah-perintah komputer yang tersusun secara sistematis.

2. Manusia (*Brainware*)

Manusia (*Brainware*) atau Sumber daya manusia (SDM) merupakan potensi manusia atas perannya dalam pelaksanaan suatu sistem. *Brainware* computer merupakan aspek manusia yang terlibat dalam sistem komputer dan merupakan pusat seluruh kegiatan berpikir yang dilakukan oleh manusia untuk mempersiapkan, mengolah konsep-konsep dan berbagai kegiatan lain sebelum segala sesuatunya dikerjakan oleh komputer.

3. Prosedur (*Procedure*)

Prosedur (*Procedure*) merupakan rangkaian aktivitas atau kegiatan yang dilakukan secara berulang-ulang dengan cara yang sama. Sedangkan aktivitas pada dasarnya melakukan suatu kegiatan berdasarkan informasi yang masuk dan persepsi yang dimiliki tentang informasi.

#### 4. Basis data (*Database*)

Basis data (*Database*) merupakan kumpulan data-data yang tersimpan di dalam media penyimpanan di suatu perusahaan (arti luas) atau di dalam komputer (arti sempit)

Selain itu, menurut Mardi (2014:6):

1. Pelaku (orang) yang bertindak sebagai operator sistem atau orang yang mengendalikan dan melaksanakan berbagai fungsi.
2. Prosedur, baik manual maupun terotomatisasi, yang dalam kegiatan mengumpulkan, memproses, dan menyimpan data tentang aktivitas bisnis perusahaan.
3. Perangkat lunak (*software*) dipakai untuk mengolah data perusahaan. Keberadaan perangkat komputer, alat pendukung dan peralatan untuk komunikasi jaringan merupakan infrastruktur teknologi informasi.

#### 2.1.2.5 Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Gelderman dalam Wulan Witaliza, Kirmizi Dan Restu Agusti (2015), keberhasilan penerapan sistem informasi akuntansi sebagai berikut :

“Keberhasilan penerapan sistem informasi akuntansi adalah intensitas penggunaan sistem informasi akuntansi dalam berbagai tugas manajer dan kepuasan pengguna (*user satisfaction*) atas informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi akuntansi.”

Menurut Laudon dalam Wulan Witaliza, Kirmizi & Restu Agusti (2015) memberikan lima dimensi untuk mengukur keberhasilan sistem informasi akuntansi, dimensi-dimensi tersebut adalah:

1. Tingkat penggunaan yang tinggi (*high level of system use*).
2. Kepuasan Pengguna terhadap sistem (*user satisfaction on system*).
3. Sikap yang positif (*favorable attitude*) pengguna terhadap sistem tersebut.
4. Tercapainya tujuan sistem informasi (*achieved objectives*), dan
5. Timbal balik keuangan (*financial Payoff*).

Adapun penjelasan dimensi-dimensi tersebut, yaitu:

1. Tingkat penggunaan yang tinggi (*high level of system use*), dengan penggunaan yang tinggi, artinya sistem informasi yang dibangun memiliki manfaat yang sesuai dengan kebutuhan para user (dalam hal ini pegawai perusahaan) sehingga mereka menggunakan sistem mereka menggunakan sistem ini secara sering.
2. Kepuasan Pengguna terhadap sistem (*user satisfaction on system*), dengan semakin meningkatnya kepuasan para user terhadap sistem tersebut telah sesuai dengan kebutuhan pengguna dan merupakan indikasi keberhasilan dari sistem. Karena tidak mungkin sistem yang dianggap berhasil jika dalam implementasinya banyak terjadi keluhan dari para pengguna.
3. Sikap yang positif (*favorable attitude*) pengguna terhadap sistem informasi dan staff dari sistem informasi. Jika para pengguna memiliki sikap positif terhadap sistem yang ada. Maka hal tersebut merupakan indikasi keberhasilan yang kuat. Karena tidak mungkin para pengguna memiliki sifat yang positif jika sistem yang ada tidak memberi dampak yang positif serta sesuai dengan dibutuhkan.
4. Tercapainya tujuan sistem informasi (*achieved objectives*), seberapa jauh sistem dapat mencapai sasaran atau tujuannya. Hal ini dapat dicerminkan oleh peningkatan kinerja organisasi dan perubahan keputusan sebagai dampak dari pengguna sistem.
5. Timbal balik keuangan (*financial Payoff*). Untuk organisasi baik melalui

pengurangan biaya atau peningkatan penjualan dana kredit.

