

Pengaruh *Competitor Accounting* Terhadap Kinerja Organisasi Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening

Ummi Awalia Rosfyan¹, Siti Samsiah², Nur Fitriana³
Universitas Muhammadiyah Riau -¹Siti.samsiah@umri.ac.id

Abstrak— *Entrepreneurs can use competitor accounting as a strategy to achieve competitive advantage along with optimizing organizational performance in the fishing tackle business in Pekanbaru. The population in this study was 82 fishing businesses registered on kemenkopukm.com. The sampling technique in this research is a saturated sample. The number of samples is the same as the population because the number of samples is small. Data analysis used SEM PLS with software Warp PLS 7.0. It can be concluded that competitor accounting has a affects on competitive advantage and organizational performance, competitive advantage has a affects on organizational performance, while competitor accounting has no effect on organizational performance through competitive advantage as an intervening variable.*

Keywords : *Competitor Accounting, Competitive Advantage and Organizational Performance*

1. PENDAHULUAN

Kinerja menjadi hal utama yang perlu dipahami dalam suatu organisasi. Kinerja merupakan gambaran dari pencapaian kemajuan individu maupun kelompok di suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya dalam upaya menuju pencapaian tujuan organisasi yang dilaksanakan sesuai dengan etika dan moral secara legal tanpa melanggar hukum (Wibowo, 2021). Penilaian kinerja sangat diperlukan bagi para manajemer untuk melakukan pertimbangan berdasarkan kinerja organisasi dan merencanakan tujuan dimasa depan. Oleh karena itu, evaluasi kinerja organisasi wajib diterapkan oleh sebuah organisasi, termasuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan landasan penting dalam mewujudkan kemandirian ekonomi rakyat dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Menurut informasi dari Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkopukm) ditahun 2022 banyak Usaha sektor di Indonesia sebesar 65,47 juta, dengan jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yaitu sebesar 65,46 juta, jadi jumlah UMKM di Indonesia meraup 99% dari total sektor usaha di Indonesia. UMKM berkontribusi terhadap perekonomian nasional (PDB) meraih 61% senilai Rp 9.580 Triliun dan menyerap sebesar 97% tenaga kerja, serta dapat mengumpulkan 60,03% yang dihasilkan oleh investasi di Indonesia. Diketahui terjadi peningkatan UMKM di kota Pekanbaru terlihat dari tabel berikut:

Tabel 1 Pertumbuhan UMKM di Kota Pekanbaru

Tahun	Jumlah UMKM
2019	8.250
2020	8.500
2021	11.810
2022	15.951

(Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Pekanbaru, 2023)

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan secara umum terjadi peningkatan UMKM di Pekanbaru selama periode tahun 2019 sampai 2022. Salah satu UMKM di Pekanbaru adalah usaha alat pancing. Kegiatan memancing memiliki daya tarik tersendiri dengan teknik memancing sehingga dapat dijadikan hobi, olahraga, acara event dan lomba dan mengisi waktu luang. Tingginya kebutuhan dan Permintaan alat pancing seperti joran, reel, benang, mata kail dan alat alat lainnya di pekanbaru mendorong munculnya pelaku bisnis baru dengan memanfaatkan peluang tersebut dengan membuka usaha alat pancing. Munculnya pelaku bisnis baru menjadi bukti bahwa usaha alat pancing saat ini sedang berkembang pesat. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha

Kecil <https://umkm.depkop.go.id/> bahwa terdaftar 82 pelaku usaha alat pancing skala kecil dan menengah di Kota Pekanbaru. Tabel 2 menggambarkan pelaku usaha alat pancing di Kota Pekanbaru tahun 2023 sebagai berikut:

Tabel 2 Jumlah Usaha Alat Pancing di Kota Pekanbaru

NO	Nama Kecamatan	Jumlah Usaha alat pancing
1.	Bina Widya	3
2.	Bukit Raya	6
3.	Lima Puluh	2
4.	Marpoyan Damai	20
5.	Payung Sekaki	11
6.	Rumbai	13
7.	Senapelan	4
8.	Sukajadi	1
9.	Tampan	11
10.	Tenayan Raya	11
Total		82

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil

Berdasarkan Tabel 2 diatas, terdapat 82 pelaku usaha alat pancing yang tersebar di 10 kecamatan kota Pekanbaru. Pencapaian kinerja organisasi menurun atau meningkat pada usaha alat pancing di Pekanbaru dampak dari sebagian faktor misalnya intensitas persaingan yang semakin pesat, yang mengakibatkan kecilnya pangsa pasar yang ingin ditaklukan, transaksi penjualan menurun, serta volume penjualan semakin menurun (Yasa et al., 2023). Dari hasil wawancara diidentifikasi bahwa 19 dari 30 usaha alat pancing di Pekanbaru mengalami penurunan kinerja organisasi yang dapat dilihat dari sisi finansial dan non finansial yaitu penurunan penjualan (perspektif keuangan), penurunan jumlah pelanggan (perspektif pelanggan), kurangnya kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan (perspektif pembelajaran dan pertumbuhan), kurangnya kelengkapan produk yang dicari (perspektif proses bisnis internal) pada periode tahun 2019 sampai 2022.

Hasil wawancara dengan Bapak Novrizal mengatakan bahwa dengan bertambahnya jumlah pesaing dalam bidang gerai pancing, baik pesaing sesama pelaku usaha kecil maupun berskala besar sangat berpengaruh pada penurunan kinerja usahanya karena tidak bisa mengimbangi pesaingnya, usahanya mengalami penurunan pelanggan sehingga berdampak pada pendapatan. Selain itu persaingan menyebabkan beberapa Toko alat pancing di Pekanbaru mengalami kebangkrutan salah satunya adalah Toko Afrizal pada tahun 2022. Pemilik toko mengatakan pesaingnya menetapkan harga jual dibawah harga pasar untuk mendapatkan pelanggan sehingga Toko Afrizal kalah saing dan mengalami penurunan omset penjualan hingga 65% sejak tahun 2020 yang menyebabkan kerugian sehingga tidak mampu menutupi biaya operasional lalu terpaksa menutup usahanya dan beralih usaha ke bidang lain.

