
EFFECT OF COMPETITOR ACCOUNTING TO COMPETITIVE ADVANTAGES AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE

PENGARUH COMPETITOR ACCOUNTING TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA ORGANISASI

Mona Astuti^{1*1}

Zul Azmi²

Ranti Darwin³

Universitas Muhammadiyah Riau, Pekanbaru ^{1,2,3}

[monaastuti24@gmail.com¹](mailto:monaastuti24@gmail.com)

[zulazmi@umri.ac.id²](mailto:zulazmi@umri.ac.id)

[ranti.darwin@umri.ac.id³](mailto:ranti.darwin@umri.ac.id)

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether the independent variables, namely Cash Flow Volatility, Sales Volatility, Debt Levels and Operating Cycles affect the dependent variable, namely Profit Persistence. The sampling technique uses Purposive Sampling where 60 samples are used. This study uses multiple linear regression analysis techniques, F test and t test to determine its effect. The results of this study indicate that partially Cash Flow Volatility and Debt Levels affect Profit Persistence while the other two variables Sales Volatility and Operating Cycle have no effect on Profit Persistence. And simultaneously the four Independent variables influence the Profit Persistence.

Keywords: Cash Flow Volatility, Sales Volatility, Debt Levels, Operating Cycles, Profit Persistence.

ABSTRACT

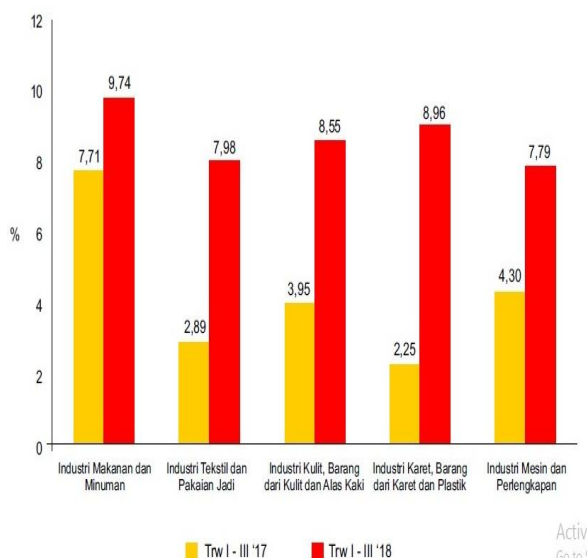
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh competitor accounting terhadap keunggulan bersaing dan kinerja organisasi pada usaha bisnis kuliner. Survei kuisisioner dilakukan pada pengusaha kuliner di Kota Pekanbaru. Hasil menunjukkan pengaruh positif dari competitor accounting sebagai salah satu teknik akuntansi manajemen strategis terhadap keunggulan bersaing, namun tidak terdapat pengaruh competitor accounting sebagai teknik akuntansi manajemen strategis terhadap Kinerja Organisasi, Keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi, dan terdapat pengaruh positif secara tidak langsung dari competitor accounting sebagai teknik akuntansi manajemen strategis terhadap kinerja organisasi dengan mediasi keunggulan bersaing.

Keywords: Competitor Accounting, Strategic Management Accounting, Keunggulan Bersaing, Kinerja Organisasi

1. Pendahuluan

Dewasa ini, sistem perekonomian Indonesia mengalami perubahan yang pesat. Perubahan perekonomian yang terjadi disebabkan oleh perkembangan lingkungan bisnis. Perkembangan bisnis di Indonesia mengakibatkan perekonomian Indonesia mengalami peningkatan 5,03% pada 2017 menjadi 5,17%, pada tahun 2018. Peningkatan perekonomian tersebut tidak terlepas dari besarnya pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia yaitu sebesar 2,03%. Pertumbuhan industri makanan dan minuman berkaitan dengan tingginya angka konsumen Indonesia terutama di perkotaan. Bertumbuhnya angka konsumen Indonesia dapat menjadi penyebab semakin maraknya pertumbuhan bisnis kuliner

di kota-kota. Pertumbuhan beberapa industri dapat dilihat pada gambar1. Meskipun demikian terdapat usaha kuliner yang gulung tikar atau bangkrut. Pada beberapa bisnis kuliner ada juga yang mencoba bertahan dengan pindah lokasi bisnis. Kondisi ini memerlukan analisis tentang apa yang mempengaruhi kinerja bisnisnya. Pengukuran kinerja suatu perusahaan dapat di bagi menjadi dua sudut pandang yaitu, kinerja keuangan dan kinerja non keuangan. Kinerja keuangan bisa dianalisis melalui laporan keuangan perusahaan. Selanjutnya, kinerja non keuangan adalah kinerja yang menunjukkan pertumbuhan suatu perusahaan (Supit, Tinangon, & Sabijono, 2014). Kinerja non keuangan akan berfokus dalam menciptakan nilai suatu perusahaan.



Sumber: kemenperin, edisi IV, 2018

Gambar 1
Pertumbuhan Beberapa Industri Yang Mengalami Kenaikan Pada
Triwulan I – Triwulan III 2018 (% ,coc)

Kinerja non keuangan pada usaha kuliner memiliki peranan yang penting dalam menetapkan suatu strategi, misi dan visi perusahaan. Kinerja non keuangan ini tentu saja akan mempengaruhi kinerja perusahaan secara keseluruhan yang nantinya akan meningkatkan kinerja keuangan. Kinerja non keuangan membangun perusahaan untuk mempertahankan perusahaan dalam menghadapi persaingan di industrinya.