Ketika dimensi-dimensi mendapatkan nilai yang baik, dinamisasi organisasi akan tercipta dan akan berdampak terhadap perusahaan yaitu menjadi lebih efisien, efektif dan terkendali sehingga memiliki kinerja yang baik.

Azhar Susanto dalam Adli Anwar (2012) menjelaskan bahwa:

“keberhasilan penerapan sistem informasi akuntansi tidak saja dapat meningkatkan kecepatan dan kualitas informasi yang dihasilkan untuk pengambilan keputusan yang berkualitas, akan tetapi juga akan meningkatkan kualitas hubungan antar individu-individu yang ada dalam organisasi tersebut”.

### **2.1.3 *Competitive Positioning***

#### **2.1.3.1 Definisi *Competitive Positioning***

Setelah melakukan analisis pasar dan analisis pesaing dalam suatu analisis internal perusahaan (*total situation analysis*) maka *positioning* memegang peran yang sangat besar dalam pemasaran. Perusahaan sebaiknya mampu menciptakan suatu posisi yang mempertimbangkan tidak hanya kekuatan dan kelemahan itu sendiri, tetapi juga kekuatan dan kelemahan pesaingnya dalam pikiran prospeknya. Maka ancangan dasar *positioning* tidak lagi sekedar menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dengan yang lain, tetapi memanfaatkan dengan cerdas apa yang ada di dalam pikiran dan mengkaitkan hubungan-hubungan yang telah ada. Dengan kata lain *positioning* adalah suatu tindakan atau langkah-langkah dari produsen untuk mendesain citra perusahaan dan penawaran nilai dimana konsumen didalam suatu segmen tertentu mengerti dan menghargai apa yang dilakukan suatu perusahaan, dibandingkan dengan pesaingnya.

*Positioning* yang dikembangkan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan di bawah strategi inti. Untuk perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan pangsa pasar dan pendekatan yang luas untuk itu adalah untuk memenangkan pelanggan pesaing, misalnya, posisi kompetitif akan menjadi pernyataan persis bagaimana dan di mana di pasar yang akan dicapai. Berikut ini adalah beberapa definisi *Competitive Positioning* menurut beberapa ahli

Menurut Graham Hooley Nigel F. Piercy Brigitte Nicoulaud (2008:46)

*“The competitive positioning of the company is a statement of market targets, i.e. where the company will compete, and differential advantage, or how the company will compete”.*

Dari definisi di atas, maka dijelaskan bahwa Posisi kompetitif perusahaan adalah pernyataan dari target pasar, yaitu dimana perusahaan akan bersaing, dan diferensial keuntungan, atau bagaimana perusahaan akan bersaing.

Menurut Kotler dan Keller (2012:262)

*“Positioning is the act of designin the company’s offer so that it occupies a distinct and value placed in the target customer mind”.*

Dari definisi diatas, dijelaskan bahwa *Positioning* adalah tindakan merancang tawaran perusahaan sehingga ia menempati nilai yang berbeda dan ditempatkan di benak target pelanggan.

Tjiptono dan Chandra (2012:1):

*“Adalah cara produk, merek, atau organisasi perusahaan diperesepsikan secara relatif dibandingkan dengan produk, merek atau organisasi pesaing oleh pelanggan saat ini maupun calon pelanggan”.*

Dengan kata lain *positioning* adalah suatu tindakan atau langkah-langkah yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya penawaran nilai dimana dalam satu segmen tertentu konsumen mengerti dan menghargai apa yang dilakukan suatu perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya. Jadi *positioning* bukan menciptakan produk dengan menempatkan pada segmen tertentu, tetapi *positioning* menempatkan produk di benak konsumen pada segmen tertentu dengan cara komunikasi. Komunikasi yang dibangun oleh pemasar harus menciptakan hubungan yang positif.

