Journal of Business and Information Systems, Vol. 2, No. 1
www.thejbis.org
DOI: 10.36067/jbis.v2i1.32
ISSN: 2685-2543

Orientasi pasar, pilihan strategi dan peran fungsional akuntansi: Studi pada industri hotel di Sumatera Selatan

Antonius Singgih Setiawan
Fakultas Bisnis Akuntansi Universitas Katolik Musi Charitas
singgih@ukmc.ac.id

Abstract: *This study aims to prove the influence of market orientation, strategic choices on the role of accounting functionsl. The study is conducted with quantitative methods using primary data through a survey of hotel general managers/leaders in the South Sumatra province. A total of 75 questionnaires are distributed to the hotel general managers/leaders. The number of questionnaires used in this study is 66 (88%). Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Squares (PLS) analysis using Warp PLS version 5.0 software is used to test of hypothesis. The results of the study indicate that the market orientation and strategic choices have a positive effect on the role of hotel accounting functional in the South Sumatera province.*

Keywords: market orientation; strategic choices; the role of accounting functional

1. Pendahuluan

Perkembangan praktik akuntansi manajemen yang terjadi saat ini adalah mengikuti perubahan evolusi dari peran akuntansi dalam dunia bisnis (Setiawan & Rahmawati, 2016). Pemahaman terhadap orientasi strategi dan penekanan pada peran akuntansi menjadi sangat penting dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan (Cadez & Guilding, 2008). Pada sisi lain, faktor-faktor strategi dapat diduga sebagai penyebab berkembangnya peran akuntansi manajemen strategis di dunia bisnis (Setiawan & Rahmawati, 2017). Hal ini seperti nampak pada beberapa hasil penelitian yang antara lain ditemukan oleh Hoque (2004) bahwa pilihan strategi dapat mempengaruhi implementasi peran akuntansi manajemen strategis, Hyvonen (2007) melihat strategi orientasi pelanggan dan peran sistem pengukuran kinerja.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Fleming *et al.* (2009) yang mengidentifikasi strategi pertumbuhan, Lee & Yang (2011) melihat strategi struktur organisasi dan implementasi peran sistem pengukuran kinerja, Bastian & Muchlish (2012) melihat pilihan strategi bisnis dan implementasi sistem pengukuran kinerja, Teeratansirikool *et al.* (2013) melihat peran implementasi strategi kompetitif, Cadez & Guilding (2008) melihat beberapa dimensi strategi dan implementasi peran akuntansi manajemen strategis, Macinati & Pessina (2014) melihat pilihan strategi dan desain penggunaan akuntansi manajemen. Beberapa penelitan tersebut telah berupaya mengidentifikasi berbagai faktor dimensi strategi yang dimungkinkan dapat membawa dampak pada implementasi peran akuntansi manajemen strategis pada suatu perusahaan.

Namun demikian, beberapa literatur tersebut masih banyak melihat peran akuntansi manajemen strategis dalam konteks alat. Masih sedikit penelitian yang melihat secara langsung hubungan antara pilihan strategi dan peran fungsional akuntansi dalam konteks

peran akuntan atau peran manusia. Hal ini memberikan celah untuk melakukan lebih banyak potensi penelitian untuk melihat bagaimana pilihan strategi perusahaan dapat mempengaruhi peran akuntan dalam berkontribusi dalam pembuatan keputusan strategis perusahaan. Berdasarkan hal tersebut maka, penelitian ini dilakukan untuk tujuan melihat apakah pilihan strategi orientasi pasar dan pilihan strategi kompetitif prospektor dapat memberikan dampak positif terhadap peran fungsional akuntansi dalam konteks peran akuntan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi tambahan dalam mengidentifikasi peran fungsional akuntan pada industri hotel dikaitkan dengan pilihan strategi orientasi pasar dan pilihan strategi kompetitif prospektor.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Orientasi pasar berpengaruh terhadap peran fungsi akuntansi dalam pembuatan keputusan strategis pada industri hotel

Orientasi pasar merupakan suatu konsep dari manajemen pemasaran yang bertujuan untuk memfasilitasi kemampuan perusahaan dalam menciptakan produk dan layanan yang unggul bagi setiap pelanggan (Lee *et al*, 2015). Sebelumnya, Cadez & Guilding (2008) telah mengidentifikasi orientasi pasar sebagai salah satu dimensi strategi yang dapat mempengaruhi implementasi akuntansi manajemen strategis perusahaan. Wang *et al.* (2012) menjelaskan bahwa prinsip dari orientasi pasar adalah upaya untuk menyebarluaskan berbagi informasi dan menanggapi secara tepat perubahan yang dibutuhkan pasar yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan dengan mempertimbangkan berbagai kebutuhan seluruh pemangku kepentingan perusahaan. Pada sisi yang lain, Narver & Slater (1990) mendefinisikan orientasi pasar sebagai sebuah budaya bisnis yang efektif dan efisien untuk mendukung terciptanya nilai superior pelanggan. Pada industri hotel, Sin *et al.* (2005) menekankan orientasi pasar pada konsep pemahaman terhadap konteks pelayanan tamu hotel.