Perusahaan yang ingin bertahan membutuhkan suatu metode penilaian kinerja perusahaan. Balanced scorecard adalah metode penilaian kinerja perusahaan dengan mengkombinasikan sudut pandang keuangan dan sudut pandang non keuangan yang diperkenalkan oleh Kaplan & Norton pada tahun 1996. Perusahaan mampu menekankan hasil keuangan dan secara bersama-sama mengendalikan proses dalam membangun sebuah kapabilitas dan memperoleh suatu aset tak berwujud untuk pertumbuhan masa mendatang. Perusahaan menggunakan konsep balanced scorecard bertujuan untuk menjaga keunggulan kompetitif. Dengan keunggulan kompetitif perusahaan mampu mengungguli pesaingnya melalui strategi biaya yang rendah dan atau strategi diferensiasi produk sehingga pelanggan dapat membedakan produk perusahaan dari produk yang telah ada dan menilai produk lebih unggul.

Dalam upaya meningkatkan keunggulan bersaing manajemen harus memilih suatu keputusan strategis untuk menilai efektivitas perusahaan. Manajemen bisa menggunakan strategic management accounting techniques untuk membantu dalam membuat keputusan strategis perusahaan. Di dalam strategic management accounting techniques mempunyai enam belas teknik yang telah terbagi menjadi lima menurut kegunaannya yaitu strategic costing, competitor accounting, customer accounting, strategic decision making dan control oriented (Cadez & Guilding, 2008). Salah satu teknik strategic management accounting yang sering di gunakan adalah competitor accounting. Competitor accounting adalah analisis informasi akuntansi yang berkaitan dengan pesaing, teknik ini sering digunakan karena pengusaha berusaha mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing untuk menghilangkan hal-hal yang tidak terduga sehingga bisa mengidentifikasi cara untuk mengungguli pesaing. Competitor accounting terdiri dari tiga dimensi competitive position monitoring, competitor performance appraisal dan competitor cost assessment (Hartanto tandiharjo & Devie, 2015). Ketiga dimensi tersebut berguna dalam mengamati perilaku pesaing demi meningkatkan keunggulan bersaing.

Seluruh jenis perusahaan harus memperhatikan kinerja perusahaannya termasuk usaha bisnis kuliner, karena usaha bisnis kuliner merupakan jenis usaha dagang dan usaha jasa yang membutuhkan strategi dalam memproduksi produk dan pemasarannya. Banyak risiko yang harus ditanggung pengusaha kuliner independen dalam menghadapi persaingan, pengusaha kuliner harus mampu meningkatkan kinerja sekaligus bersaing dengan pengusaha lainnya. Pengusaha kuliner harus membuat suatu perencanaan strategi, kinerja non keuangan memiliki peranan penting dalam penyusunan strategi tersebut. Pengusaha kuliner bisa menggunakan *competitor accounting* sebagai strategi untuk menjadikan pengusaha kuliner tersebut mengungguli pesaing, hal ini akan seiring dengan peningkatan kinerjanya secara keseluruhan.

2. Tinjauan Pustaka

Strategic Management Accounting Techniques

Strategic management accounting adalah proses mengidentifikasi, mengumpulkan, memilih, dan menganalisis data akuntansi, untuk membantu manajemen dalam membuat keputusan strategis serta untuk menilai efektivitas organisasi. *Strategic management accounting* merupakan penyedia informasi akuntansi yang berguna bagi manajer dalam melakukan fungsi perencanaan dan pengendalian organisasi. *Strategic management accounting* telah diterima secara baik oleh sejumlah organisasi sebagai sebuah pendekatan umum dalam akuntansi untuk penentuan posisi strategis (Roslender & Hart, 2003). Penekanan *Strategic management accounting* biasanya berpusat pada pengukuran kinerja, pengendalian manajemen dan pengambilan keputusan. Jadi akuntansi manajemen strategik fokus pada bagaimana akuntansi manajemen dapat memberi data atau informasi yang relevan sehingga menuntun pengambilan keputusan strategis seorang manajer (Lestari, Nurcholisah, & Fitriah, 2015). Pemanfaatan SMAT pada strategic costing seperti time driven strategic costing juga ditunjukkan pada (Azmi, 2018). *Strategic management accounting* mempunyai enam belas teknik yang telah terbagi-bagi menjadi lima menurut kegunaannya yaitu sebagai berikut (Cadez & Guilding, 2008):

Table 1

Strategis Management Accounting Techniques Categories

Strategic Management Accounting Techniques Categories	Strategis Management Accounting Techniques
<i>Strategis Costing</i>	<i>Attribute Costing Lifecycle Costing Quality Costing Target Costing Value Chain Costing</i>
<i>Strategis Planning, Control and Performance Management</i>	<i>Benchmarking Integrated Performance Measurement</i>
<i>Strategis Decision Making</i>	<i>Strategis Cost Management Strategis Pricing Brand Valuation</i>
<i>Competitor Accounting</i>	<i>Competitor Cost Assessment Competitor Position Monitoring Competitor Performance Appraisal</i>
<i>Customer Accounting</i>	<i>Customer Profitability Analysis Lifetime Customer Profitability Analysis Valuation of Customer as Assets</i>

Sumber: (Aykan, 2013)