### **2.1.3.2 Kriteria *Competitive Positioning***

Posisi Kompetitif dapat dilihat dalam beberapa hal sebagai hasil dari upaya perusahaan untuk menciptakan diferensiasi kompetitif yang efektif untuk produk dan layanan mereka. Namun, Kotler (1997) menunjukkan bahwa tidak semua perbedaan kompetitif akan membuat posisi kompetitif yang kuat, upaya untuk menciptakan diferensiasi harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

Menurut Graham Hooley Nigel F, Piercy Brigitte Nicoulaud (2008:208):

1. *Importance*  
*a difference should create a highly valued benefit for significant numbers of customers*
2. *Distinctive and pre-emptive*  
*the difference cannot be imitated or performed better by others*
3. *Superior*  
*the difference should provide a superior way for customers to obtain the benefit in question*
4. *Communicable*  
*the difference should be capable of being communicated to customers and understood by them*
5. *Affordable*  
*the target customers can afford to pay for the difference*

6. *Profitable*  
*the difference will command a price adequate to make it profitable for the company.*

Dari kutipan di atas dapat dijelaskan bahwa kriteria dari *Competitive Positioning* memiliki 6 Kriteria:

1. pentingnya – Perbedaan yang memiliki nilai keuntungan yang sangat tinggi dari nilai signifikan pelanggan.
2. khas dan pre-emptive - perbedaan yang tidak dapat ditiru atau dilakukan yang lebih baik oleh orang lain.
3. unggul - perbedaan harus menyediakan cara yang unggul bagi pelanggan untuk mendapatkan manfaat yang menguntungkan.
4. menular - perbedaan seharusnya mampu dikomunikasikan ke pelanggan dan dipahami oleh mereka.
5. terjangkau - target pelanggan untuk bisa mampu membayar perbedaan tersebut.
6. profitable - perbedaan akan harga pasar yang memadai untuk membuat suatu perusahaan mencapai keuntungan.

### **2.1.3.3 Proses *Competitive Positioning***

Menurut Muhammad Firdaus (2008:31) proses-proses dalam kompetitif posisi sebagai berikut:

1. Menentukan tingkatan-tingkatan *positioning*.
2. Identifikasi atribut-atribut kunci yang penting bagi segmen-segmen terpilih.
3. Lokasi atribut-atribut pada peta *positioning*.
4. Mengevaluasi pilihan-pilihan *positioning*.
5. Melaksanakan *positioning*.

### 2.1.3.4 Prinsip-prinsip *Competitive Positioning*

Menurut Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, Jacky Mussry (2010:81) prinsip-prinsip yang dapat diterapkan pada perusahaan atau jenis organisasi yang bersaing untuk mendapatkan pelanggan:

1. Sebuah perusahaan harus menetapkan posisinya di dalam benak target pelanggan.
2. Posisi tersebut harus tunggal, sebuah pesan yang sederhana dan konsisten.
3. Posisi tersebut harus bisa membedakan perusahaan dari pesaingnya.
4. Sebuah perusahaan tidak bisa memberi segala gal untuk semua orang-perusahaan harus memfokusnya upayanya.

### 2.1.3.5 Langkah-langkah *Competitive Positioning*

Menurut Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, Jacky Mussry (2010:84-85) ada untuk mengembangkan *strategi positioning* yaitu:

1. Analisis Pasar
2. Analisis Internal Korporat
3. Analisis Pesaing

dapat dijelaskan bahwa langkah-langkah dari *Competitive Positioning* sebagai berikut:

1. Analisis Pasar

Analisis pasar meliputi faktor-faktor seperti keseluruhan tingkat dan tren permintaan serta lokasi geografis dari permintaan ini. Apakah permintaan akan meningkat atau menurun dengan manfaat yang ditawarkan oleh jenis ini? Apakah ada variasi tingkat permintaan di regional atau internasional? pilihan lain untuk mensegmentasi pasar

harus dipertimbangkan dan sebuah penilaian dibuat dari ukuran dan potensi dari segmen pasar yang berbeda. Riset mungkin diperlukan untuk mendapatkan pemahaman lebih baik, tidak hanya tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan dalam setiap segmen yang berbeda, tetapi juga bagaimana persepsi pelanggan terhadap pesaing.

## 2. Analisis Internal Korporat

Tujuan analisis internal korporat adalah untuk mengidentifikasi sumber daya organisasi (finansial, tenaga kerja, dan cara kerja serta aset fisik). Batasan atau hambatan, sasaran (laba, pertumbuhan, preferensi profesional) dan bagaimana nilai-nilai itu membentuk cara perusahaan melakukan bisnis. Menggunakan hasil analisis ini, manajemen harus bisa memilih beberapa target segmen pasar yang dapat dilayani dengan jasa yang sudah ataupun yang baru.