Cadez & Guilding (2008) mengekspektasi strategi bisnis termasuk didalamnya fokus pada orientasi pasar dapat mempengaruhi tingkat partisipasi akuntan dan penggunaan akuntansi manajemen strategis dalam pembuatan keputusan bisnis strategis. Rowe *et al*. (2008) menunjukkan bahwa peningkatan persaingan dan ketidakpastian pasar akan mengkreasi tim inter departemental untuk meningkatkan kecepatan reaksi organisasi, yang termasuk didalamnya adalah tim akuntansi perusahaan. Voola *et al*. (2012) menjelaskan bahwa perusahaan yang memilih strategi berfokus pada orientasi pasar akan mengarahkan perusahaan pada pilihan strategis guna mendukung pencapaian kinerja perusahaan. Cadez & Guilding (2008) menyatakan bahwa strategi bisnis dapat mempengaruhi tingkat partisipasi akuntan dalam pembuatan keputusan strategis perusahan.

Sebelumnya, Hyvonen (2007) menunjukkan bahwa strategi berfokus pada pelanggan akan meningkatkan kinerja pelanggan. Pada sisi lain, Cadez & Guilding (2008) menunjukkan bahwa partisipasi akuntan dalam pembuatan keputusan strategis pada gilirannya berpengaruh positif terhadap kinerja. Beberapa hal tersebut memberikan gambaran bahwa pilihan strategi berorientasi pasar akan berdampak pada implementasi akuntansi manajemen strategis. Peran akuntan merupakan salah satu implementasi dari

praktik akuntansi manajemen strategis disebuah perusahaan (Cadez & Guilding, 2008). Untuk itu, hipotesis yang dimunculkan pada penelitian ini adalah:

H_1: Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap peran fungsi akuntansi dalam pembuatan keputusan strategis pada industri hotel

2.2. Pilihan strategi berpengaruh positif terhadap peran fungsi akuntansi dalam pembuatan keputusan strategis pada industri hotel

Chathoth & Olsen (2007) menjelaskan bahwa perumusan dan implementasi strategi menjadi faktor kunci dalam mencapai kinerja unggul. Untuk itu, pencapaian kinerja yang unggul merupakan tujuan utama dari manajemen bisnis (Tavitiyaman *et al.*, 2012). Cinquini dan Tenucci (2010) merangkum tiga variabel strategi, yaitu strategi *prospector* atau *defender* yang berkaitan dengan tingkat perubahan dalam produk dan pasar (pola strategi), membangun (*build*) atau memanen (*harvest*) yang berkaitan misi strategi, serta diferensiasi atau kepemimpinan biaya yang berkaitan dengan cara perusahaan memutuskan untuk bersaing di pasar (*positioning* strategi).

Terkait hubungan antara pilihan strategi dan peran fungsional akuntansi perusahaan, Cadez &Guilding (2008) menemukan bahwa strategi prospektor lebih mempengaruhi peran akuntan dalam pembutan keputusan startegis dibandingkan strategi defender. Sebelumnya, Scott & Tiessen (1999) menyatakan bahwa akuntan strategis adalah bagian penting tak terpisahkan dari proses pengambilan suatu keputusan strategis dari sebuah perusahaan. Hal tersebut dapat menjelaskan temuan Kober *et al.* (2007) bahwa strategi yang digunakan oleh sebuah perusahaan akan sangat berhubungan dengan penggunaan instrumen akuntansi manajemen tertentu guna mendukung terciptanya kinerja perusahaan.

Berdasarkan beberapa litertur tersebut menunjukkan bahwa perusahaan akan berupaya untuk melihat peluang dari setiap komponen yang dimiliki untuk dilibatkan dalam upaya mencapai keberhasilan bisnis. Cadez & Guilding (2008) berhasil membuktikan pilihan strategi bisnis kompetitif dapat mempengaruhi tingkat partisipasi akuntan dan penggunaan akuntansi manajemen strategis dalam pembuatan keputusan bisnis strategi. Maka hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini adalah:

H_2: Pilihan strategi kompetitif berpengaruh positif terhadap peran fungsi akuntansi dalam pembuatan keputusan strategis pada industri hotel.

