

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada era informasi dan globalisasi saat ini menyebabkan lingkungan bisnis mengalami perubahan yang sangat pesat dengan tingkat persaingan yang ketat. Oleh karena itu perusahaan-perusahaan dituntut untuk melakukan kegiatan operasionalnya secara efektif dan efisien untuk mempertahankan eksistensinya, sehingga pengetahuan merupakan kekuatan yang sangat penting untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan. Perusahaan yang menggunakan informasi 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 (Azhar Susanto, 2013:12).

Sistem informasi memberikan nilai tambah terhadap proses, produksi, kualitas manajemen, pengambilan keputusan dan pemecahan masalah serta keunggulan kompetitif yang sangat berguna bagi perusahaan. Sistem informasi diciptakan untuk menunjang aktivitas usaha pada semua tingkat organisasi. Efektivitas dan efisiensi serta pengendalian dapat terwujud melalui penggunaan informasi yang berkualitas yang dihasilkan dari suatu sistem informasi. Salah satu sistem informasi yang memiliki fungsi penting dalam aktivitas operasional adalah Sistem Informasi Akuntansi (SIA).

Pengukuran suatu keberhasilan sistem informasi akuntansi dengan menggunakan *user satisfaction* (kepuasan pengguna) merupakan pendekatan yang sering dilakukan dalam penelitian (King dan Lee, 1991). Kepuasan pemakai terhadap suatu sistem informasi adalah bagaimana cara pemakai memandang sistem informasi secara nyata, tapi tidak pada kualitas sistem secara teknik (Guimaraes, Staples, dan McKeen, 2003). Dalam literatur penelitian maupun dalam praktek, *user satisfaction* seringkali digunakan sebagai ukuran pengganti dari efektivitas sistem informasi (Melone, 1990). *End-user satisfaction* sebagai “*affective attitude towards a specific computer application by someone who interacts with the application directly.*” Yaitu Kepuasan pengguna sebagai "sikap afektif terhadap aplikasi komputer tertentu oleh seseorang yang berinteraksi dengan aplikasi secara langsung." (Doll dan Torkzadeh, 2000) Pengguna dan kepuasan pemakai mempengaruhi dampak individual dan selanjutnya mempengaruhi dampak organisasional (Delon and McLean, 2000).

Penerapan suatu sistem informasi akuntansi dalam perusahaan dihadapkan kepada dua hal, apakah perusahaan mendapatkan keberhasilan penerapan sistem informasi akuntansi atau kegagalan sistem informasi akuntansi. Keberhasilan sistem informasi suatu perusahaan tergantung bagaimana sistem itu dijalankan, kemudahan sistem itu bagi para pemakainya, dan pemanfaatan sistem yang digunakan. Kepuasan pengguna akhir sistem informasi akuntansi dapat dijadikan sebagai salah satu ukuran keberhasilan suatu sistem informasi akuntansi (Istiningsih dan Utami, 2009).

Sistem informasi akuntansi yang sukses harus mampu memberikan keuntungan bagi para pengguna melalui aktivitas yang dilakukannya dan mampu membantu organisasi mencapai tujuannya (Limantara dan Devie, 2008)

Sistem Informasi Akuntansi merupakan kumpulan (integrasi) dari sub-sub sistem atau 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 (Azhar Susanto, 2013:72).

Penerapan sistem informasi akuntansi di perusahaan dapat memberikan manfaat bagi pengguna dalam bentuk penyedia berbagai informasi keuangan untuk kegiatan perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan secara keseluruhan. sistem informasi akuntansi merupakan aktivitas pendukung yang penting dalam menjalankan aktivitas utama agar operasional perusahaan lebih efektif dan efisien. Penerapan sistem informasi akuntansi yang efektif diharapkan dapat menghasilkan informasi yang berkualitas dan tentunya adalah adanya peningkatan kinerja secara keseluruhan, baik menyangkut karyawan, pimpinan, pemilik, maupun organisasi itu sendiri (Romney dan Steinbart, 2011:52).