Permasalahan pelaku usaha alat pancing di Pekanbaru adalah kurangnya memperhatikan aktivitas pesaing seperti penetapan harga yang kurang kompetitif, kurang mengikuti trend produk, dan teknik pemasaran yang kurang kreatif sehingga terjadi penurunan pendapatan yang berdampak pada penurunan kinerja. Pelaku usaha harus memiliki nilai pembeda dari keunikan pada produk, harga pasar yang bersaing, persaingan produk yang sejenis dan memiliki produk yang tidak mudah ditiru oleh pesaingnya agar dapat mencapai keunggulan bersaing dan mengoptimalkan kinerja organisasi (Puyo, 2023).

Dalam tujuan memperoleh keunggulan bersaing maka pelaku usaha dapat memanfaatkan *Strategic Management Accounting Techniques* untuk menyediakan dan menganalisis data akuntansi manajemen yang relevan dengan bisnis dan pesaingnya. Data yang diperoleh diimplementasi untuk mengembangkan serta mengamati strategi bisnis (Tiara et al., 2023). Maka akan digunakan adalah salah satu teknik dari SMAT yaitu *Competitor Accounting*. Menurut Wilson (1994) akuntansi pesaing (*Competitor Accounting*) merupakan analisis informasi akuntansi yang berhubungan dengan pesaing. Teknik *Competitor Accounting* dimanfaatkan oleh pengusaha untuk menganalisis kelemahan dan kekuatan pesaingnya agar terhindar kejadian yang tidak terduga guna mengidentifikasinya untuk memperoleh keunggulan bersaing (Astuti et al., 2020).

Ketika peran *Competitor accounting* sebagai *Strategic Management Accounting Techniques* meningkat, maka akan menciptakan kinerja organisasi yang optimal (Marpaung et al., 2022).

Didukung oleh penelitian Tandiharjo & Devie (2015) dan Valdiansyah & Augustine (2021) mengatakan competitor accounting memiliki pengaruh positif terhadap kinerja organisasi. Pelaku usaha dapat menerapkan *Competitor Accounting* sebagai strategi untuk lebih unggul dari pesaingnya seiring dengan mengoptimalkan kinerja organisasi secara keseluruhan (Thapayom, 2019).

Terdapat perbedaan pada beberapa hasil penelitian terdahulu sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mencari hasil yang baru dengan kondisi dan waktu yang berbeda. Dengan adanya permasalahan diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Competitor Accounting* terhadap Kinerja Organisasi melalui keunggulan bersaing sebagai variabel intervening”**.

Teori kontijensi merupakan teori yang umum digunakan untuk menjelaskan perilaku organisasional. Teori Kontijensi berasumsi bahwa tidak ada strategi yang efektif yang dapat diterapkan pada setiap perusahaan dalam semua kondisi. Prinsip teori kontijensi mengemukakan bahwa kinerja organisasi didasari pada kesesuaian struktur dan konteks (Cadez & Guilding, 2008).

Resource Based View mengemukakan bahwa Suatu usaha akan unggul dari pesaingnya jika dapat memahami dan mengandalkan aset-aset strategis yang penting seperti aset berwujud dan aset tidak berwujud misalnya pelanggan (Ardiansyah et al., 2021). Keputusan mengenai strategi persaingan penting untuk memperoleh keunggulan bersaing seiring meningkatkan kinerja perusahaan.

Strategic management accounting techniques merupakan teknik untuk mengumpulkan, mengidentifikasi dan menganalisis informasi akuntansi untuk membantu pengusaha mengambil rencana strategis dan mengevaluasi kinerja usaha (Suriyanti et al., 2021). *Strategic Management Accounting Techniques* terbagi menjadi 5 berdasarkan fungsinya yaitu: penetapan biasa, perencanaan, pengendalian dan pengukuran kinerja, pengambilan keputusan strategis, analisis pesaing, dan analisis pelanggan (Valdiansyah & Augustine, 2021). Dan diuraikan lagi menjadi 16 teknik oleh Cadez dan Guilding (2008) antara lain:

Tabel 3 *Strategic Management Accounting Techniques Categories*

<i>Strategic Management Accounting Techniques Categories</i>	<i>Strategic Management Accounting Techniques</i>
<i>Strategic Costing</i>	1. <i>Activity Based Costing</i>
	2. <i>Quality Costing</i>
	3. <i>Lifecycle Costing</i>
	4. <i>Target Costing</i>
	5. <i>Value Chain Costing</i>
<i>Strategic Planning, Control and Performance Management</i>	1. <i>Benchmarking</i>
	2. <i>Integrated Performance Measurement</i>
<i>Strategic Decision Making</i>	1. <i>Strategic Cost Management</i>
	2. <i>Strategic Pricing</i>
	3. <i>Brand Valuation</i>
<i>Competitor Accounting</i>	1. <i>Competitor Cost Assessment</i>
	2. <i>Competitor Position Monitoring</i>
	3. <i>Competitor Performance Appraisal</i>
<i>Customer Accounting</i>	1. <i>Customer Profitability Analysis</i>
	2. <i>Lifetime Customer Profitability Analysis</i>
	3. <i>Valuation of Customer as Assets</i>

Sumber: Aksoylu dan Aykan (2013).

Pelaku bisnis harus mengimplementasikan strategi akuntansi pesaing untuk menyikapi persaingan saat ini. Menurut Wilson (1994) *Competitor Accounting* (akuntansi pesaing) adalah analisis informasi akuntansi yang berhubungan dengan pesaing. Teknik ini diimplementasikan oleh pengusaha untuk menjabarkan kelebihan dan kekurangan pesaingnya agar terhindar kejadian yang tidak menentu agar dapat unggul dari pesaingnya. *Competitor Accounting* memiliki istilah lain yang

digunakan dalam penelitian yaitu: *Competitor Focused Accounting*, *Competitive Analysis* dan *Accounting Information in Competitive Intelligence* mengindikasikan data akuntansi yang berkaitan dengan pesaing. Menurut Cadez & Guilding (2008) terdapat 3 indikator competitor accounting dalam mengamati perilaku pesaing antara lain: *Competitor Cost Assessment* (penilaian biaya pesaing), *Competitor Position Monitoring* (Pemantauan Posisi Kompetitif), *Competitor Performance Appraisal* (Penilaian Kinerja Pesaing).