3. Metode Penelitian

Sampel penelitian adalah hotel berbintang di wilayah provinsi Sumatera Selatan. Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan responden *general manager* hotel. Survei ditujukan kepada 75 hotel, namun demikian data yang dapat diolah lebih lanjut dari penelitian ini adalah sebanyak 66 kuesioner atau dengan tingkat pengembalian 88%, sementara 9 hotel yang lain tidak dapat disurvei dengan berbagai alasan.

Instrumen pengukuran peran fungsi akuntansi menggunakan instrumen yang dipakai Cadez & Guilding (2008) yang diadopsi dari Wooldridge & Floyd's (1990). Responden diminta untuk mengidentifikasi partisipasi akuntan terkait dengan lima aspek manajemen

strategis, (1) mengidentifikasi masalah dan mengusulkan tujuan, (2) menghasilkan pilihan, (3) mengevaluasi pilihan, (4) mengembangkan secara detail setiap pilihan, (5) mengambil tindakan yang diperlukan untuk perubahan perusahaan. Jawaban menggunakan skala 6 poin (1 = tidak sama skala berperan, 6 = berperan secara penuh).

Orientasi pasar diukur menggunakan instrumen yang dipakai oleh Guilding & McManus (2002), menggunakan skala 6 poin, 1 = sangat tidak setuju sampai 6 = sangat setuju. Responden diminta untuk menunjukkan tingkat kesetujuan atas pernyataan (1) perusahaan memiliki pemahaman yang kuat terhadap pelanggan, (2) fungsi dalam perusahaan bekerja bersamasama secara erat menciptakan nilai superior bagi pelanggan, (3) manajemen organisasi berpikir untuk melayani kebutuhan dan keinginan pasar yang terdefinisi dengan baik dan memilih pertumbuhan jangka panjang serta potensi keuntungan bagi perusahaan, dan (4) perusahaan memiliki orientasi pasar yang kuat.

Instrumen pengukuran variabel pemilihan strategi menggunakan instrumen yang dipakai oleh Cinquini & Tenucci (2010) yang sebelumnya dikembangkan oleh Shortell & Zajac (1990). Responden diminta untuk menunjukkan tingkat kesetujuan dengan 6 skala likert, 1 = sangat tidak setuju sampai 6 = sangat setuju, atas pernyataan (1) hotel lebih dikarakteristikkan sebagai bisnis yang memiliki persaingan dinamis dari pada persaingan yang konstan (tanpa persaingan), (2) hotel dikategorikan sebagai hotel yang relatif sering berubah dalam penentuan servis/fasilitas hotel (inovatif) dari pada hotel yang relatif stabil (tanpa inovasi), (3) hotel dikategorikan sebagai hotel yang memiliki upaya berkelanjutan untuk menjadi pioner pada area pasar baru industri hotel dari pada hanya mementingkan efisiensi dan terspesialisai pada pemenuhan jasa yang sempit, (4) hotel dikategorikan sebagai hotel yang memiliki struktur fleksibel terkait partisipasi komponen organisasi dalam pengambilan keputusan strategis dari pada sebagai hotel yang tersentralisasi.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) *Partial Least Squares* (PLS). Analisis SEM-PLS menggunakan software Warp PLS versi 5.0. Pengujian PLS dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama, pengujian kualitas model berdasarkan *model fit* dan *quality indices* yang terdiri dari tiga indikator *fit* yaitu, *Average Path Coefficient* (APC), *AverageR-Squared* (ARS), dan *Average Variance Inflation Factor* (AVIF). Kriteria *p-value* untuk APC dan ARS adalah harus lebih kecil dari 0,05. Sementara, AVIF sebagai indikator multikolinieritas harus memiliki nilai lebih kecil dari 5. Tahap kedua, pengujian hipotesis penelitian berdasarkan nilai *path coefficients* β dan signifikansi *p-values* (Kock, 2011).