Sistem informasi akuntansi (SIA) pada dasarnya merupakan integrasi dari berbagai sistem pengolahan transaksi (SPT) atau sub SIA, karena setiap SPT memiliki siklus pengolahan transaksi maka SIA juga dapat dikatakan sebagai

integritas dari berbagai siklus pengolahan transaksi, dalam setiap pengolahan transaksi yang dilakukannya, SPT atau sub SIA memiliki berbagai komponen seperti *hardware*, *software*, *brainware*, *prosedur*, *database*, dan jaringan komunikasi (Azhar Susanto, 2013:82).

Saat ini fenomena yang terjadi di banyak perusahaan baik skala kecil besar tak terkecuali yang bergerak dalam industri manufaktur berkaitan dengan tiga komponen SIA, yaitu: *software* (perangkat lunak), *brainware* (sumber daya manusia), dan *network* (jaringan telekomunikasi), sebagai salah satu instrumen penting dalam meningkatkan distribusi pemasaran produk dan daya saing perusahaan. Namun pada kenyataannya sampai dengan saat ini banyak perusahaan manufaktur yang mengalami masalah dalam *software* karena belum sepenuhnya terintegrasi, hal itu menyebabkan sering terjadinya perbedaan pencatatan antara produk yang dihasilkan dan distribusikan ke pasaran. Selain itu pada komponen database dalam sistem informasi akuntansi pada banyak perusahaan manufaktur yaitu belum terintegrasinya data, sehingga terjadi kegagalan migrasi data. Sedangkan Integrasi database dalam sistem informasi akuntansi menuntut kesesuaian antara database yang digunakan (isi dan hubungannya) dengan kebutuhan pemakai, dan ditunjang oleh prosedur yang cocok (Azhar Susanto, 2013:82).

Kasus yang terjadi pada PT Muawanah Al Ma'soem yang memproduksi sendiri air minum dalam kemasan dan menjualnya kepada para konsumennya. Produk air dalam kemasan yang dijual PT Muawanah Al Ma'soem mempunyai tiga merek yaitu Al Ma'soem, QuaZam dan Asri dengan kemasan galon botol dan

cup. Menurut kepala pabrik ada kejanggalan yang sering terjadi dalam pendistribusian barang kepada konsumen sebagai akibat dari karyawan yang kurang mengerti cara mengoperasikan aplikasi dari program yang digunakan oleh perusahaan.(<http://www.tribunnews.com>). Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mendesain dan mengembangkan suatu sistem informasi termasuk didalam sistem informasi akuntansi. Disini tentunya informasi yang harus disediakan haruslah merupakan suatu sistem informasi akuntansi yang mudah, tepat dan terbaru sehingga keputusan yang diambil tepat dan dapat dikerjakan sesuai dengan tanggungjawab setiap karyawan. (<http://warta-ekonomi.blogspot.co.id>).

Kemampuan mengembangkan suatu sistem informasi akuntansi secara efektif di dalam perusahaan sangat penting dilakukan karena dapat menjadi dasar untuk memperoleh informasi yang berkualitas. Salah satu cara untuk mencapai efektivitas sistem informasi akuntansi perusahaan adalah dengan menerapkan *Organizational Learning* dalam perusahaan. Ramirez, *et al*, (2011) menyatakan bahwa *Organizational 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 mengaplikasikannya. Organisasi yang mampu melakukan pembelajaran akan terus melakukan evaluasi terhadap berbagai kelemahan sistem yang digunakan dalam organisasi termasuk Sistem Informasi Akuntansi. Anthony, *et al*. (2009) menyebutkan kegunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam perusahaan juga dapat berguna untuk memproses dan menghasilkan data yang dapat digunakan dalam

proses pengambilan keputusan untuk kegiatan *strategic planning, management (tactical) control*, dan *operational control*. Dengan begitu, Sistem Informasi Akuntansi dapat membantu perusahaan untuk memproses informasi secara cepat dan menyimpan informasi tersebut.

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.

Organizational Learning a perspective that organizational effectiveness depends on the organization's capacity to acquire, share, use, and store valuable knowledge. dapat dijelaskan bahwa *Organizational Learning* adalah sebuah perspektif bahwa efektivitas organisasi tergantung pada kapasitas organisasi untuk memperoleh, berbagi, menggunakan, dan menyimpan pengetahuan yang berharga. (McShane dan Mary Ann Von Glinow, 2012:9).