## 3. Analisis Pesaing

Bagi seorang pemasar, identifikasi dan analisis pesaing dapat memberikan gambaran akan kekuatan dan kelemahan pesaing yang mungkin akan memberikan peluang untuk diferensial. Mengaitkan wawasan ini ke analisis internal korporat dapat memberikan gambaran akan peluang diferensiasi dan keunggulan kompetitif yang tahan lama, sehingga memungkinkan manajer untuk memutuskan mana manfaat yang harus ditekankan kepada target segmen. Analisis ini harus mempertimbangkan pesaing langsung maupun tidak

langsung.



**Gambar 2.1 Pengembangan Strategi *Positioning***

Hasil penggabungan ketiga bentuk analisis (analisis pasar, analisis internal korporat, dan analisis pesaing) adalah pernyataan yang menjelaskan posisi yang diinginkan oleh organisasi di pasar dan dari setiap jasa yang ditawarkan.

### 2.1.3.6 Kesalahan dalam *Positioning*

Ada 4 empat kesalahan utama dalam *positioning* yang dapat merusak strategi pemasaran menurut Graham Hooley Nigel F, Piercy Brigitte Nicoulaud (2008:209-210):

#### 1. *Underpositioning*:

Dalam hal ini fitur yang hendak ditonjolkan untuk membangun *positioning* dianggap bukan hal yang terlalu istimewa. Saat Pepsi memperkenalkan Crystal Pepsi tahun 1993, konsumen tidak terlalu terkesima. Mereka tidak melihat “clarity” atau “kemurnian” sebagai sesuatu yang penting dalam produk softdrink

2. *Overpositioning*: Disini produk memiliki citra yang terlalu tinggi dalam benak konsumen, dan karenanya dianggap diatas jangkauan daya beli

mereka. Para pelanggan berpikir bahwa semua cincin Tiffany dijual mulai harga \$5000, meskipun dalam kenyataannya Tiffany saat ini dapat diperoleh dengan harga mulai \$1000

3. *Confused positioning*: Dalam hal ini, pelanggan bingung dengan citra brand karena terlalu banyaknya klaim atau perubahan brand positioning yang terlalu sering. Hal ini yang terjadi pada komputer desktop NeXT yang hebat. Ketika pertama kali diluncurkan, produk ini diposisikan untuk para mahasiswa, kemudian diubah menjadi untuk para engineer, dan kemudian kepada orang bisnis; dan semuanya tidak berhasil
4. *Doubtful positioning*: Disini pelanggan merasa sulit untuk mempercayai klaim sebuah brand dalam kaitannya dengan fitur suatu produk, harga, atau manufakturnya.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian yang berhubungan dengan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *Competitive Positioning* telah banyak dilakukan. Tabel 2.1 dibawah ini menunjukkan ringkasan hasil penelitian sebelumnya.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Imelda Beatriz dan Josua Tarigan (2015)	Pengaruh <i>Organizational Learning Terhadap Competitive Positioning</i> melalui intensitas pengguna Sistem Informasi Akuntansi pada	1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara <i>Organizational Learning</i> terhadap Sistem Informasi Akuntansi 2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara <i>organizational learning</i> terhadap <i>Competitive Positioning</i>

		Perusahaan Non Manufaktur Terbuka	<p>3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Sistem Informasi Akuntansi terhadap <i>Competitive Positioning</i></p> <p>4. Sistem Informasi Akuntansi bukan merupakan variabel <i>intervening</i> dari <i>organizational learning competitive positioning</i></p>
2.	Andrew pranata & Josua Tarigan (2015)	Pengaruh <i>Organizational Learning Terhadap Competitive Advantage</i> melalui <i>Accounting Information System</i> pada Perusahaan Non Manufaktur Terbuka	<p>1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara <i>Organizational Learning</i> terhadap <i>Accounting Information System</i></p> <p>2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara <i>organizational learning</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i></p> <p>3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara <i>Accounting Information System</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i></p> <p>4. <i>Accounting Information System</i> bukan merupakan variabel <i>intervening</i> dari <i>organizational learning competitive advantage</i> akan tetapi <i>accounting information system</i> dapat memberikan pengaruh secara tidak langsung kepada <i>competitive advantage</i>. Sehingga, meskipun <i>accounting information system</i> tidak dapat digunakan sebagai variabel yang berpengaruh dalam menentukan <i>competitive advantage</i> dalam perusahaan.</p>
3.	Zipora Angelina Soenaryo dan Josua Tarigan (2015)	Pengaruh <i>Organizational Learning terhadap Competitive Positioning</i> melalui <i>Accounting Information System</i>	<p>1. Terdapat dampak positif antara <i>Organization learning</i> terhadap <i>Competitive Positioning</i> dalam perusahaan manufaktur di Surabaya</p> <p>2. Terdapat dampak positif antara <i>Organization learning</i> terhadap <i>Accounting Information System</i> dalam perusahaan manufaktur di Surabaya</p> <p>3. Terdapat dampak positif tetapi tidak signifikan antara</p>