Namun, sebelum pengujian SEM-PLS dilakukan, data penelitian yang dikumpulkan melalui survei dengan menggunakan kuesioner perlu diuji menggunakan pengujian kualitas data. Hair *et al*. (2013) mensyaratkan pengujian model pengukuran reflektif didasarkan pada nilai *composite reliability* sebesar > 0,7, *convergent validity* (*average variance extracted*) sebesar > 0,5, *indicator reliability* (loading) sebesar > 0,7, namun indikator dengan loading 0,4 – 0,7 masih dapat dipertahankan jika tidak meningkatkan AVE dan *composite reliability* di atas batasan yang ditentukan. Pengujian terakhir untuk menilai validitas dan reliabilitas adalah pengujian validitas diskriminan. Pengujian validitas diskriminan bisa dilakukan

dengan cara membandingkan akar kuadrat AVE terhadap nilai korelasi antar konstruk. Akar kuadrat dari setiap AVE konstruk harus lebih besar dari korelasi tertinggi konstruk lainnya.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan Tabel 1, responden yang berpartisipasi dalam penelitian sebanyak 66 orang *general manager* (pimpinan) hotel berbintang di provinsi Sumatera Selatan. Responden laki-laki sebanyak 46 orang (69,7%), dan responden perempuan sebanyak 20 orang (30,3%) orang. Berdasarkan usia responden, rata-rata usia responden yang terlibat dalam penelitian adalah 38,38 tahun. usia tertua responden adalah 66 tahun dan usia termuda responden adalah 22 tahun. Lama responden menduduki sebuah jabatan dapat diketahui rata-rata telah menduduki jabatan dalam pengelolaan hotel selama 5,39 tahun. Masa menjabat terbaru adalah 1 tahun dan terlama menjabat adalah 31 tahun.

Tabel 1. Data Demografi Responden

Profil Responden	Jumlah	(%)	
1. Jenis Kelamin			
Perempuan	20	30,3	
Laki-laki	46	69,7	
	Termuda/terbaru	Tertua/terlama	Rata-rata
2. Usia	22	66	38,38
3. Lama Menjabat	1	31	5,39

Sumber: Data diolah tahun 2019

Tabel 2. Data Penelitian

Variabel	Kisaran Teoritis	Kisaran aktual	Mean	Standar Deviasi
Peran fungsional akuntansi	5 – 30	10 – 30	22,82	5,54
Orientasi pasar	4 – 24	4 – 24	18,35	5,12
Pilihan strategi	4 – 24	12 – 24	20,64	3,21

Sumber: Data diolah tahun 2019

Berdasarkan Tabel 2, data peran fungsional akuntansi industri hotel di Sumatera Selatan berada pada rata-rata 22,82 dengan kisaran teoritis antara 5 – 30 dan kisaran aktual antara 10 – 30. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat peran fungsional akuntansi pada industri hotel di Sumatera Selatan adalah relatif tinggi. Data orientasi pasar pada industri hotel di Sumatera Selatan berada pada rata-rata 18,35 dengan kisaran teoritas antara 4 – 24, dan kisaran aktual antara 4 – 24. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat orientasi pasar industri hotel di Sumatera selatan adalah relatif cukup tinggi. Data pilihan strategi hotel di Sumatera Selatan menunjukkan angka rata-rata 20,64 dengan kisaran teoritis antara 4 – 24, dan kisaran aktual 12 – 24. Hal ini menunjukkan bahwa pilihan strategi pada industri hotel di Sumatera Selatan cenderung lebih memilih strategi kompetitif prospektor.

Tabel 3 menunjukkan hasil validitas dan reliabilitas data penelitian. Data penelitian dikumpulkan menggunakan instrumen kuesioner. Hasil pengujian menunjukkan nilai *composite reliability* setiap konstruk > 0,7. Begitupun dengan nilai *convergent validity (average variance extracted)* setiap kontruk berada pada nilai > 0,5. Untuk nilai *indicator*

reliability (*loading*) semua konstruk > 0,7.Oleh karena itu, semua indikator kontruk penelitian dapat dipakai. Tabel menunjukkan hasil pengujian validitas diskriminan atas pengukuran instrumen konstruk penelitian. Hasil pengujian pada Tabel 4 menunjukkan nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar dari korelasi tertinggi konstruk lainnya. Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan pada Tabel 3 dan 4 dapat disimpulkan bahwa pengukuran konstrak dalam model penelitian ini adalah valid dan reliabel. Untuk itu, data penelitian ini layak dipakai untuk proses pengujian selanjutnya.

Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Variabel Penelitian	*Loading*	*Composite Reliability*	AVE
Peran fungsional akuntansi			
PA 1	0,946	0,983	0,978
PA 2	0,978		
PA 3	0,946		
PA 4	0,975		
PA 5	0,948		
Orientasi pasar			
OP1	0,864	0,950	0,929
OP2	0.949		
OP3	0,935		
OP4	0,885		
Pilihan strategi			
PS 1	0,964	0,980	0,972
PS 2	0,960		
PS 3	0,977		
PS 4	0,949		

Sumber: Data primer diolah tahun 2019

Tabel 4. Validitas Diskriminan Data Penelitian

	Peran fungsional akuntansi	Orientasi pasar	Pilihan Strategi
Peran fungional akuntansi	0,959		
Orientas pasar	0,420***	0,909	
Pilihan strategi	0,629***	0,492***	0,9161

Elemen diagonal: akar kuadrat dari AVE, elemen *off-diagonal*: korelasi antar konstruk
***signifikan pada p <0,01

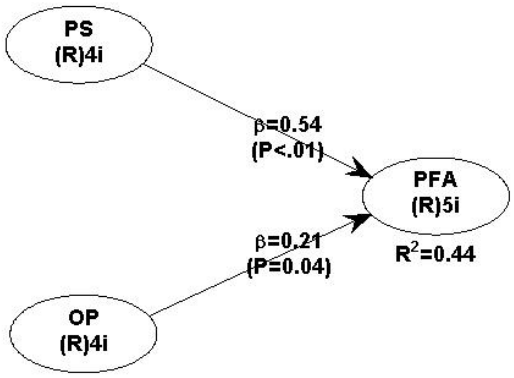
Berdasarkan Tabel 5 *model fit* dan *quality indices* nilai APC, ARS dan AVIF masing-masing menunjukkan nilai yang sesuai dengan kriteria. Nilai signifikansi APC < 0,001, nilai ARS < 0,001 berada pada kriteria di bawah 5% (Kock, 2011). Begitupun dengan nilai AVIF sebesar 1,271 berada pada kriteria di bawah angka 5 (Kock, 2011). Untuk itu dapat simpulkan bahwa model penelitian ini adalah fit, sehingga model penelitian ini layak digunakan untuk melakukan pengujian selanjutnya.

Tabel 5. *Model Fit* dan *Quality Indices*

Item Model Fit	Nilai	Kriteria	Kesimpulan
Average path coefficient (APC)	0,373 P<0,001	P < 0,05	Sesuai
Average R-squared (ARS)	0,437 P<0,001	P < 0,05	Sesuai
Average block VIF (AVIF)	1,271	AVIF < 5	Sesuai

Sumber: Data primer diolah tahun 2019

Gambar 1. Model Struktural Penelitian



Gambar 1 menunjukkan hasil pengujian *Structural Equation Modeling* (SEM) *Partial Least Squares* (PLS). Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat bahwa variabel orientasi pasar memiliki nilai koefisien β sebesar 0,21 dengan nilai p 0,04 atau berada pada nilai α 5%. Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara orientasi pasar pada peran fungsional akuntansi pada perusahaan perhotelan di Sumatera Selatan. Pilihan strategi untuk berfokus pada orientasi pasar akan mengarahkan perusahaan untuk lebih meningkatkan peran fungsional akuntansi perusahaan hotel. Berdasarkan temuan ini, maka hipotesis penelitian yang menyatakan orientasi pasar berpengaruh positif terhadap peran fungsi akuntansi dalam pembuatan keputusan strategis pada industri hotel dapat didukung.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, disimpulkan bahwa pada kasus industri perhotelan di Sumatera Selatan, orientasi pasar berpengaruh pada tingkat peran fungsional akuntansi. Hal ini sejalan dengan pendapat Guilding & McManus (2002) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara orientasi pasar dan implementasi parktik akuntansi, khususnya implementasi akuntansi pelanggan. Temuan penelitian ini juga mendukung temuan Voola *et al*., (2012), bahwa perusahaan yang lebih berfokus pada orientasi pasar akan lebih mengiplementasikan metode strategis untuk mendukung pencapaian kinerja yang optimal. Implementasi metode strategis akan berhubungan dengan keterlibatan peran fungsional akuntansi perusahaan.

Temuan ini sangat penting karena temuan ini dapat menunjukkan bahwa perusahaan yang berfokus pada orientasi pasar akan mendorong perusahaan untuk mendorong peningatan keterlibatan fungisonal akuntansi untuk lebih mampu mengukur dan mengidentifikasi keberhasilan dalam fokus orientasi pasar mereka. Keberhasilan fokus orientasi pasar akan tercermin dari respon positif yang diberikan pelangan atas produk/jasa yang dijual. Fungsional akuntansi hotel diperlukan untuk menghimpun dan menganalisis informasi mengenai respon pelanggan yang secara khusus akan berkaitan dengan akuntansi pelanggan. Hal ini menjadi konsekuaensi bagi setiap perusahaan yang berfokus pada orientasi pasar melibatkan fungsional akuntansi guna menghasilkan informasi strategis mengenai pelanggannya.