Keunggulan Bersaing atau *Competitive Advantage* diidentifikasi sebagai keahlian perusahaan untuk melihat posisinya agar dapat mengungguli pesaingnya (Astuti et al., 2020). Pelaku usaha harus memiliki nilai pembeda dari keunikan pada produk, harga pasar yang bersaing, persaingan produk yang sejenis dan memiliki produk yang tidak mudah ditiru oleh (Puyo, 2023). Indikator keunggulan bersaing menurut Pratiwi (2020) antara lain:

1. Harga (Price) selain harga jual menjadi penentu dalam penjualan dan keuntungan, tetapi juga berperan penting dalam membangun daya saing dengan pesaing, harga begitu penting karena memberikan penilaian yang dapat mempengaruhi perilaku pelanggan. Oleh karena itu pelaku usaha dituntut untuk memerhatikan persaingan harga pasar.
2. Kualitas (Quality) adalah nilai yang dihasilkan dari suatu produk. Kualitas diartikan sebagai konsistensi perluasan dan pengurangan ragam ciri khas barang atau jasa yang diciptakan untuk memberikan kebutuhan pelanggan.
3. Keandalan (Delivery Dependability) Memantau kinerja pemasok dalam mengirimkan produk dengan tepat waktu berdasarkan kuantitas serta pesanan pelanggan dengan kualitas sebaik mungkin
4. Inovasi Produk (Product Innovation) Produk yang ditawarkan harus inovatif agar dapat tetap bertahan di persaingan pasar. Produk inovatif mampu bersaing di era global dan produk dapat bertahan lama, tidak hanya musiman
5. Pengenalan Produk Baru (Time to market) Pelaku usaha yang dapat memperkenalkan produk lebih dahulu dapat menarik perhatian dan terus bergerak lebih cepat untuk menciptakan keunggulan bersaing.

Kinerja Organisasi merupakan hasil akhir dari suatu organisasi dalam jangka waktu tertentu dan merujuk pada norma norma yang telah ditetapkan (Harti & Azmi, 2021). Kinerja organisasi menggambarkan bukti hasil suatu usaha diukur dalam pendapatan, keuntungan, pertumbuhan, perkembangan dan perluasan organisasi (Harti & Azmi, 2021). Kinerja organisasi digunakan untuk mengevaluasi usaha dari waktu ke waktu untuk membandingkannya dengan pesaingnya (Lubis et al., 2019).

Kaplan & Norton (1992) menggunakan Balance Scorecard dalam mengimplementasikan kinerja organisasi untuk menguraikan strategi perusahaan melalui 4 perspektif, antara lain :

1. Financial Perspective (Perspektif Keuangan)
Ukuran kinerja menggambarkan bagaimana strategi dalam suatu usaha yang dijalankan dapat berkontribusi terhadap peningkatan penjualan.
2. Customer Perspective (Perspektif Pelanggan)
Kinerja organisasi dapat mencakup pelayanan dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan yang meliputi : Waktu, biaya, loyalitas, Kualitas Pelayanan dan kinerja.
3. Internal Business Process Perspective (perspektif Proses Bisnis Internal)
Organisasi mengidentifikasi langkah langkah dalam memberikan value menarik dalam proses bisnis yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam mencapai tujuan keuangan organisasi.
4. Learning and Growth Perspective (Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan) Para manajer berfokus kepada kemampuan dan pengembangan diri dan kepuasan karyawan serta pengembangan intelektual karyawan dalam tujuan karena merupakan asset utama organisasi untuk mewujudkan perkembangan dan mengevaluasi kinerja secara berskala.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Competitor Accounting* terhadap Keunggulan Bersaing

Dalam teori RBV memfokuskan meningkatkan keunggulan bersaing melalui strategi yang handal dari segi sumber daya dan kapabilitas perusahaan, dengan adanya competitor accounting sebagai strategi akuntansi manajemen di perusahaan bisa mendapat gambaran terbaik tentang aktivitas pesaing dan potensi memaksimalkan pesaing dalam menghasilkan produk atau kualitas pelayanan

agar dapat memenuhi kebutuhan dan mempertahankan pelanggan sehingga dapat mencapai keunggulan bersaing. Mendukung penelitian Tandiharjo & Devie (2015), Astuti et al. (2020) dan Thapayom (2019) yaitu *competitor accounting* mempengaruhi keunggulan bersaing. Dengan adanya fenomena diatas maka hipotesis pertama dirumuskan: **H1** : *Competitor Accounting* berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing

Pengaruh *Competitor Accounting* terhadap Kinerja Organisasi

Dalam teori kontijensi, strategi organisasi yang tepat akan meningkatkan efektivitas dan kinerja organisasi (Alamri, 2018). Penggunaan praktik *Competitor accounting* berperan bagi manajemen perusahaan sebagai kemampuan dalam memberikan relevansi informasi mengenai pesaing yang bermanfaat dalam memberikan keputusan strategis untuk meningkatkan kinerja organisasi. Berdasarkan studi literatur diatas sejalan dengan penelitian Tandiharjo & Devie (2015), (Thapayom, 2019) dan Valdiansyah & Augustine (2021) bahwa *competitor accounting* berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Berdasarkan hal tersebut hipotesis kedua adalah:

H2 : *Competitor Accounting* berpengaruh terhadap Kinerja Organisasi

Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Organisasi

Berdasarkan teori RBV Resource Based View Theory diidentifikasi tentang kinerja organisasi akan maksimal jika usaha memiliki keunggulan bersaing sehingga dapat memberikan value bagi usahanya (Harti & Azmi, 2021). Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian Aksoylu & Aykan (2013), Tandiharjo & Devie (2015), Astuti et al. (2020), Ramadhan (2022) serta Wibowo (2021) mendukung adanya pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja organisasi secara spesifik keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Yang artinya Dari literatur studi diatas dapat dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3 : Keunggulan Bersaing berpengaruh terhadap Kinerja Organisasi

Pengaruh *Competitor Accounting* dengan Kinerja Organisasi melalui Keunggulan Bersaing