			<p><i>Accounting Information System</i> terhadap <i>Competitive Positioning</i> dalam perusahaan manufaktur di Surabaya</p> <p>4. Lebih signifikan apabila <i>Organization learning</i> terhadap <i>Competitive Positioning</i> dibandingkan <i>Accounting Information System</i>, bukan berarti <i>Accounting Information System</i> itu jelek, karena <i>Accounting Information System</i> juga bagus terhadap <i>Competitive Positioning</i> tetapi dalam penelitian masih cenderung perusahaan menggunakan <i>Organization learning</i> dalam pencapaian <i>Competitive positioning</i> yang bagus dan lebih bagus lagi apabila digabung dengan <i>Accounting Information System</i>, bukan <i>Accounting Information System</i> berdiri sendiri</p>
4.	John I Njuguna (2009)	<i>Strategic Positioning for Sustainable Competitive Advance: An Organizational Learning Approach.</i>	<i>Organizational learning is increasingly being considered as one of the fundamental sources of competitive advantage within the context of strategic management. However, most literature has not clearly linked organizational learning with sustainable competitive advantage. through organizational learning a firm can develop hard to imitate knowledge resources and capabilities (human capital as well as organizational capital) that create value which in turn lead to superior performance.</i>
5.	Aris M.Oukse IKen Mihavi cs PeterChalos (1997)	<i>Accounting information system (ais) and Organizational Learning A Simulation</i>	<i>Accounting Information Systems may facilitate or impede organizational learning. Critical attributes of accounting systems that have the potential to affect organizational learning include: (1) characteristics of the information environment, whether</i>

			<p><i>uniform, dispersed or clustered importance weights; (2) information distribution, whether overlapping or segregated information; and (3) information coordination mechanisms, whether expert teams, majority voting teams or hierarchies. Organizational learning and performance was simulated in the following manner: (i) the organization was faced with a continuous sequence of repetitive but not identical problems; (ii) the organizational task was subdivided between analysts; and (iii) analysts learned by basing their decisions on the relationship found between information available to them and organizational outcomes. Simulation results indicated that learning in flatter (team) organizations is generally more accurate than in hierarchical organizations. Learning is also faster with majority teams than hierarchies, but slower with expert teams. Overlapping accounting information transmission between agents was found to offer only limited benefits. These findings have implications for the design of accounting information systems in organizations.</i></p>
6.	Shahram Gilaninia, et al (2013)	<i>The Relationship between Organizational Learning and Competitive Strategies and Its Impact on Performance of Business and Customer</i>	<i>Result obtained show that organization learning has relationship with cost leadership strategy, the development of strategic flexibility and also strategic flexibility has relationship with differentiation strategy and cost leadership strategy. There is relationship between differentiation strategy with performance of customer and business and cost leadership strategy with customer performance.</i>

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang telah dilakukan Imelda Beatriz dan Josua Tarigan (2015) dengan judul “Pengaruh *Organizational Learning* Terhadap *Competitive Positioning* melalui Intensitas pengguna Sistem Informasi Akuntansi pada Perusahaan Non Manufaktur Terbuka”. Penelitian ini

memiliki persamaan dan perbedaaan dengan beberapa penelitian terdahulu seperti yang telah dijelaskan pada Tabel 2.1 di atas.

Persamaannya adalah setiap perusahaan dalam upaya meningkatkan keberhasilan sistem informasi akuntansi dan kompetitif posisi memperhatikan banyak faktor yang memperngaruhinya. Persamaan pada penelitian terdahulu sama-sama meneliti perusahaan sebagai unit analisis dan pembelajaran organisasi serta sistem informasi akuntansi dalam hubungannya dengan kompetitif posisi perusahaan.