Temuan ini juga mengkonfirmasi Narver dan Slater (1990) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan orientasi pasar yang kuat akan cenderung relatif tinggi dalam malakukan akuisisi pengetahuan pemasaran yang berorientasi pada informasi pelanggan. Kegiatan dalam mengumpulkan semua informasi tersebut akan dibutuhkan fungsional strategis dalam hal ini adalah fungsi akuntansi. Hal ini juga mengkonfirmasi Collier & Gregory (1995) menjelaskan bahwa peran fungsi akuntansi manajemen strategis saat ini adalah menghasilkan informasi strategis terkait dengan perencanaan dan menilai kondisi pasar untuk menganalisis pesaing yang pada akhirnya dapat memberikan dampak positif dalam upaya pencapaian kinerja hotel. Oleh karena itu, sangat beralasan jika penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi fokus perusahaan terhadap orientasi pasar, maka akan semekin tinggi peran fungsional akuntansi pada perusahan.

Gambar 1 juga menunjukkan bahwa variabel pilihan strategi memiliki nilai koefisien β sebesar 0,54 dengan nilai $p < 0,01$ atau berada pada nilai α 1%. Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara pilihan strategi pada peran fungsional akuntansi pada perusahaan perhotelan di Sumatera Selatan. Data penelitian mengkonfirmasi bahwa pilihan strategi kompetitif prospektor akan mengarahkan perusahaan untuk lebih meningkatkan peran fungsional akuntansi perusahaan hotel. Atas dasar temuan ini, maka hipotesis penelitian yang menyatakan pilihan strategi berpengaruh positif terhadap peran fungsi akuntansi dalam pembuatan keputusan strategis pada industri hotel dapat didukung.

Temuan penelitian ini mendukung penjelasan Cadez & Guilding (2008) bahwa strategi bisnis memberikan dampak pada peningkatan peran fungsional akuntansi dalam pembuatan keputusan bisnis strategis. Implementasi pilihan strategi kompetitif prospektor dan peran strategis akuntan berdasarkan karakteristik inovatif. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan fakta empiris yang tunjukkan dalam penelitian ini bahwa perusahaan perhotelan di Sumatera Selatan cenderung memilih strategi kompetitif prospektor. Sementara itu, peran fungsional akuntansi pada perusahaan hotel di Sumatera Selatan dapat digolongkan dalam tingkat yang relatif cukup tinggi.

Temuan penelian ini juga dapat menjelaskan bahwa implementasi strategi kompetitif prospoktor membutuhkan dukungan fungsional akuntansi yang kompeten dan handal. Hal tersebut dikarenakan, karakteristik strategi kompetitif prospektor memiliki ciri inovatif, berfokus pada pengembangan dan pilihan diversifikasi (Cinquini & Tenucci, 2010). Oleh karena itu, hubungan antara implementasi strategi kompetitif dan tingginya peran fungsional akuntansi dalam pembuatan keputusan strategis akan menjadi sangat penting. Hasil penelitian ini juga semakin mengkonfirmasi temuan Scott & Tiessen (1999) yang menyatakan bahwa fungsional akuntansi strategis telah menjadi bagian terintegrasi dengan proses pengambilan keputusan strategis perusahaan. Hal tersebut akhirnya akan sangat memberikan dampak pada penciptaan keunggulan kompetitif perusahaan. Hal ini menjadi penting karena, aktifitas perumusan dan implementasi strategi pada sebuah perusaan akan menjadi faktor kunci dalam mencapai tujuan kinerja kompetitif perusahaan (Chathoth & Olsen, 2007).

Lebih lanjut, temuan ini membuktikan perkembangan bisnis hotel yang semakin kompetitif telah mendorong setiap perusahaan hotel untuk lebih peduli dengan tantangan masa depan. Peningkatan peran fungsional akuntansi menjadi pilihan antisipasi dunia bisnis dalam menghadapi persaingan. Oleh karena itu, praktik akuntansi manajemen strategis telah mendorong keterlibatan peran fungsional akuntansi dalam posisi yang lebih strategis (Cadez & Guilding, 2008). Akhirnya, temuan ini menunjukkan bahwa hotel yang memilih strategi kompetitif jangka panjang, inovatif dan partisipatif akan lebih mengarahkan pada peningkatan peran fungsi akuntansi dan peran akuntan yang lebih optimal. Pilihan strategi kompetitif prospektor akan mendorong perusahaan untuk memanfaatkan dan mengoptimalkan peran fungsi akuntansi.