Competitor Accounting

Competitor accounting merupakan salah satu kategori dari *strategic management accounting*. *Competitor accounting* adalah analisis informasi akuntansi yang berkaitan dengan pesaing. Penggunaan *competitor accounting* seharusnya memberikan wawasan rinci ke dalam *competitor's present cost* dan *financial situation*, selain itu juga menentukan *own competitive position* dan memprediksi perilaku *competitive strategic* di masa depan (Hartanto Tandiharjo & Devie, 2015). Menurut Cadez & Guilding (2008), ada tiga dimensi dalam *Competitor Accounting* yaitu: (a). *Competitive position monitoring* bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang pesaing mengenai penjualan, pangsa pasar, volume dan biaya per unit (Simmonds, 1981). (b). *Competitor performance appraisal* merupakan analisis dari laporan keuangan yang dipublikasikan pesaing sebagai bagian dari penilaian sumber utama pesaing dari *competitive advantage* (Cinquini & Tenucci, 2010). (c). *Competitor cost assessment* penyediaan estimasi pembaruan yang dijadwalkan secara rutin dari unit cost pesaing. Berbeda dengan teknik sebelumnya, *competitor cost assessment* berkonsentrasi unik pada struktur biaya pesaing (Simmonds, 1981).

Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage)

Competitive advantage atau keunggulan bersaing adalah keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan, yang melebihi pesaingnya. Keunggulan tersebut dapat berupa pemberian *value* yang lebih tinggi kepada pelanggan dengan harga yang lebih rendah ataupun tambahan

manfaat maupun layanan yang lebih baik (Hartanto Tandiharjo & Devie, 2015). Keunggulan bersaing dapat dilihat melalui *cost leadership* dan *differentiation*.

Kinerja Organisasi (*Organization Performance*)

Organization Performance merupakan bukti dari hasil anggota organisasi diukur dari segi pendapatan, laba, pertumbuhan, pengembangan dan perluasan organisasi (Ejere, 2013). Kaplan & Norton, (1992) menggunakan *balance scorecard* untuk melihat kinerja organisasi dalam menerjemahkan misi dan strategi perusahaan menjadi berbagai tujuan dan ukuran-ukuran melalui empat perspektif, yaitu: pelanggan, proses bisnis internal, inovasi dan pembelajaran, dan perspektif keuangan.

Competitor Accounting sebagai Strategic Management Accounting Techniques Dengan Keunggulan Bersaing

Competitor accounting merupakan adalah strategi akuntansi manajemen dalam perusahaan yang dapat melihat pandangan yang terbaik dari aktivitas dan potensi pesaing yang ada dengan tujuan untuk menciptakan nilai tambah dan meningkatkan operasi perusahaan (Egbunike & Odum, 2014). Competitor focused accounting adalah fundamental untuk mengejar competitive advantage (Egbunike & Odum, 2014). Dengan demikian, ketika sebuah perusahaan menetapkan strategi bersaing menggunakan teknik competitor accounting diharapkan menghasilkan kesehatan keuangan dalam industrinya, dalam jangka panjang, perusahaan tersebut mengalami keunggulan bersaing atas para pesaingnya. Seperti pada penelitian Hartanto tandiharjo & Devie (2015) mengungkapkan competitor accounting memiliki pengaruh terhadap competitive advantage dan penelitian Alsoboa & Alalaya (2015) menunjukkan competitor accounting mempengaruhi keunggulan kompetitif dari kinerja umum perusahaan manufaktur Yordania. Dari literatur studi yang ada diatas, dapat rumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Competitor accounting sebagai strategic management accounting techniques berpengaruh terhadap keunggulan bersaing

Competitor Accounting sebagai Strategic Management Accounting Techniques Dengan Kinerja Organisasi

Pentingnya praktek competitor accounting dalam menjalankan usaha sebagai salah satu strategi perusahaan. Perusahaan dapat memanfaatkan teknik dalam mengenal pesaingnya lebih dalam lagi. Praktek competitor focused accounting pada organisasi sangatlah penting untuk menciptakan dasar informasi yang kuat dalam membuat keputusan strategis yang tepat dan dapat mencapai kinerja organisasi yang baik (Egbunike & Odum, 2014). Competitor focused accounting adalah fundamental untuk mengejar keunggulan bersaing dan keunggulan bersaing adalah jantung dari kinerja organisasi (Egbunike & Odum, 2014). Menurut Alan & Devie (2015) competitor accounting memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap organization performance dimana competitor performance appraisal merupakan outer loading terbesar dan penelitian ini mengkonfirmasi penemuan dari Heinen & Hoffjan (2005) bahwa competitor accounting memiliki pengaruh positif pada kinerja organisasi. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis kedua sebagai berikut:

H2 : Competitor Accounting sebagai Strategic Management Accounting Techniques Berpengaruh Terhadap Kinerja Organisasi.