Perbedaannya terletak pada jumlah unit analisis, yaitu pada penelitian terdahulu meneliti sejumlah non manufaktur dengan jumlah sampel 83 responden, sedangkan rencana penelitian ini pada satu perusahaan yaitu PT. Amidis Tirta Mulia Kab. Bandung dengan jumlah sampel 35 responden.

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

*Competitive Positioning* merupakan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai atau persepsi yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain dan tidak dapat ditiru oleh kompetitor. Dengan *Competitive Positioning* perusahaan dapat menemukan sebuah cara baru yang lebih efisien untuk masuk ke dalam industri dan menempatkan produk yang lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Untuk mengukur *Competitive Positioning*, menggunakan enam dimensi pengukuran Graham Hooley Nigel F, Piercy Brigitte Nicaulaud (2008:208) yaitu *Importance, Distinctive and pre-emptive, Superior, Communicable, Affordable, Profitable*.

### **2.3.1 Pengaruh *Organizational Learning* terhadap Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi**

Dalam mencapai keberhasilan sistem informasi akuntansi dibutuhkan *Organizational Learning* (Pembelajaran Organisasi) dari seluruh jajaran perusahaan. Sistem informasi harus dibuat sedemikian rupa sehingga diterima dan diharapkan terciptanya suatu tindakan melalui pemahaman dan pengetahuan yang lebih baik. Organisasi yang mampu melakukan pembelajaran akan terus melakukan evaluasi terhadap berbagai kelemahan sistem yang digunakan dalam organisasi termasuk sistem informasi akuntansi.

Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Ramirez, et al., (2011:468) yang menjelaskan bahwa *Organization Learning* adalah organisasi yang mampu melakukan transfer informasi dan pengetahuan dalam organisasi. Kemampuan transfer dan pengetahuan tersebut difasilitasi oleh sebuah sistem yang tepat. Perusahaan yang melakukan pembelajaran dengan baik akan mampu mengaplikasikan sistem informasi akuntansi mengingat sistem informasi akuntansi yang diterapkan selalu dilakukan evaluasi secara periodik untuk terus meningkatkan kinerja dari sistem informasi akuntansi. Organisasi yang melakukan pembelajaran akan terus melakukan evaluasi terhadap berbagai kelemahan sistem yang digunakan dalam organisasi termasuk sistem informasi akuntansi sehingga akan mampu memberikan kinerja yang lebih baik bagi organisasi.

Adapun pernyataan bahwa *Organization Learning* memiliki pengaruh pada sistem informasi akuntansi. Bahwa kemampuan organisasi untuk belajar

dinyatakan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk bisa menerapkan sistem informasi akuntansi dengan baik, efektif dan efisien (Imelda Beatriz dan Josua Tarigan(2015).

Romney dan Steinbart dialihbahasakan oleh Kikin Sakinah Nur Safira dan Novita Puspasari (2015:46), menyatakan bahwa :

“Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan SIA dalam menghasilkan informasi yang berkualitas adalah budaya organisasi. SIA berperan penting dalam suatu organisasi demi tercapainya tujuan organisasi yang efektif dan efisien, maka SIA harus di desain dengan mencerminkan nilai-nilai dari budaya organisasi karena budaya organisasi merupakan salah satu komponen penting yang dapat mempengaruhi desain suatu Sistem Informasi Akuntansi”.

Pendapat tersebut di atas didukung oleh hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Andrew Pranata dan Josua Tarigan (2015) menunjukkan bahwa *Organizational Learning* berpengaruh signifikan terhadap *Accounting Information System*. Dengan menerapkan *Organizational Learning* di dalam perusahaan, maka akan meningkatkan *Accounting Information System*.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Dong Yan (2014) dan penelitian Rapina Rapina (2015) yang menunjukkan adanya pengaruh dari *Organizational learning* terhadap *Accounting Information System*. *Organizational Learning* dapat membantu organisasi dalam proses pengolahan informasi, dengan melakukan proses belajar secara terus menerus maka organisasi akan mampu mengolah informasi sehingga informasi yang didapat, dapat digunakan untuk mendukung kemajuan organisasi.

Dari penjelasan di atas, maka dapat kita ketahui bahwa *Organizational Learning* yang baik akan dapat meningkatkan *Accounting Information System*

yang sangat baik pula sehingga menciptakan informasi yang dibutuhkan perusahaan dalam mencapai tujuan.