Pelaku usaha dapat menerapkan *competitor accounting* untuk strategi agar lebih unggul dari pesaingnya seiring dengan mengoptimalkan kinerja organisasi secara keseluruhan. Karena beberapa peneliti di bidang akuntansi dan manajemen telah menyimpulkan bahwa untuk meningkatkan keunggulan bersaing beserta kinerja organisasi usahanya, pelaku usaha perlu mengembangkan dan mengimplementasikan kebijakan dan prosedur menggunakan strategi bisnis dengan kebutuhan kompetitif (Rusli, 2021). Pernyataan ini selaras dengan hasil penelitian Tandiharjo & Devie (2015) dan (Astuti et al., 2020) pengaruh akuntansi pesaing (*competitor accounting*) terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing yang lebih tinggi dibandingkan pengaruh langsungnya. Dalam hal ini maka hipotesis keempat dirumuskan: **H4** : *Competitor Accounting* berpengaruh terhadap Kinerja Organisasi melalui Keunggulan bersaing

2. METODE PENELITIAN

Jenis data penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang akan dilakukan pada usaha alat pancing di kota Pekanbaru dan waktu penelitian akan dilakukan pada tahun 2023 sampai selesai. Populasi dalam penelitian ini meliputi usaha alat pancing di Pekanbaru yang terdaftar pada Kemenkopukm <https://umkm.depkop.go.id/> yang berjumlah 82 usaha alat pancing di Pekanbaru. Teknik pengambilan sampel yaitu Sampel Jenuh. Sampel Jenuh yaitu sampel sama dengan jumlah populasi karena populasinya sedikit (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Data primer ialah data yang diambil langsung dari narasumber yaitu pemilik usaha alat pancing di Pekanbaru. Sedangkan data sekunder nya diperoleh tidak langsung dari Jurnal penelitian terdahulu, Buku, Skripsi dan Website. Penelitian ini melakukan penyebaran kuesioner kepada pemilik usaha alat pancing di Pekanbaru untuk teknik pengumpulan data.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif yaitu data diperoleh dari kuesioner dan bertujuan melihat hubungan *Competitor Accounting* terhadap Kinerja Organisasi melalui Keunggulan Bersaing yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner langsung yang ditujukan kepada pemilik usaha alat pancing yang berada di kota Pekanbaru antara lain:

Tabel 4 Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang disebar	82	100%

Kuesioner yang kembali	64	78%
Kuesioner yang tidak kembali	18	22%
Kuesioner yang dapat diolah	64	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Karakteristik Responden

Berdasarkan kuesioner disebar, dapat diidentifikasi identitas responden. Adapun karakteristik responden yang mengisi kuesioner antara lain:

Tabel 5 Karakteristik responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	52	81%
	Perempuan	12	19%
Usia	20 - 30 Tahun	7	11%
	31 - 40 Tahun	13	20%
	41 - 50 Tahun	30	47%
	> 50 Tahun	14	22%
Pendidikan Terakhir	SD/Sederajat	2	3%
	SMP/Sederajat	6	10%
	SMK/Sederajat	39	61%
	D3	4	6%
	S1	11	17%
Lama Usaha Berdiri	1 - 5 Tahun	14	22%
	6 - 10 Tahun	21	33%
	11 - 20 Tahun	20	31%
	>20 Tahun	9	14%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Hasil Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif dalam penelitian ini dapat diuraikan dari tabel 6 : **Tabel**

6 Analisis Data Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Competitor Accounting (X)</i>	64	20	46	35,75	5,790
Keunggulan Bersaing (Z).	64	32	50	43,75	5,219
Kinerja Organisasi (Y)	64	44	60	55,23	4,432
Valid N (listwise)	64				

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui variabel *Competitor Accounting (X)*, Keunggulan Bersaing (Z) dan Kinerja Organisasi (Y). disimpulkan dengan mean setiap variabel lebih tinggi dibanding nilai standar deviasinya yang berarti terdapat penyebaran yang baik.

Model Pengukuran (*Outer Model*)

Convergent Validity

Pada SEM-PLS indikator dinyatakan valid jika nilai *outer loading* > 0,7. namun jika nilai *Outer Loading* antara 0,5 dan 0,6 maka dapat dipertimbangkan, namun harus dikeluarkan dari model jika nilai kurang dari 0,5. Adapun hasil *convergent validity* dalam penelitian ini dijabarkan tabel 7: **Tabel 7 Hasil *Outer Loading* - *Convergent Validity***

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	<i>P-Value</i>	Keterangan
----------	-----------	----------------------	----------------	------------

Competitor Accounting (X)	X1	0.859	<0.001	Valid
	X2	0.849	<0.001	Valid
	X3	0.584	<0.001	Valid
	X4	0.729	<0.001	Valid
	X5	0.248	0.020	Tidak Valid
	X6	0.308	0.005	Tidak Valid
	X7	0.554	<0.001	Valid
	X8	0.726	<0.001	Valid
	X9	0.768	<0.001	Valid
	X10	0.710	<0.001	Valid
Keunggulan Bersaing (Z)	Z1	0.416	<0.001	Tidak Valid
	Z2	0.612	<0.001	Valid
	Z3	0.805	<0.001	Valid
	Z4	0.865	<0.001	Valid
	Z5	0.814	<0.001	Valid
	Z6	0.847	<0.001	Valid
	Z7	0.817	<0.001	Valid
	Z8	0.760	<0.001	Valid
	Z9	0.734	<0.001	Valid
	Z10	0.769	<0.001	Valid
Kinerja Organisasi (Y)	Y1	0.640	<0.001	Valid
	Y2	0.591	<0.001	Valid
	Y3	0.470	<0.001	Tidak Valid
	Y4	0.685	<0.001	Valid
	Y5	0.644	<0.001	Valid
	Y6	0.837	<0.001	Valid
	Y7	0.719	<0.001	Valid
	Y8	0.755	<0.001	Valid
	Y9	0.776	<0.001	Valid
	Y10	0.839	<0.001	Valid
	Y11	0.651	<0.001	Tidak Valid
	Y12	0.776	<0.001	Valid

Sumber: Output Warp-PLS 7.0, 2024

Berdasarkan hasil output Warp-PLS 7.0 tabel 7 diidentifikasi bahwa 4 indikator dari variabel *competitor accounting*, keunggulan bersaing dan kinerja organisasi yang tidak valid karena tidak memenuhi syarat validitas konvergen yaitu nilai *outer loading* dibawah 0,5 dan menurut ketentuannya indikator harus dikeluarkan dari model. Adapun hasil output uji validitas konvergen setelah penghapusan indikator yaitu:

Tabel 8 Hasil Outer Loading - Convergent Validity setelah penghapusan indikator

Variabel	Indikator	Outer Loading	P-Value	Keterangan
Competitor Accounting (X)	X1	0.869	<0.001	Valid
	X2	0.847	<0.001	Valid
	X3	0.563	<0.001	Valid
	X4	0.701	<0.001	Valid
	X7	0.513	<0.001	Valid

	X8		0.773	<0.001	Valid	
	X9		0.800	<0.001	Valid	
	X10		0.729	<0.001	Valid	
Keunggulan Bersaing (Z)	Z2	0.572	<0.001	Valid	Z3 0.805 <0.001 Valid	
	Z4	0.870	<0.001		Valid	
	Z5	0.818	<0.001		Valid	
	Z6	0.854	<0.001		Valid	
	Z7	0.830	<0.001		Valid	
	Z8	0.771	<0.001		Valid	
	Z9	0.740	<0.001		Valid	
	Z10	0.768	<0.001		Valid	
	Kinerja Organisasi (Y)	Y1	0.626	<0.001		Valid
		Y2	0.561	<0.001		Valid
Y4		0.666	<0.001		Valid	
Y6		0.650	<0.001		Valid	
Y7		0.850	<0.001		Valid	
Y8		0.735	<0.001		Valid	
Y9		0.750	<0.001		Valid	
Y10		0.791	<0.001		Valid	
Y11		0.858	<0.001		Valid	
Y12		0.790	<0.001		Valid	

Sumber: Output Warp-PLS 7.0, 2024

Dari tabel 8 diuraikan diatas bahwa nilai *outer loading* semua indikator setiap variabel laten >0,5 dengan *P-value* <0.001. Maka menyimpulkan bahwa indikator untuk semua variabel laten telah valid dan memenuhi syarat jadi bisa digunakan untuk di uji analisis lebih lanjut.

Sedangkan pendekatan lain untuk menganalisis validitas konvergen adalah berdasarkan nilai AVE adalah jumlah dari *loading* yang dikuadratkan dibagi dengan jumlah indikator. Adapun hasil *convergent validity* berdasarkan nilai AVE pada tabel 9 yaitu:

Tabel 9 Convergent Validity berdasarkan nilai AVE

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Competitor Accounting (X)	X	0.539	Valid
Keunggulan Bersaing (Z)	Z	0.617	Valid
Kinerja Organisasi (Y)	Y	0.527	Valid

Sumber: Output Warp-PLS 7.0, 2024

Berdasarkan tabel 9 diatas diidentifikasi nilai AVE semua variabel >0,5 yang artinya indikator sudah valid..

Discriminant Validity

Pengujian Discriminant Validity mengukur seberapa baik variabel laten melalui nilai output *cross-loading* dengan pendekatan *Fornell-Larcker*. Secara spesifik untuk menganalisa *Discriminant Validity* dengan menilai akar kuadrat (Square Root) dan AVE pada semua kontruk bahwa antara nilai korelasi antar kontruk dengan kontruk lainnya dalam model. Adapun hasil *discriminant validity* dalam penelitian ini dijabarkan pada tabel 10 berikut:

Tabel 10 Hasil discriminant validity dengan pendekatan Fornell-Larcker

	X	Z	Y
X	(0.734)	0.098	0.120
Z	0.098	(0.785)	0.389
Y	0.120	0.389	(0.726)

Sumber: Output Warp-PLS 7.0, 2024

Berdasarkan tabel 10 dijelaskan bahwa nilai akar kuadrat AVE untuk setiap variabel laten lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi antar variabel laten dengan variabel laten lainnya. Hal ini dapat disimpulkan bahwa setiap variabel didalam penelitian ini telah memiliki *Discriminant Validity* yang baik.

Composite Reliability

Pengujian *reliability* ialah uji hasil pengukuran indikator terhadap kontruk menggunakan alat tertentu dapat stabil dan konsisten. Untuk menguji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *composite reliability* bernilai > 0,7 dan *Cronbach’s Alpha* bernilai > 0,6 (Sholihin & Ratmono, 2021). Berikut hasil *composite reliability* dan *Cronbach’s Alpha* dalam penelitian dijabarkan dari tabel 11 berikut:

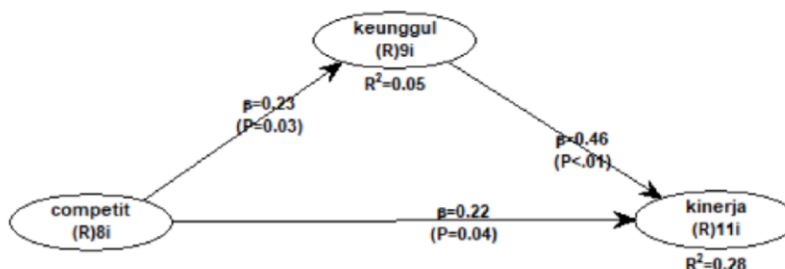
Tabel 11 Composite Reliability dan Cronbach’s Alpha

Variabel	Nilai <i>composite reliability</i>	nilai <i>Cronbach’s Alpha</i>	Keterangan
Competitor Accounting (X)	0.901	0.872	Reliabel
Keunggulan Bersaing (Z)	0.935	0.920	Reliabel
Kinerja Organisasi (Y)	0.923	0.908	Reliabel

Sumber: Output Warp-PLS 7.0, 2024

Dari tabel 11 diidentifikasi nilai *composite reliability* setiap variabel diatas 0,7 sehingga dapat disimpulkan variabel penelitian ini reliabel. Dab nilai *Cronbach’s Alpha* setiap variabel diatas 0,6 berarti instrumen dalam penelitian ini menghasilkan hasil ukur yang stabil atau konstan.