Keunggulan Bersaing Dengan Kinerja Organisasi

Dengan adanya keunggulan bersaing membuat kinerja organisasi menjadi lebih baik dibandingkan dengan pesaing yang ada. Keunggulan bersaing memacu perusahaan untuk terus meningkatkan kinerjanya. Perusahaan yang ingin menjadi pemimpin di industrinya harus memiliki keunggulan bersaing. Vina (2016) menunjukkan bahwa biaya rendah dan diferensiasi yang merupakan dimensi pengukuran dari keunggulan bersaing secara simultan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Tingkat keberhasilan usaha merupakan pencapaian yang di hasilkan oleh kinerja perusahaan. Competitor focused accounting adalah fundamental untuk mengejar keunggulan bersaing dan keunggulan bersaing adalah jantung dari kinerja organisasi (Egbunike & Odum, 2014). Selain itu Anik (2015) juga menunjukkan keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Dari literatur studi yang telah dijelaskan di atas, maka dapat disusun hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3 : Keunggulan Bersaing Berpengaruh Terhadap Kinerja Organisasi

Competitor Accounting sebagai Strategic Management Accounting Techniques Terhadap Kinerja Organisasi melalui Keunggulan Bersaing

Menurut Alan & Devie (2015) tentang pengaruh competitor accounting sebagai strategic management accounting techniques terhadap competitive advantage dan organization performance didapatkan pengaruh positif dan signifikan dari competitor accounting sebagai strategic management accounting techniques terhadap competitive advantage, terdapat pengaruh positif dan signifikan juga dari competitor accounting sebagai strategic management accounting techniques terhadap organization performance, dan pengaruh positif dan signifikan pula dari competitive advantage terhadap organization performance pada perusahaan manufaktur di Surabaya dan Sidoarjo. Dalam penelitian ini juga membuktikan bahwa competitive advantage memediasi penuh (full mediation) pengaruh competitor accounting terhadap organization performance, Artinya pengaruh competitor accounting terhadap organization performance melalui competitive advantage lebih besar dari pengaruh competitor accounting secara langsung terhadap organization performance. Dengan demikian disusun hipotesis keempat sebagai berikut:

H4 : Competitor Accounting sebagai Strategic Management Accounting Techniques Berpengaruh Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini berdasarkan jenis dan analisisnya adalah penelitian kuantitatif. Jenis dan sumber data menurut cara memperolehnya adalah data primer yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner yang merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk di jawab. Dalam penyusunan Kuesioner ini peneliti menggunakan skala Likert. Dalam kuesioner yang digunakan peneliti, setiap pertanyaan terdiri dari 5 (Lima) Kategori Jawaban, yaitu :

- 1 : Sangat Tidak Setuju
- 2 : Tidak Setuju
- 3 : Cukup
- 4 : Setuju
- 5 : Sangat Setuju

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di teliti dan kemudian di tarik kesimpulannya (Sujarweni, 2015: 89). Populasi dalam penelitian ini adalah usaha yang bergerak pada bidang kuliner di Pekanbaru. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu pengambilan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu. Kriteria untuk pengambilan sampel ini adalah: (a). Usaha bisnis kuliner yang berbentuk restoran independen. (b). Usaha bisnis kuliner telah berdiri minimal selama 2 (dua) tahun. (c). Usaha bisnis kuliner memiliki tenaga kerja minimal 8 (delapan) orang. Pengisian kuesioner dilakukan oleh pemilik atau pimpinan yang memahami dengan baik strategi yang diterapkan oleh pemilik. Responden yang mengisi minimal telah bekerja selama 1 tahun.

Analisis data penelitian ini akan dimulai dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas pada kuesioner yang telah didapatkan dari responden yang telah menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terdapat di dalam kuesioner. Dari hasil kuesioner yang didapatkan akan dianalisis menggunakan SPSS.

4. HASIL DAN DISKUSI

Gambaran Umum Objek Penelitian

Pemilik usaha/pengusaha, manager atau pimpinan yang mempunyai posisi penting dalam pengambilan keputusan strategi usaha kuliner di Kota Pekanbaru yaitu sebanyak 103 usaha dimintakan untuk mengisi kuisisioner. Dari 103 kuesioner yang dibagikan, 32 kuesioner ditolak, 17 kuesioner tidak kembali, 54 kuesioner kembali, 16 responden tidak lengkap mengisi kuesioner sehingga kuesioner yang dapat diolah sebanyak 38 kuesioner. Adapun gambaran umum profil seluruh responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini yaitu lebih dominan laki-laki yaitu sebanyak 25 orang atau 65,8% sedangkan perempuan hanya 13 orang atau 34,2%. Adapun responden yang menjadi objek penelitian ini berdasarkan kelompok umur adalah rata-rata berumur <20 tahun yaitu sebanyak 1 orang atau 2,6%, 20-29 tahun yaitu sebanyak 22 orang atau 57,9%, umur 30-49 tahun yaitu sebanyak 13 orang atau 34,2% dan umur >49 tahun sebanyak 2 orang atau 5,3%. Responden yang menjadi objek penelitian ini berdasarkan tingkat pendidikan adalah tingkat pendidikan SMA/SMK lebih dominan di bandingkan dengan tingkat pendidikan lainnya yaitu sebanyak 22 orang atau 57,9% , sedangkan SD hanya sebanyak 1 orang atau 2,6%, Diploma sebanyak 4 orang atau 10,5%, Sarjana sebanyak 10 orang atau 26,4% dan Pascasarjana sebanyak 1 orang atau 2,6%.