Menurut Larsen dalam Wulan Witaliza, Kirmizi & Restu Agusti (2015), ada beberapa faktor penentu (*antecedent*) keberhasilan penerapan sistem informasi akuntansi, salah satunya adalah Pendidikan dan Pelatihan Memberikan pelatihan yang efektif dan memadai bagi staff untuk dapat memahami dan efisiensi penggunaan Sistem Informasi Akuntansi untuk mendapatkan informasi yang berkualitas.

### **2.3.2 Pengaruh Keberhasilan 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. Sistem Informasi Akuntansi mampu melakukan transformasi informasi penting karena bersifat melakukan transformasi informasi penting keuangan untuk pengambilan keputusan. Aplikasi sistem informasi akuntansi akan memberikan dasar dari sisi keuangan atas setiap keputusan yang diambil manajerial. Untuk itu, aplikasi sistem informasi akuntansi 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 operational

perusahaan sehingga mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Demikian halnya dengan penerapan sistem informasi akuntansi bagi organisasi sangat penting untuk sumber informasi dalam mengelola operational perusahaan dan tetap memperhitungkan keuntungan dan biaya yang dikeluarkan dalam pengelolaan operational. Sistem Informasi Akuntansi 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.

Sistem Informasi Akuntansi dalam perusahaan berguna untuk memproses dan menghasilkan data yang dapat digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Sistem Informasi Akuntansi dapat membantu perusahaan untuk memproses informasi secara cepat dan menyimpan informasi tersebut, sehingga dapat menjadi *Competitive Advantage*.

Teori yang menyatakan pengaruh *Accounting Information System* Terhadap *Competitive Advantage* dinyatakan oleh Azhar Susanto (2013:12) :

“Perusahaan yang menggunakan informasi akuntansi secara efektif dapat memperoleh keuntungan diantaranya dalam bentuk kesempatan untuk melakukan sesuatu lebih dulu (lebih cepat), lebih benar (efektif) dan lebih murah (efisien) dibandingkan pesaingnya”.

Romney dan Steinbart yang dialihbahasakan oleh Kikin Sakinah Nur Safira dan Novita Puspasari (2015:10) menyatakan :

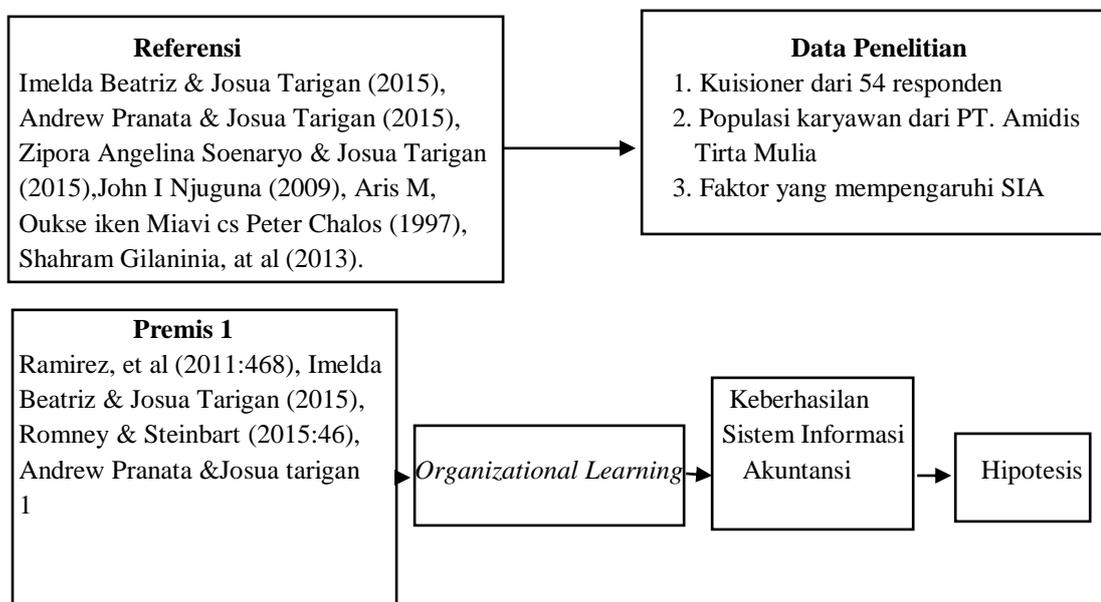
“Sistem informasi akuntansi yang dirancang dengan baik bisa mempermudah proses berbagai pengetahuan dan keahlian, yang selanjutnya dapat memperbaiki proses operasi perusahaan dan bahkan memberikan keunggulan kompetitif”