Model Struktural (Inner Model)



Gambar 4. 1 Model Struktural

Sumber: Output Warp-PLS 7.0, 2024

Koefisien Determinasi (R-Square)

R-Square memberikan value seberapa kuat variabel independent mempengaruhi variabel dependent. Nilai *R-Square* dapat dikelompok dalam 3 kategori yaitu kuat jika 0,75 , moderet jika 0,50 moderet dan lemah jika nilai 0,25 Semakin tinggi nilai *R-Square* maka semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan *variance*. Adapun hasil perkiraan *R-Square* penelitian ini pada tabel 12 :

Tabel 12 Koefisien Determinasi (R-Square)

	Nilai <i>R-Square</i>
Keunggulan Bersaing (Z)	0.055
Kinerja Organisasi (Y)	0.283

Sumber: Output Warp-PLS 7.0, 2024

Dari tabel 12 nilai *R-Square* keunggulan bersaing bernilai 0,055 (5%) artinya variabel *competitor accounting* dan kinerja organisasi mempunyai pengaruh variabel keunggulan bersaing sebesar 5% dan 95% dipengaruhi oleh variabel lain. Nilai *R-Square* kinerja organisasi bernilai 0,283 (28%), artinya 28% variabel kinerja organisasi dipengaruhi oleh variabel *competitor accounting* dan keunggulan bersaing sedangkan sisanya sebesar 72% dipengaruhi oleh variabel lain.

Relevansi Prediktif (Q-Square)

Q-Square sebagai alat mengukur baik atau tidak nilai observasi yang dihasilkan model lain serta estimasi parameternya dalam sebuah model struktural. Jika nilai *Q-Square* <0 diindikasikan variabel independen sudah prediktif relevansi (*Predictive Relavance*) yang baik pada variabel dependen yang dipengaruhi. Adapun hasil perkiraan *Q-Square* dapat dilihat pada tabel 13 berikut:

Tabel 13 Relevansi Prediktif (Q-Square)

	Nilai <i>Q-Square</i>
Keunggulan Bersaing (Z)	0.054
Kinerja Organisasi (Y)	0.267

Sumber: Output Warp-PLS 7.0, 2024

Dari tabel 13 nilai *Q-Square* pada keunggulan bersaing bernilai 0,054 kemudian kinerja organisasi bernilai 0,267 berarti nilai *Q-Square* >0 maka variabel mempunyai nilai prediktif relevansi (*Predictive Relavance*) yang baik.

Pengujian Hipotesis

Pengujian selanjutnya adalah melihat tingkat signifikannya dapat diamati dari hasil korelasi antar konstruk diukur dengan mengamati nilai *path coefficient*. Sedangkan untuk pengujian hipotesis untuk dasar pengambilan keputusan penelitian ini dengan menilai nilai P-value dengan alpha sebesar 5% (≤ 0.05). Jika nilai P-Value <0,05 maka hipotesis berpengaruh (diterima), sedangkan jika nilai P-Value >0,05 maka hipotesis tidak berpengaruh.

Pengujian hipotesis secara langsung (*Direct Effect*) untuk mengetahui hubungan antara 2 konstruk dengan sebuah panah tunggal. Adapun hasil uji pengaruh langsung pada tabel 14 meliputi:

Tabel 14 Hasil Uji Pengaruh Langsung

	Koefisien	P-Value	Keterangan
<i>Competitor Accounting</i> → Keunggulan Bersaing	0.234	0.027	Diterima
<i>Competitor Accounting</i> → Kinerja Organisasi	0.218	0.037	Diterima
Keunggulan Bersaing → Kinerja Organisasi	0.456	<0.001	Diterima

Sumber: Output Warp-PLS 7.0, 2024

Selanjutnya uji *Indirect Effect* melibatkan sebuah urutan hubungan antara dua atau lebih pengaruh langsung dan digambarkan dengan beberapa panah. Berikut uji pengaruh tidak langsung dalam penelitian ini pada tabel 15 meliputi:

Tabel 15 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung

	Koefisien Beta	P-Value	Keterangan
<i>Competitor Accounting</i> → Keunggulan Bersaing → Kinerja Organisasi	0.107	0.115	Ditolak

Sumber: Output Warp-PLS 7.0, 2024

Berdasarkan tabel diatas dijelaskan bahwa hasil pengujian pengaruh dan tidak langsung atas hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

1. *Competitor Accounting* terhadap keunggulan bersaing memiliki tingkat signifikasinya 0,234 dan nilai *P-Value* 0.027 <0,05. Sehingga disimpulkan bahwa *Competitor Accounting* berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Maka H1 dalam penelitian ini **diterima**.
2. *Competitor Accounting* terhadap kinerja organisasi memiliki tingkat signifikasinya 0,218 dan nilai *P-Value* 0.037 <0,05. Sehingga disimpulkan bahwa *Competitor Accounting* berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Maka H2 dalam penelitian ini **diterima**.
3. Keunggulan bersaing terhadap kinerja organisasi memiliki tingkat signifikasinya 0,456 dan nilai *P-Value* <0.001 yang berarti <0,05. Sehingga disimpulkan bahwa *Competitor Accounting* berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Maka H3 dalam penelitian ini **diterima**.
4. *Competitor Accounting* terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing memiliki tingkat signifikasinya sebesar 0,030 dan nilai *P-Value* 0.107 > 0,05. Sehingga disimpulkan bahwa *Competitor Accounting* berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Maka H2 dalam penelitian ini **ditolak**.

Pengujian Kecocokan Model (*Model Fit*)

Setelahnya dilakukan evaluasi *inner model* maka akan dilakukan Uji kecocokan model (*model fit*) untuk mengetahui apakah model sudah memiliki kecocokan dengan data. Adapun hasil pengujian model pada penelitian adalah:

Tabel 4.13 Nilai Model Fit dan Quality Indices

<i>Model fit and quality indeces</i>	<i>Indeks</i>	<i>P-Value</i>	<i>Kriteria</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Average Path Coefficient (APC)</i>	0.303	$P=0.003$	$< 0,05$	Baik
<i>Average R-Squared (ARS)</i>	0.169	$P=0.043$	$< 0,05$	Baik
<i>Average Varians Inflation Factor (AVIF)</i>	1.020	< 5 atau idealnya 3,3		Baik

Sumber: Output Warp-PLS 7.0, 2024.