Berikut hasil uji statistik deskriptif pada penelitian ini:

Tabel 2
Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Competitor_Accounting</i>	38	16	34	24.21	4.533
<i>Keunggulan_Bersaing</i>	38	10	35	27.63	4.868
<i>Kinerja_Organisasi</i>	38	15	37	30.76	4.377
<i>Valid N (listwise)</i>	38				

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2019

Dapat dilihat diatas bahwa variabel *competitor accounting* memperlihatkan bahwa nilai minimum dari total pertanyaan variabel adalah 16, untuk nilai maksimum sebesar 34, rata-rata dari total pertanyaan variabel adalah 24,21 dengan standar deviasi 4,533. Variabel keunggulan bersaing memperlihatkan bahwa nilai minimum dari total pertanyaan variabel adalah 10, untuk nilai maksimum sebesar 35, rata-rata dari total pertanyaan variabel adalah 27,63 dengan standar deviasi sebesar 4,868. Variabel kinerja organisasi memperlihatkan bahwa nilai minimum dari total pertanyaan variabel adalah 15, untuk nilai maksimum sebesar 37, rata-rata dari total pertanyaan variabel adalah 30,76 dengan standar deviasi sebesar 4,377.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur validnya suatu kuesioner. Berikut adalah tabel hasil pengujian validitas:

Tabel 3
Uji Validitas

Competitor Accounting (X)				
No	Item	Person Corelation (r hitung)	Koefisien Korelasi (r tabel)	Keterangan
1	X.1	0,545	0,3202	Valid
2	X.2	0,608	0,3202	Valid
3	X.3	0,794	0,3202	Valid
4	X.4	0,673	0,3202	Valid
5	X.5	0,794	0,3202	Valid
6	X.6	0,418	0,3202	Valid
7	X.7	0,566	0,3202	Valid
Keunggulan Bersaing (Z)				
No	Item	Person Corelation (r hitung)	Koefisien Korelasi (r tabel)	Ket.
1	Z.1	0,835	0,3202	Valid
2	Z.2	0,727	0,3202	Valid
3	Z.3	0,797	0,3202	Valid
4	Z.4	0,620	0,3202	Valid
5	Z.5	0,396	0,3202	Valid
6	Z.6	0,665	0,3202	Valid
7	Z.7	0,740	0,3202	Valid
Kinerja Organisasi (Y)				
No	Item	Person Corelation (r hitung)	Koefisien Korelasi (r tabel)	Ket.
1	Y.1	0,372	0,3202	Valid
2	Y.2	0,362	0,3202	Valid
3	Y.3	0,703	0,3202	Valid
4	Y.4	0,754	0,3202	Valid
5	Y.5	0,683	0,3202	Valid
6	Y.6	0,760	0,3202	Valid
7	Y.7	0,643	0,3202	Valid
8	Y.8	0,552	0,3202	Valid

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2019

Dari tabel 3 diatas bahwa dapat diketahui masing-masing item pertanyaan valid, hal ini dapat diidentifikasi apabila nilai korelasi lebih besar dari r tabel maka data tersebut valid. Data diatas menunjukkan nilai korelasi lebih besar dari r tabel, nilai r tabel yaitu *degree of freedom* (df) = N-2 = 38-2 = 36 dengan alpha 0,05 didapat r tabel 0,3202. Dengan demikian item pertanyaan yang digunakan dinyatakan valid dan bisa digunakan.

Uji Realibilitas

Uji Realibilitas digunakan untuk melihat apakah hasil yang diperoleh melalui instrumen tersebut konsisten dan dapat dipercaya. Adapun hasil uji reliabilitas yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4
Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
<i>Competitor Accounting</i>	0,743	0,60	Reliabel
Keunggulan Bersaing	0,807	0,60	Reliabel
Kinerja Organisasi	0,744	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2019

Dari tabel 4 diatas menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60. Reliabilitas kurang dari 0,60 adalah kurang baik, sedangkan 0,70 keatas dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa indikator setiap variabel dapat dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas dilaksanakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua nilai signifikansi uji normalitas dengan metode *Kolmogrov-Smirnov* diperoleh nilai 0,200 > 0,05 yang artinya bahwa data terdistribusi normal. Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. hasil uji multikolinieritas yang dilakukan menunjukkan nilai *tolerance* tidak ada yang lebih kecil dari 0,10. Sedangkan VIF yang tertera pada tabel menunjukkan nilai yang jauh lebih kecil dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel independen terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas, karena tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen. Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2011). Melalui uji glejser terlihat bahwa nilai signifikansi tidak ada yang lebih kecil dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas antara variabel independen dalam model regresi.

Analisis jalur digunakan untuk menguji pengaruh variabel *intervening* dan menganalisis pola hubungan antara variabel dengan tujuan mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda. Pada dasarnya koefisien jalur adalah koefisien yang di standarkan (*standardized regression weight*) atau membandingkan koefisien *indirect effect* (pengaruh tidak langsung) dengan koefisien *direct effect* (pengaruh langsung). adapun persamaan regresi dapat di rumuskan sebagai berikut:

$$\begin{array}{lcl} \text{KB} & = & \alpha + p_2 \text{CAC} + e_1 \dots \dots \dots (1) \\ \text{KO} & = & \alpha + p_1 \text{CAC} + p_3 \text{Kb} + e_2 \dots \dots \dots (2) \end{array}$$

Persamaan Regresi I

Tabel 8
Uji Analisis Jalur I

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.163	4.166		4.600	.000
Competitor Accounting	.350	.169	.326	2.067	.046

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2019

Tabel 8 menunjukkan hasil *unstandardized* beta *competitor accounting* pada persamaan I sebesar 0,350 dan signifikansi pada 0,046 yang berarti *competitor accounting* mempengaruhi keunggulan bersaing. Dengan rumus persamaan regresi sebagai berikut:

$$KB = 19,163 + 0,350 \text{ Cac}$$

Persamaan Regresi II

Tabel 9
Uji Analisis Jalur II

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.619	3.474		3.344	.002
Competitor Accounting	.073	.118	.076	.619	.540
Keunggulan Bersaing	.629	.110	.699	5.699	.000