Hal tersebut didukung oleh penelitian Nabizadeh & Omrani (2014) yang menyatakan bahwa *Accounting Information System* yang dirancang dengan baik dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan yang tepat dan dapat memberi *Competitive Advantage* bagi organisasi. Penelitian dari Basel J. A. Ali, et al (2016) juga dapat menunjukkan adanya pengaruh dari *Accounting Information System* kinerja bisnis perusahaan yang tercermin dari keunggulan bersaing.

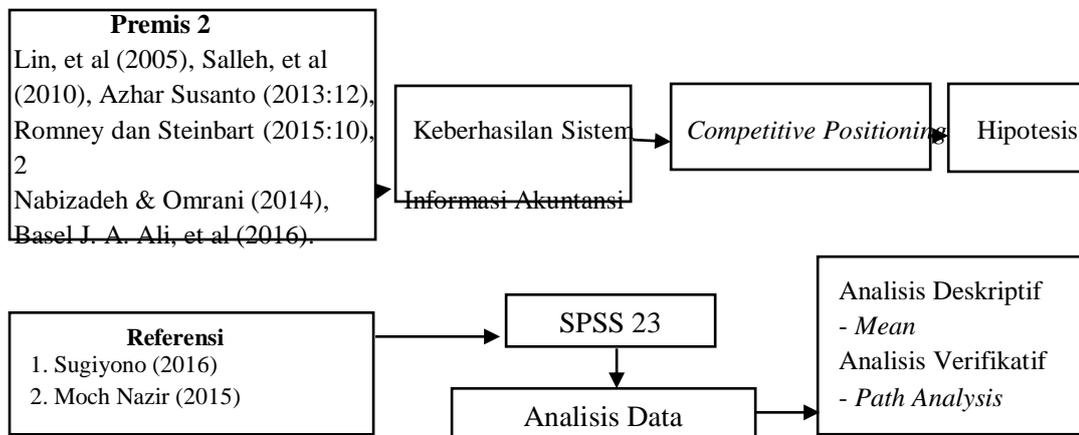
Berdasarkan penjelasan di atas, maka sistem informasi akuntansi merupakan alat yang digunakan manajemen dalam organisasi untuk memberikan nilai tambah sehingga dapat menghasilkan keunggulan kompetitif bagi organisasi.

#### LANDASAN TEORI

- *Organizational Learning*. McShane & Mary Ann Von Glinow (2012:9), Mark E. Smith & Marjorie A. Lyles (2011:25), Gareth R. Jones (2007:340), Tampubolon (2008:40-41), Ismail Nawawi (2009:150), Munandar (2009:65), Steven L. McShane dan Mary Ann Von Glinow (2012:9), Husaini Usman (2011:208).
- Keberhasilan SIA. Mardi (2014:2), Azhar Susanto (2013:72), Anastasia Diana & Lilis Setiawati (2011:4), Bagranof Nancy et al.(2010:5), James A Hall (2011:7), Azhar Susanto (2008:8-11), Mulyadi (2008:9), Romney & Steinbart (2009:29).
- *Competitive Positioning*. Graham Hooley Nigel F. Piercy Brigitte Nicoulaud (2008:46), Kotler & Keller (2012:262), Tjiptono & Chandra (2012:1), Muhammad Firdaus (2008:31), Chistopher Lovelock, Jochen Wirtz, Jacky Mussry (2010:81)



(2015), Dong Yan (2014), Rapina-Rapina (2015), Wulan Witaliza, Kirmizi & Restu Agusti (2015).



**Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran**

## 2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang bersifat sementara atau dengan anggapan, pendapat atau asumsi yang mungkin benar dan mungkin salah.

Sugiyono (2014:93) berpendapat bahwa yang dimaksud hipotesis adalah sebagai berikut:

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.”

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis yang disajikan penulis adalah sebagai berikut:

H<sub>1</sub> :Terdapat pengaruh *Organizational Learning* terhadap Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi

H<sub>2</sub> :Terdapat pengaruh Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi terhadap *Competitive Positioning*.

H<sub>3</sub> :Terdapat pengaruh *Organizational Learning* terhadap Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi dan dampaknya terhadap *Competitive Positioning*.