Hasil Pembahasan

Pengaruh *Competitor Accounting* terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada variabel *Competitor accounting* menunjukkan nilai *PValue* senilai 0,027, berarti $<0,05$ dan *Path Coeffiecient* 0,0234. Dapat disimpulkan *Competitor accounting* mempunyai pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada usaha alat pancing di Pekanbaru. Maka H_1 yang berpendapat bahwa *Competitor accounting* mempengaruhi keunggulan bersaing **diterima**. Disimpulkan semakin tinggi pemilik usaha alat pancing menerapkan *Competitor accounting* dalam usahanya, pemilik usaha dapat melihat gambaran kedepan dari aktivitas dan potensi pesaing untuk memaksimalkan produk atau kualitas pelayanan agar dapat memenuhi kebutuhan dan mempertahankan pelanggan sehingga dapat mencapai keunggulan bersaing. Sesuai dengan teori RBV bahwa pelanggan merupakan bagian dari aset strategis yaitu aset tak berwujud yang harus dinilai dan dikelola agar bisnisnya dapat mencapai keunggulan bersaing. Mendukung penelitian yang dilakukan oleh Astuti et al. (2020) dan Thapayom (2019) *competitor accounting* berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Pengaruh *Competitor Accounting* terhadap Kinerja Organisasi

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada variabel *competitor accounting* nilai *P-Value* senilai 0,037 berarti $<0,05$, *Path Coeffiecient* 0,218. Hal ini dapat dirangkum *competitor accounting* mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja organisasi pada usaha alat pancing di Pekanbaru. Maka H_2 yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja organisasi **diterima**. Penggunaan praktik *Competitor accounting* berperan bagi manajemen perusahaan sebagai kemampuan dalam memberikan relevansi informasi mengenai pesaing yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan strategis untuk mengoptimalkan kinerja organisasi dengan informasi yang akurat dalam pemantauan pesaing.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori kontijensi yaitu tak satupun strategi efektif yang dapat diterapkan pada setiap perusahaan dalam semua kondisi. Mendukung penelitian Tandiharjo & Devie (2015), (Thapayom, 2019) dan Valdiansyah & Augustine (2021) bahwa *competitor accounting* berpengaruh terhadap kinerja organisasi.

Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Organisasi

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada variabel keunggulan bersaing menunjukkan bahwa nilai *P-Value* $<0,001$ berarti $<0,05$, nilai *Path Coeffiecient* 0,456 . Hal ini dapat rangkum keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi pada usaha alat pancing di Pekanbaru. Maka H_3 yang memaparkan keunggulan bersaing mempengaruhi kinerja organisasi **diterima**. Memungkinkan pengusaha untuk membedakan usahanya dari pesaingnya. Perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing dapat mempunyai kesuksesan jangka panjang yang lebih tinggi, keunggulan bersaing mendukung pengusaha untuk memiliki bisnis yang sulit ditiru dan digantikan oleh pesaingnya serta dapat membantu pengusaha untuk mempertahankan tujuan usahanya sehingga dapat mengoptimalkan kinerja organisasinya. Sependapat teori RBV yang mengatakan bahwa kinerja organisasi akan maksimal jika suatu usaha mencapai keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Astuti et al. (2020), Ramadhan (2022) serta Wibowo (2021) adanya pengaruh positif antara keunggulan bersaing terhadap kinerja organisasi.

Pengaruh *Competitor Accounting* terhadap Kinerja Organisasi melalui Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil uji pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*) pada variabel *competitor accounting* menunjukkan bahwa nilai *P-Value* sebesar 0,107 berarti diatas 0,05 dengan nilai *Path Coeffiecient* sebesar 0,030. Nilai *P-Value* yang dihasilkan *competitor accounting* uji pengaruh tidak langsung lebih besar dari nilai *P-value* hasil uji pengaruh langsungnya. Hal ini dapat disimpulkan

bahwa *competitor accounting* tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing sebagai variabel intervening pada usaha alat pancing di Pekanbaru. Maka H_4 yang menyatakan bahwa *competitor accounting* berpengaruh terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing **ditolak**. Hal ini karena keunggulan bersaing di dunia bisnis tidak terbatas pada pesaing akuntansi (*Competitor Accounting*) saja dan secara umum hasilnya tidak dapat mempengaruhi kinerja organisasi. Usaha alat pancing di pekanbaru masih minim dalam menggunakan keputusan manajemen berdasarkan informasi akuntansi (*Competitor Accounting*). Banyak pemilik usaha bisnis alat pancing menjalankan bisnis karena ikut ikutan dan tingginya peminat pemancing tanpa melihat potensi mereka dan pesaing dari segi strategi, biaya dan hasil. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Valdiansyah & Augustine (2021) yang membuktikan bahwa tidak ada pengaruh *Competitor Accounting* terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil analisis statistik deskriptif dan uji hipotesis dalam penelitian ini antara lain:

1. Hasil pengujian menunjukkan *competitor accounting* memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Dengan adanya *competitor accounting* akurat dalam suatu usaha mampu melihat kelemahan dari pesaing lalu menjadi peluang untuk menghasilkan produk atau jasa yang lebih baik dibandingkan pesaing.
2. Hasil pengujian menunjukkan *competitor accounting* berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi. Hal ini karena adanya *competitor accounting* maka pemilik usaha akan mengevaluasi secara berkala untuk mengumpulkan informasi pesaing untuk membandingkan usahanya dengan pesaing, sehingga akan dilakukan perbaikan performa kinerja usaha untuk lebih maju yang akan mengoptimal kinerja organisasi.
3. Hasil pengujian menunjukkan keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif terhadap kinerja organisasi. Keunggulan bersaing memiliki peranan yang sangat penting dalam kinerja organisasi. Pemilik usaha akan berusaha menghasilkan produk dan jasa yang unik dan langka sehingga sulit ditiru oleh pesaing dan tidak dapat digantikan oleh pesaing.
4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *competitor accounting* tidak berpengaruh terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan bersaing. Hal ini berarti hubungan antara *competitor accounting* dan kinerja organisasi pada usaha alat pancing dipekanbaru tidak didorong oleh keunggulan bersaing.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dan diharapkan dapat dijadikan sumber ide bagi peneliti selanjutnya antara lain:

1. Jumlah sampel dalam penelitian ini sedikit, disebabkan usaha alat pancing yang terdaftar di kemenkopukm tidak memperbarui data alamat, sehingga peneliti mengalami kendala pada saat pengumpulan data kuesioner akibatnya sampel yang bisa diolah berkurang
2. Penelitian ini dilakukan hanya pada usaha pancing yang ada dipekanbaru sehingga tidak dapat digeneralisasikan pada semua usaha dipekanbaru.
3. Penelitian ini hanya meneliti *competitor accounting* sebagai *Strategic Management Accounting Techniques* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja organisasi pada usaha alat pancing dipekanbaru.
4. Penelitian ini hanya melihat dari sisi kuantitatif dengan hasil kuesioner yang diperoleh secara langsung dari pemilik usaha alat pancing dipekanbaru.