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2019

Pada persamaan II nilai *unstandardized competitor accounting* sebesar 0,073 dengan nilai signifikansi 0,540 > 0,05 yang berarti *competitor accounting* tidak berpengaruh pada kinerja organisasi, sedangkan untuk keunggulan bersaing sebesar 0,629 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,005 yang berarti bahwa *competitor accounting* berpengaruh terhadap kinerja organisasi secara tidak langsung dengan mediasi keunggulan bersaing. Dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$KO = 11,619 + 0,073 \text{ Cac} + 0,629 \text{ KB}$$

Pengaruh mediasi keunggulan bersaing terhadap hubungan pengaruh *competitor accounting* terhadap kinerja organisasi signifikan atau tidak, dapat dibuktikan dengan cara sebagai berikut:

Menghitung *standard error* dari koefisien *indirect effect* (Sp_2p_3)

$$Sp_2p_3 = \sqrt{p_3^2 Sp_2^2 + p_2^2 Sp_3^2 + Sp_2^2 Sp_3^2} \dots \dots \dots (1)$$

$$Sp_2p_3 = \sqrt{(0,629^2)(0,169^2) + (0,350^2)(0,110^2) + (0,169^2)(0,110^2)}$$

$$Sp_2p_3 = \sqrt{0,0113 + 0,0015 + 0,0003}$$

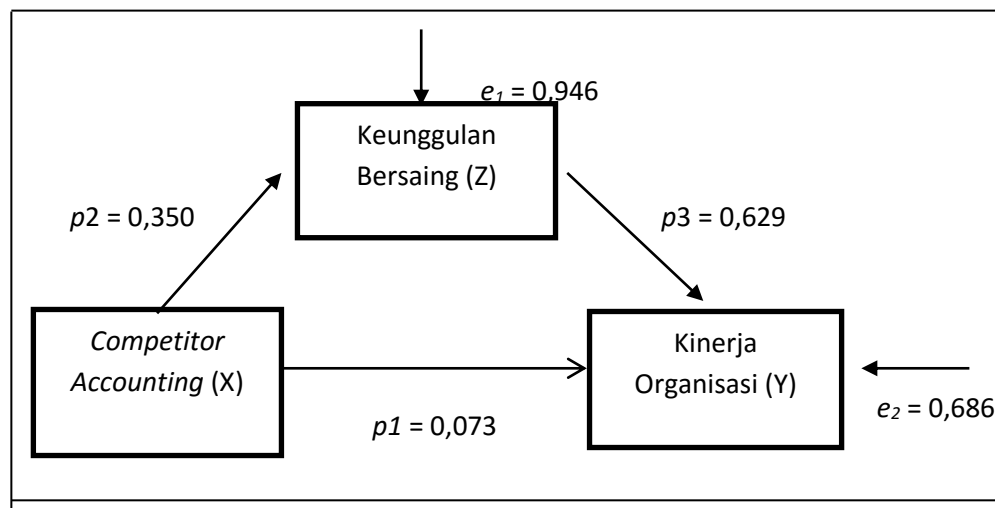
$$Sp_2p_3 = \sqrt{0,0131}$$

$$Sp_2p_3 = 0,1145$$

Nilai t statistic pengaruh mediasi (*intervening*)

$$t = \frac{p_2 p_3}{Sp_2 p_3} = \frac{0,350 \times 0,629}{0,1145} = \frac{0,22015}{0,1145} = 1,9227 \dots \dots \dots (2)$$

Besarnya nilai $e_1 = \sqrt{(1 - 0,106)} = 0,946$, hasil e_1 merupakan akar dari (1-(R-Square)) pada persamaan 1 dilihat pada table model *summary*. Dan untuk nilai $e_2 = \sqrt{(1 - 0,529)} = 0,686$, hasil tersebut diperoleh dari akar (1-(R-Square)) pada persamaan 2.



Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2019

Gambar 3
Hasil Analisis Jalur

Gambar 3 menunjukkan pengaruh *competitor accounting* pada keunggulan bersaing adalah 0,350. Besarnya pengaruh langsung *competitor accounting* pada kinerja organisasi adalah 0,073. Pengaruh keunggulan bersaing pada kinerja organisasi yaitu 0,629. Besarnya pengaruh *competitor accounting* pada kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing sebagai variabel *intervening* (pengaruh tidak langsung) harus di hitung dengan cara mengalikan koefisien tidak langsung yaitu $(0,350 \times 0,629) = 0,22015$ sehingga pengaruh totalnya adalah $(0,073 + (0,350 \times 0,629)) = 0,29315$. Tingkat pengaruh tidak langsung *competitor accounting* pada kinerja organisasi sebesar 0,22015 lebih besar dari koefisien hubungan langsung sebesar 0,073 berarti dapat disimpulkan hubungan yang sebenarnya adalah hubungan tidak langsung yaitu *competitor accounting* mempengaruhi kinerja organisasi secara tidak langsung melalui variabel mediasi (*intervening*) keunggulan bersaing.

Tabel 10
Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung

Variabel	Competitor Accounting			Keunggulan Bersaing		
	PL	PTL	PT	PL	PTL	PT
Keunggulan Bersaing	0,350	-	0,350	-	-	-
Kinerja Organisasi	0,073	0,22015	0,29315	0,629	-	0,629

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2019

Pada tabel 10 menjelaskan pengaruh langsung *competitor accounting* pada keunggulan bersaing sebesar 0,350. Nilai tersebut dari persamaan regresi pertama pada *Unstandardized Coefficients*. Besarnya pengaruh langsung *competitor accounting* pada kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing sebagai variabel *intervening* yaitu 0,22015 yang merupakan hasil perkalian 0,350 dengan 0,629 sehingga menghasilkan pengaruh totalnya 0,29315.