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 yang diterapkan oleh organisasi akan mampu melakukan transformasi informasi penting karena bersifat melakukan transfer informasi 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 lainnya dalam persaingan (Li et.al, 2006:107).

Competitive Positioning merupakan jantung kinerja perusahaan dalam pasar bersaing. Untuk bisa bertahan dan sukses dalam persaingan industri bisnis, perusahaan perlu memahami lima faktor ancaman yakni : ancaman pendatang baru, kekuatan tawar-menawar pemasok (Supplier), kekuatan tawar-menawar pembeli, ancaman produk pengganti (substitusi), dan persaingan di dalam industri. (Porter, 2008).

Pengukuran terhadap *Competitive Positioning* didasarkan pada kedudukan *relative Competitive positioning*, artinya bahwa posisi perusahaan dalam persaingan didasarkan pada kedudukan relatif perusahaan dibandingkan dengan pesaing. Terdapat enam kriteria yang digunakan untuk mengukur *Competitive Positioning* perusahaan ini, yaitu: importance, distinctive and pre-emptive, superior, communicable, affordable, profitable yaitu dimana sebuah perbedaan harus menciptakan keuntungan, perbedaan tidak bisa ditiru atau dilakukan lebih baik oleh orang lain, perbedaannya harus memberikan cara yang unggul bagi pelanggan, perbedaan harus bisa dikomunikasikan kepada pelanggan dan dipahami oleh mereka, target pelanggan mampu membayar selisihnya, membuat harga yang cukup (Graham Hooley Nigel F. Piercy Brigitte Nicoulaud, 2008:208).

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 (Kotler, 2010:262).

Positioning adalah Cara produk, merek atau organisasi perusahaan dipersepsikan secara relatif dibandingkan dengan produk, merek atau organisasi

pesaing oleh pelanggan saat ini maupun calon pelanggan (Tjipno dan Chandra, 2012:1).

Competitive Positioning adalah tindakan perusahaan untuk merancang produk dan bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu diingat konsumen sehingga dengan demikian konsumen segmen memahami dan menghargai apa yang dilakukan perusahaan dalam kaitannya dengan para pesaingnya. *positioning* memegang peran yang sangat besar dalam strategi pemasaran, setelah melakukan analisis pasar dan analisis pesaing dalam suatu analisis internal perusahaan (*total situation analysis*) (Craven, 2014).

Fenomena yang berkaitan dengan *Competitive positioning* khususnya pada industri makanan dan minuman di Indonesia seringkali muncul menyangkut tingkat penjualan yang tidak dapat mempertahankan produk di tingkat persaingan dalam industri. Pada produsen air minum dalam kemasan PT. Indotirta Jaya Abadi, dinyatakan pailit oleh Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Semarang. Bangkrutnya perusahaan pemilik merek air mineral Aguarita itu diungkapkan oleh kuasa hukumnya. PT. Indotirta Jaya Abadi dinyatakan pailit karena tidak mampu membayar hutang-hutangnya kepada sejumlah kreditur. (<http://www.solopos.com>).

Berdasarkan fenomena di atas kita bisa melihat bahwa PT. Indotirta Jaya Abadi tidak dapat mengkomunikasikan kepada pelanggan untuk menarik rasa kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan sehingga pelanggan tidak paham akan keunggulan produk tersebut atau kurang diminati oleh pelanggan yang berdampak pada tingkat penjualan dan tingkat keuntungan yang

rendah. maka dapat dikatakan bahwa *Competitive Positioning* sangat penting bagi perusahaan untuk bisa bertahan dan sukses dalam persaingan industri bisnis. Perusahaan harus tanggap terhadap ancaman pendaatang baru, kekuatan tawar-menawar pemasok (Supplier), Kekuatan tawar-menawar pembeli, ancaman produk pengganti dan persaingan didalam industri saat ini. Selain itu perusahaan juga harus mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan agar dapat mempertahankan persaingan (Porter, 2008).