Berdasarkan hasil pengujian diatas, maka peneliti dapat memberikan saran kepada peneliti selanjutnya antara lain:

1. Disarankan pada peneliti selanjutnya agar menggunakan lebih banyak sampel bertujuan mendapatkan data penelitiannya yang lebih baik.
2. Disarankan pada peneliti selanjutnya agar dapat meneliti usaha lain yang ada dipekanbaru.
3. Disarankan pada peneliti selanjutnya agar mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan indikator lain dari *Strategic Management Accounting* yang dapat mempengaruhi Keunggulan bersaing dan kinerja organisasi.
4. Disarankan pada peneliti selanjutnya agar menggunakan teknik wawancara atau kualitatif dalam pengumpulan data agar hasil yang diperoleh lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aksoylu, S., & Aykan, E. (2013). Effects of Strategic Management Accounting Techniques on Perceived Performance of Businesses. *Journal of US - China Public Administration*, 10(4), 1004-1017.
- Alamri, A. M. (2018). Association between strategic management accounting facets and organizational performance. *Baltic Journal of Management*, 14(2), 212–234. <https://doi.org/10.1108/BJM-12-2017-0411>
- Ardiansyah, S. S., Fitriana, N., Maizal, W. E., & Putri, N. R. (2021). Using strategic costing to improve sme performance in pekanbaru city during. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 6(2), 206–212.
- Astuti, M., Azmi, Z., & Darwin, R. (2020). Effect of competitor accounting to competitive advantages and organizational performance. *Research In Accounting Journal*, 1(1), 1–15.
- 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>
- Cynthia, & Devie. (2015). Pengaruh Strategic Costing Sebagai Strategic Management Accounting Techniques Terhadap Competitive Advantage dan Organizational Performance. *Business Accounting Review*, 3(1), 422–433.
- Harti, I. D., & Azmi, Z. (2021). Pengaruh Akuntansi Manajemen Strategik dan Kapabilitas Organisasional Terhadap Kinerja Organisasi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 266. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.309>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (1 Oktober 2022). <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engineperekonomian-nasional-terus-mendapat-kan-dukungan-pemerintah> diakses pada tanggal 22 Juni 2023
- Lubis, P. A., Azmi, Z., & Suriyanti, L. H. (2019). Pengaruh Customer Accounting Dan Customer Orientation Terhadap Kinerja Organisasi. *Jurnal Al-Iqtishad*, 15(2), 180. <https://doi.org/10.24014/jiq.v15i2.8310>
- Marpaung, E. I., Aryati, T., & Augustine, Y. (2022). The Influence Of Strategic Management Accounting And Information Technology Capability On Company Performance With Sustainable Competitive Advantage As The Mediator. *International Journal of Educational Research & Social Sciences*, 3(5), 2125–2139. <https://doi.org/10.51601/ijersc.v3i5.516>
- Medeckytė, K., & Tamulevičienė, D. (2020). Strategic management accounting: information application areas and instruments. *Buhalterinės Apskaitos Teorija Ir Praktika*, 21(February 2021), 5. <https://doi.org/10.15388/batp.2020.20>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage. Creating and sustaining superior performance*. New York: In The Free Press.
- Pratiwi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Kualitas Produk , Dan Store Atmosphere Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Usaha Resto Ayam Presto Cabe Hijo Di Kota Stabat. *Jurnal Visioner & Strategis*, 9(1), 26–29.
- Puyo, M. (2023). Peran keunggulan bersaing memoderasi manajemen strategis terhadap kinerja umkm teknik akuntansi. *JSAP: Journal Syariah and Accounting Public*, 6(1). <https://doi.org/10.31314/jsap.5.1.1-7.2188>
- Rusli, Y. M. (2021). Peran Strategic Management Accounting Terhadap Hubungan Antara Business Strategy Dan Organizational Performance Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. 9(1), 25–44.
- Samsiah, S., Marlina, E., & Ardi, H. A. (2018). Pengaruh Knowledge Management Dan Teknologi Informasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Universitas. *Jurnal Manajemen*, 22(2), 168. <https://doi.org/10.24912/jm.v22i2.356>
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan Warp-PLS 7.0 edisi 2*. CV ANDI OFFSET.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suriyanti, L. H., Azwin, N., & Afiqah, S. (2021). The Role of Strategic Management Accounting

Techniques (SMATs) and its Relationship with Innovation and Dynamic Environment on Manufacturing Performance. *FKP Postgraduate Research Colloquium Virtual, August*, 422–429.

- Thapayom, A. (2019). Customer Accounting and Competitor Accounting As a Strategic Approach for Goal Achievement: Evidence From Auto Parts Manufacturing Companies in Thailand. *Jurnal Manajemen Modern (Thai)*, 17(1).
- Tandiharjo, A. H., & Devie. (2015). Pengaruh Competitor Accounting Sebagai Strategic Management Accounting Techniques terhadap Competitive Advantage dan Organization Performance. *Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra*, 3(1), 168–179.
- Tiara, S., Ovami, D. C., & Setiana, E. (2023). *Strategic Management Accounting Model For The Sustainability Of MSMEs In Medan*. 6, 1232–1239.
- Valdiansyah, R. H., & Augustine, Y. (2021). Modelling of Beyond Budgeting, Competitor Accounting, Transparency Competitive Advantage and Organizational Performance: The Case of Indonesia SMEs. *Technium Social Sciences Journal*, 22. www.techniumscience.com