Uji Signifikansi Parsial (t)

Berdasarkan hasil pengujian tabel 7 diketahui nilai t_{tabel} pada taraf signifikan 5% dengan persamaan berikut:

$$\begin{aligned}
 t_{\text{tabel}} &= t(\alpha/2 ; n-k-1) \\
 &= t(0,05/2 ; 38-1-1) \\
 &= t(0,025 ; 36) \\
 &= 2,028094
 \end{aligned}$$

Maka pengujian parsial dari masing-masing variabel diuraikan sebagai berikut:

- Pengaruh *Competitor Accounting* sebagai *Strategic Management Accounting Techniques* Terhadap Keunggulan Bersaing

Tabel 11
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	t_{hitung}	t_{tabel}	Signifikan	Alpha (α)	Keterangan
H ₁	2,067	2,0280	0,046	0,05	Diterima

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2019

Berdasarkan data olahan diatas diketahui t_{hitung} sebesar 2,067 dan t_{tabel} sebesar 2,0280 dengan nilai signifikansi sebesar 0,046. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau $2,067 > 2,0280$ dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 atau $0,046 < 0,05$. Ini berarti variabel *competitor accounting* berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, kesimpulannya H₁ diterima.

- Pengaruh *Competitor Accounting* sebagai *Strategic Management Accounting Techniques* Terhadap Kinerja Organisasi.

Tabel 12
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	t_{hitung}	t_{tabel}	Signifikan	Alpha (α)	Keterangan
H ₂	0,619	2,0280	0,540	0,05	Ditolak

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2019

Berdasarkan data olahan diatas diketahui t_{hitung} sebesar 0,619 dan t_{tabel} sebesar 2,0280 dengan nilai signifikansi sebesar 0,540. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} atau $0,619 < 2,0280$ dan nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 atau $0,540 > 0,05$. Ini

berarti variabel *competitor accounting* berpengaruh terhadap kinerja organisasi, kesimpulannya H_2 ditolak.

c. Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Organisasi

Tabel 13
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	t_{hitung}	t_{tabel}	Signifikan	Alpha (α)	Keterangan
H_3	5,699	2,0280	0,000	0,05	Diterima

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2019

Berdasarkan data olahan diatas diketahui t_{hitung} sebesar 5,699 dan t_{tabel} sebesar 2,0280 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau $5,699 > 2,0280$ dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 atau $0,000 < 0,05$. Ini berarti variabel keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja organisasi, kesimpulannya H_3 diterima.

- a. Pengaruh *Competitor Accounting* sebagai *Strategic Management Accounting Techniques* Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel *Intervening*
Berdasarkan data olahan pada tabel 10 nilai pengaruh langsung lebih kecil dari pengaruh tidak langsung ($0,073 < 0,22015$). Nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang diharapkan ($0,000 < 0,05$) menunjukkan bahwa *competitor accounting* secara tidak langsung berpengaruh terhadap kinerja organisasi, kesimpulannya H_4 diterima.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Nilai R^2 mempunyai interval antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Tabel 16
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 ^a	.529	.502	3.088

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2019

Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R square) yang diperoleh sebesar 0,529. Hal ini berarti 52,9% kinerja organisasi dapat dijelaskan oleh variabel *competitor accounting* dan keunggulan bersaing sedangkan sisanya yaitu 47,1% kinerja organisasi dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Penutup