Penelitian ini merupakan replikasi dari judul penelitian Imelda Beatriz dan Josua Tarigan (2015) yaitu Pengaruh *Organization Learning* Terhadap *Competitive Positioning* melalui Intensitas Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Pada Studi Kasus Perusahaan Non Manufacturing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Organization Learning* berpengaruh positif terhadap *Competitive Positioning*, *Organizational Learning* berpengaruh positif terhadap Sistem Informasi Akuntansi, Sistem Informasi Akuntansi tidak berpengaruh terhadap *Competitive Positioning*. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu pada unit penelitian, dan periode penelitian.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan fenomena yang terjadi, maka penulis tertarik untuk mengetahui hubungan antar variabel tersebut pada PT. Amidis Tirta Mulai Kab. Bandung dengan mengambil judul yang sama pada penelitian terdahulu yaitu : **“Pengaruh *Organizational Learning* Terhadap Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi dan Dampaknya Terhadap *Competitive Positioning* (Studi Kasus Pada PT. Amidis Tirta Mulia Kab. Bandung)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian, maka permasalahan yang diangkat untuk dibahas pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Bagaimana *Organizational Learning* pada PT. Amidis Tirta Mulia Kab. Bandung.
2. Bagaimana Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi pada PT. Amidis Tirta Mulia Kab. Bandung.
3. Bagaimana *Competitive Positioning* pada PT. Amidis Tirta Mulia Kab. Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh *Organizational Learning* terhadap Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi pada PT. Amidis Tirta Mulia Kab. Bandung.
5. Seberapa besar pengaruh Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi terhadap *Competitive Positioning* pada PT. Amidis Tirta Mulia Kab. Bandung.
6. Seberapa besar pengaruh *Organizational Learning* terhadap Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi dan dampaknya terhadap *Competitive Positioning* pada PT. Amidis Tirta Mulia Kab. Bandung.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh jawaban atas

permasalahan yang telah dirumuskan diatas, yaitu:

1. Untuk mengetahui *Organizational Learning* pada PT. Amidis Tirta Mulia Kab. Bandung.
2. Untuk mengetahui Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi pada PT. Amidis Tirta Mulia Kab. Bandung.
3. Untuk mengetahui *Competitive Positioning* pada PT. Amidis Tirta Mulia Kab. Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Organizational Learning* terhadap Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi pada PT. Amidis Tirta Mulia Kab. Bandung.
5. Untuk mengetahui pengaruh Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi terhadap *Competitive Positioning* pada PT. Amidis Tirta Mulia Kab. Bandung.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Organizational Learning* terhadap Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi dan dampaknya terhadap *Competitive Positioning* pada PT. Amidis Tirta Mulia Kab. Bandung.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca mengenai pengaruh *Organizational Learning* terhadap Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi dan dampaknya pada *Competitive Positioning*. Selain itu, dapat juga dipergunakan sebagai bahan pertimbangan antara teori dan praktik yang

sebenarnya di dalam sebuah perusahaan yang selanjutnya sebagai bahan referensi untuk peneliti lebih lanjut. Selain itu, penulis juga mengharapkan hasil penelitian ini dapat berguna untuk menambah pengetahuan bagi para mahasiswa, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Universitas Pasundan Bandung.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis merupakan penjelasan kepada pihak-pihak mana saja yang kiranya hasil penelitian penulis dapat memberikan manfaat.

Adapun kegunaan praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan. Selain itu, berguna untuk menambah wawasan peneliti khususnya mengenai pengaruh *Organizational Learning* terhadap Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi dan dampaknya pada *Competitive Positioning*, dan juga sebagai sarana bagi peneliti untuk mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh dalam bangku perkuliahan terutama yang berkaitan dengan judul yang peneliti buat.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan

pertimbangan yang bermanfaat bagi perusahaan, sehingga dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan kinerja manajerial.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi untuk membantu dan memberikan gambaran yang lebih jelas bagi para peneliti yang ingin melakukan penelitian lanjutan tentang bagaimana pengaruh *organizational learning* terhadap keberhasilan sistem informasi akuntansi dan dampaknya pada *competitive positioning*

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan pendekatan studi kasus pada PT. Amidis Tirta Mulia Kab. Bandung, dimana data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuisisioner dan wawancara. Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian adalah sejak bulan April hingga selesai.