5. Kesimpulan

Hasil penelitian tentang pengaruh orientasi pasar dan pilihan strategi terhadap peran fungsional akuntansi dalam pembuatan keputusan strategis pada industri hotel di Sumatera Selatan menyimpulkan bahwa pilihan strategi orientasi pasar berdampak positif terhadap peran fungsional akuntansi dalam pembuatan keputusan strategis hotel. Penelitian juga menyimpulkan bahwa pilihan strategi kompetitif prospektif yang diimplementasikan perusahaan hotel di Sumatera Selatan juga berdampak positif terhadap peran fungsional akuntansi dalam mendukung pembuatan keputusan strategis hotel. Fokus pada strategi berorientasi pada pasar akan menuntut setiap hotel untuk mampu mengidentifikasi dan menganalisi faktor-faktor yang dapat meningkatkan kualitas layanan pelanggan. Untuk itu, sehubungan dengan praktik pemasaran, akuntansi pelanggan menjadi pilihan strategis untuk diterapkan (McManus, 2013). Menjadi berlasan bahwa, kemampuan dan peran fungsional akuntansi akan menjadi sangat trategis untuk lebih dilibatkan.

Kesimpulan temuan pilihan strategi kompetitif prospektor memberikan pengaruh positif terhadap tingkat peran akuntan dalam pembuatan keputusan strategis perusahaan menunukkan bahwa, semakin kuat strategi kompetitif prospektor diimplemetasikan oleh perusahaan hotel di Sumatera Selatan maka menunjukkan perusahan hotel berfokus untuk menghadapi persaingan yang dinamis. Untuk itu diperlukan kemampuan dan kehandalan fungsional yang bertugas menangani pengelolaan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan strategis. Dampaknya adalah peran fungsional akuntansi akan semakin dibutuhkan untuk mengatisipasi permasalahan tersebut.

Hasil temuan penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting bagi pihak-pihak berkepentingan. Implikasi pertama dari hasil penelitian ini adalah, fokus pada pilihan strategi orientasi pasar dan pilihan strategi kompetitif prospektor merupakan hal penting untuk diimplementasikan oleh setiap perusahaan hotel. Hal ini sangat beralasan karena saat ini, industri hotel berada pada iklim persaingan yang sangat dinamis dan kompleks. Implikasi kedua dari hasil penelitian ini adalah, terdapat hubungan strategis antara implementasi pilihan strategi oerintasi pasar dan pilihan strategi kompeitif prospektor dengan peran fungsional akuntansi. Pilihan strategi yang berorientasi pada kinerja strategis harus mendapat dukungan dari fungsional akuntansi yang kompeten dan handal. Oleh sebab itu,

peningkatan peran fungsional akuntansi pada industri hotel harus diarahkan pada tujuan yang lebih strategis.

Penelitian ini tentunya masih memiliki keterbatasan yang harapanya bisa diperbaiki dan disempurnakan dalam penelitian mendatang. Penelitian ini melihat pengaruh strategi orientasi pasar dan pilihan strategi terhadap peran fungsional akuntansi perusahaan hotel. Namun demikan, peningkatan peran funsional berdasarkan pilihan orientasi strategi dimungkinkan dapat memberikan hasil berbeda jika dilakukan pada karakteristik hotel yang berbeda. Untuk itu, saran yang dapat diberikan untuk penelitian yang akan datang adalah, peneilian selanjutnya dapat mempertimbangan untuk menguji faktor-faktor kontinjen yang dapat memoderasi hubungan antara pilihan orientasi strategi dan peran fungsional akuntansi hotel. Faktor tersebut bisa berupa ukuran perusahaan, budaya organisasi dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

Bastian, E., & Muchlish, M. (2012). Perceived environment uncertainty, business strategy, performance measurement system and oganizational performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65 (Desember) 787 – 792.

Cadez, S., & Guilding, C. (2008). An exploratory investigation of an integrated contigency model of strategy management accounting. *Accounting Organizations and Society*, *33*(7/8), 836 – 863.

Chathoth, P. K., & Olsen, M. D. (2007). The effect of environment risk, corporate strategy, and capital structure on firm performance: An empirical investigation of restaurant firms. *International Journal of Hospitality Management*, *26*(3), 502 – 516.

Cinquini, L., & Tennuci, A. (2010). Strategic management accounting and business strategy: A loose coupling? *Journal of Accounting & Organizational Change*, *6*(2), 228 – 259.