Berdasarkan penelitian maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut: pertama, *Competitor Accounting* berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Kedua, *Competitor accounting* tidak berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Ketiga, Keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Keempat, variabel keunggulan bersaing mampu memediasi hubungan pengaruh antara *competitor accounting* terhadap kinerja organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, I. P. P., & Mandala, K. (2017). Pengaruh Kompetensi dan Kapabilitas Terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Unud*, 6(11), 6090–6119.
- Al-mawali, H. (2018). Customer Accounting and Environmental Uncertainty : Sequential Explanatory Study. *International Review of Management and Marketing*, 6(3), 532–543.
- Alsoboa, S. S., & Alalaya, M. M. (2015). Practices of Competitor Accounting and its Influence on the Competitive Advantages : An Empirical Study in Jordanian Manufacturing Companies Practices of Competitor Accounting and its Influence on the Competitive Advantages An Empirical Study in Jordanian Manufacturing Co. *Global Journal of Management and Business Research: Accounting and Auditing*, 15(3).
- Anggraini, F., & Sukaatmadja, i putu gede. (2015). Implementasi Strategi Kemitraan, Diferensiasi, dan Layanan Untuk Meningkatkan Kinerja Industri Kuliner di Kota Denpasar. *Jurna Manajemen Unud*, 4(11), 3991–4018.
- Anik, M. (2015). Strategi Operasi dan Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Keunggulan Perusahaan. *Jurnal Bisnis Strategi*, 24(1), 11–25.
- Arbawa, delta lexi, & Wardoyo, P. (2018). Keunggulan Bersaing : Berpengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada UMKM Makanan dan Minuman di Kabupaten Kendal). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 56–75.
- Arifin, Z. (2010). Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing Terhadap Industri Kecil (Studi pada Industri Keramik Dinoyo). *Journal Small Business*.
- Aykan, E. (2013). Effects of Competitive Strategies and Strategic Management Accounting Techniques on Perceived Performance of Businesses. *Autralian Journal of Business and Management Research*, 3(07), 30–39.
- Azmi, Z. (2018). Time Driven Activity Based Costing dan implementasinya pada jasa perawatan kesehatan, *Jurnal akuntansi dan ekonomika*, 8(1): 75-84 .
- Cadez, S., & Guilding, C. (2008). An Exploratory Investigation Of An Integrated Contingency Model Of Strategic Management Accounting. *Accounting, Organizations and Society*, 33(7–8), 836–863. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2008.01.003>
- Danial, R. D. M. (2017). Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Kecil dan Menengah (Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat). *Jispo*, 7(1), 13–21.
- Egbunike, N. R., & Odum, P. A. (2014). Adoption Of Competitor Focused Accounting Methods In Selected Manufacturing Companies In Nigeria. *Asian Journal of Economic Modelling*, 2(3), 128–140.
- Ejere, E. I. (2013). Impact of Transactional and Transformational Leadership Styles on Organisational Performance : Empirical Evidence from Nigeria. *The Journal of Commerce*, 5(1), 30–41.
- Febry, I.H. (2018)."Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening".*Skripsi.Fekon,Studi Manajemen,Universitas Negri Yogyakarta*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Hartanto tandiharjo, A., & Devie. (2015). Pengaruh Competitor Accounting Sebagai Strategic Management Accounting Techniques Terhadap Competitive Advantage dan Organization Performance. *Business Accounting Review*, 3(1), 168–179.
- Jaya, i gede nyoman mindra, & Sumertajaya, i made. (2008). Pemodelan persamaan struktural dengan Partial Least Square. *Semnas Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 118–132.
- Kaplan, R.S & Norton, D.P. (1992). THE Balanced Scorecard. Harvard Business School.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2006). *Marketing Management*, Pearson Education Inc.
- Kusuma, F.S.D & Devie. (2013). Analisa Pengaruh Knowledge Management Terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Bussiness Accounting Review*, 1(2), 161-171.
- Leo, Susanto. (2013). *Kiat Jitu Menulis Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lestari, R., Nurcholisah, K., & Fitriah, E. (2015). Teknik Akuntansi Manajemen Strategik : Benchmarking. *Akuntansi*, 14, 1–12.
- Lukito, A.C & Devie. (2015). Pengaruh Budaya Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Kepuasan Kryawan Pada Perusahaan Kafe Restoran Di Surabaya. *Bussiness Accounting Review*, 3(1), 280-291.
- Merliana, V., & Kurniawan, A. (2016). Pengaruh Strategi Biaya Rendah dan Diferensiasi Terhadap Keberhasilan PT Tahu Tauhid. *Jurnal Manajemen*, 15(2), 217–242.
- Natasha, P., & Devie. (2013). Analisa Pengaruh Strategic Planning Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan. *Business Accounting Review*, 1(2), 185–196.
- Pasaribu, R. (2017). Analisis Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha Melalui Kemampuan Manajemen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Industri Ukm Sektor Kuliner Di Medan Perjuangan). *Jurna Ilmiah Kohesi*, Vol.1 No. 01 hal 314-326.
- Pratiwiningsih, F. (2017). “Pengaruh Kualitas Pelaporan Keuangan Terhadap Informasi Asimteri Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Di BEI Tahun 2010- 2015”. *Jurnal Akuntansi dan Pajak* Vol.18 No.01 hal 1-16.
- Priyatno, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom
- Purnomo, R. (2011). Resource-based View dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan: Sebuah Telaah Kritis Terhadap Pemikiran Jay Barney (1991). *Ekonomi*, 1–16.
- Roslender, R., & Hart, S. J. (2003). In Search Of Strategic Management Accounting : Theoretical and Field Study Perspectives. *Management Accounting Research*, 14, 255–279. [https://doi.org/10.1016/S1044-5005\(03\)00048-9](https://doi.org/10.1016/S1044-5005(03)00048-9)
- Supit, amelia adinda nancy, Tinangon, jantje j., & Sabijono, H. (2014). Analisis Kinerja Non Keuangan PT. Otsuka Indonesia Cabang Manado. *Jurnal Emba*, 2(2), 1607–1616.
- Simonds, K. (1981). Strategic Management Accounting, *Management Accounting*. 26-9.
- Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Annisa Bella (2018). Mencicipi Bisnis Restoran Indonesia di 2019. <http://marketeers.com/mencicip-bisnis-restoran-indonesia-di-2019/>. Diakses pada 13 Februari 2019.
- <https://pekanbaru-tribunnews-com.cdn.ampproject.org/v/pekanbaru.tribunnews.com>. Mengapa Banyak Bisnis Kuliner yang Gulung Tikar?. Diakses pada 27 Februari 2019.
- [http://www.kemenperin.go.id/download/20712/Laporan-Analisis-Perkembangan-Industri-Edisi-IV-\(Triwulan-III\)-2018](http://www.kemenperin.go.id/download/20712/Laporan-Analisis-Perkembangan-Industri-Edisi-IV-(Triwulan-III)-2018). analisis perkembangan industri edisi iv 2018. di akses pada 12 maret 2019.
- https://www.tripadvisor.co.id/Restaurantsg303957Pekanbaru_Riau_Province_Sumatra.html. restoran pekanbaru. Diakses pada 12 maret 2019.