Collier, P., & Gregory, A. (1995). Strategic management accounting. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *7*(1), 16 – 21.

Fleming, D. M., Chow, W. C., & Chen, G. (2009). Strategy, performance measurement systems, and performance: A study of Chinese firms. *The International Journal of Accounting*, *44*(3), 256 – 278.

Guilding, C., & McManus L. (2002). The incidence, perceived merit and antecedents of customer accounting: An exploratory note. *Accounting Organizations and Society*, *27*(1/2), 45 – 59.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sartsedt, M. (2013). *A prime on partial least squares stuctural equation modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: Sage.

Hoque, Z. (2004). A contingency model of the association berween strategy, environmental uncertainty and performance measurement: Impact on organizational performance. *International Business Review*, *13*(4), 485 – 502.

Hyvonen, J. (2007). Strategy performance measurement technique dan information technology of the firm and their links to organizational performance. *Management Accounting Research*, *18*(3), 343 – 366.

Kock, N. (2011). Using WrapPLS in e-collaboration studies: Descriptive statistics, settings, and key analysis results. *International Journal of e-Collaboration*, *7*(2), 1 – 18.

Kober, R. Ng, J., & Paul, B. J. (2007). The interrelationship between management control mechanisms and strategy. *Management Accounting Research*, *18*(4), 425 – 452.

Lee, C. L., & Yang, H. J. (2011). Organization structure, competition and performance measurement system and their joint effect on performance. *Management Accounting Research, 22*(2), 84 – 104.

Lee, Y. K., Kim, S. H., Seo, M. K., & Hight, S. K. (2015). Market orientation and business performance: Evidence from franchising industry. *International Journal of Hospitality Management, 44*(1), 28 – 37

Macinati, M. S., & Pessina, E. A. (2014). Management accounting use and fianancial performane in public health-care organisations: Evidens from the Italian national health service. *Health Policy*, *117*(1), 98 – 111.

McManus, L. (2013). Customer accounting and marketing performance measures in the hotel industry: Evidence from Australia. *International Journal of Hospitality Management*, *33*(1), 140 – 152.

Narver, J. C., & Slater, S.F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, *54*(4), 20 – 35.

Rowe, C., Birnberg, J. G., & Shields, M. D. (2008). Effects of organizational process change on responsibility accounting and manager's revelations of private knowledge. *Accounting Organizations and Society*, *33*(2/3), 164 – 198.

Scott, T. W., & Tiessen, P. (1999). Performance measurement and managerial teams. *Accounting Organizations and Society*, *24*(3), 263 – 285.

Setiawan, A. S., & Rahmawati. (2016). Role of strategic management accounting and integrated performance in hotel industry. *Advances In Global Business Research, 13*(1), 2421 – 2434.

Setiawan, A. S., & Rahmawati. (2017). Hubungan rating bintang terhadap peran akuntansi manajemen strategis (Studi empiris pada perusahaan hotel di Sumatera Selatan). *Jurnal Akuntansi*. *21*(1), 114 – 126.

Sin, L. Y. M., Tse, A. C. B. C.S., Heung, V. C. S., & Yim, F. H. K. (2005). An analysis of the relationship between market orientation and business performance in the hotel industry. *Hospitality Management*, *24*(4), 555 – 577.

Shortell, S. M., & Zajac, E. J. (1990). Perceptual and archival measures of Miles dan Snow's strategic types: A comprehensive assessment of reliability and validity. *The Academy of Management Journal*, *33*(4), 817 – 832.

Tavitiyaman, P., Zhang, H. Q., & Qu, H. (2012). The effect of competitive strategies and organizational structure on hotel performance. *International Journal Contemporary Hospitality Management*, *24*(1), 140 – 159.

Teeratansirikool, L., Siengthai, S., Badir, Y., & Charoenngam, C. (2013). Competitive strategies and firms performance: The mediating role of performance measurement. *International Journal of Productvity and Performance Management, 62*(2), 168 – 184.

Voola, R., Casimir, G., Carlson, J., & Agnihotri, M. A., (2012). The effects of market orientation, technological opportunism, and e-business adoption on performance: A moderated mediation analysis. *Australasian Marketing Journal*, *20*(2), 136 – 146.

Wang, C. H., Chen, K. Y., & Chen, S. C. (2012). Total quality management, market orientation and hotel performance: The moderating effects of external environmental factors. *International Journal of Hospitality Management*, *31*(1), 19 – 129.

Wooldridge, B., & Floyd, S. W. (1990). The strategy process, middle management involvement and organizational performance. *Strategic Management Journal*, (11), 231 – 241.