

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan zaman modern ini, perusahaan manufaktur mengalami tantangan yang terjadi oleh persaingan yang meningkat dan lingkungan bisnis yang terus mengalami transisi. Indonesia menjadi penunjang kemajuan ekonomi nasional sebesar 5,31% selama tahun 2022 pada sektor industri manufaktur (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2023). Sehingga, perusahaan yang berada di bidang manufaktur berlomba - lomba untuk menumbuhkan nilai dan mengadakan barang yang diminati dan dibutuhkan bagi konsumen. Namun yang akan dihadapi oleh perusahaan manufaktur yaitu ketersediaan sumber daya manusia yang kurang terampil, persaingan dengan perusahaan lainnya, kesulitan dalam menyesuaikan permintaan konsumen, perkembangan teknologi baru akan memberikan tantangan bagi perusahaan manufaktur agar dapat beradaptasi dengan teknologi baru, dan mempertahankan kualitas produk yang tetap konsisten dan bermutu.

Menurut Rohmah (2023), Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Jawa Tengah berusaha agar bidang manufaktur dapat mendorong terciptanya transformasi digital. Sehingga menyebabkan meningkatnya tantangan sektor manufaktur untuk menghadapi era industri 4.0. Dengan transformasi digital, mendorong adanya perubahan pada industri manufaktur di Jawa Tengah yang lebih maju, berdaya saing, dan mendorong efisiensi untuk memberikan keuntungan bagi sebuah perusahaan dalam diskusi *Industrial Roadshow & Business Forum 2023*. Disebutkan pula bahwa kekuatan pada industri manufaktur di Jawa Tengah utamanya berupa makanan, minuman, tekstil, kayu, dan tembakau.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah (2022), bidang industri manufaktur dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Jawa Tengah menjadi penyumbang terbesar. Tahun 2021 kontribusi industri manufaktur sebesar 34,31%. Pada perkembangannya kontribusi bidang industri manufaktur selama kurun waktu 2016-2021, menunjukkan hasil yang stabil. Namun pada pandemi Covid-19 yang telah terjadi menimbulkan tekanan yang berat bagi perekonomian Indonesia dan Jawa Tengah. Berdasarkan data laju pertumbuhan PDRB Jawa Tengah pada tahun 2020 mengalami penurunan yang drastis sebesar -3,80%. Namun memasuki tahun 2021 industri manufaktur mengalami peningkatan permintaan baik dari permintaan produk Jawa Tengah dari luar negeri meningkat dengan kondisi negara tujuan ekspor, dan kegiatan ekonomi yang ada di Jawa Tengah kembali mengarah pada kondisi sebelum pandemi. Penelitian ini menemukan persoalan berdasarkan berita bahwa perusahaan industri manufaktur di Jawa Tengah yang mengalami permasalahan penurunan laba akibat kinerja keuangan yang mengalami krisis akibat Covid-19. Dimana penurunan pendapatan ini disebabkan karena perusahaan yang tidak mampu dalam beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar, yang mengakibatkan kebangkrutan. Hal ini juga karena perusahaan yang gagal dalam berinovasi, kurangnya dalam integrasi pada pengelolaan data keuangan yang menyebabkan ketidakpastian dalam pengambilan keputusan, dan ketidakpuasan pelanggan. Sehingga diperlukan strategi inovasi untuk tetap berinovasi dalam produk atau layanan bisnis, adanya sistem informasi akuntansi manajemen yang efisien dalam pengambilan keputusan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kemampuan perusahaan manufaktur dalam menghasilkan strategi inovasi menjadi faktor penting dalam memajukan kinerja dan keunggulan kompetitif untuk melampaui pesaing (Hariyati et al, 2019). Inovasi yang ada tidak hanya dalam hal memproduksi sebuah produk baru saja, namun juga melakukan perkembangan atau perbaikan dari segi proses produk dan produksinya. Perusahaan manufaktur yang telah menerapkan inovasi secara efektif, nantinya akan mendapatkan peluang yang melebihi kinerja keuangan. Inovasi

dimaknai sebagai proses organisasi yang memanfaatkan keterampilan dan sumber daya untuk menciptakan produk dan jasa baru atau merancang sistem produksi serta operasional baru guna memenuhi tuntutan dari pelanggan (Hariyati & Tjahjadi, 2017).

Seiring dengan berkembangnya dunia industrialisasi, menuntut perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja keuangan, salah satu caranya dengan perusahaan melakukan inovasi. Kesuksesan dalam menerapkan inovasi akan memengaruhi kinerja perusahaan. Hal ini seturut dengan *Resource Based Theory* yang membuktikan bahwa faktor internal atau sumber daya dalam suatu organisasi mendorong keunggulan bersaing. Sehingga, kinerja keuangan menjadi penilaian dari kinerja perusahaan yang mencerminkan sumber daya yang dimiliki. Berdasarkan Hariyati et al. (2019), kinerja keuangan meliputi atribut produk, hubungan yang baik dengan konsumen, dan citra merek. Jika kinerja keuangan perusahaan baik, maka dapat dikatakan memiliki kondisi baik dan sehat. Hal ini menyebabkan kinerja keuangan menjadi suatu aspek yang perlu diperhatikan perusahaan karena memiliki manfaat bagi investor, pemasok, dan kreditor (Ramadhan & Laksito, 2022). Kinerja keuangan sebuah perusahaan mencerminkan seberapa efektif perusahaan tersebut dalam menggunakan sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Yuniar, 2021). Pengukuran kinerja keuangan memiliki signifikansi yang besar bagi perusahaan, karena melalui pengukuran tersebut manajer akan mendapatkan informasi penting yang nantinya dapat dijadikan dalam pengambilan keputusan (Wibowo, 2019).

Manajer dalam menjalankan strategi inovasi memerlukan sistem informasi akuntansi manajemen untuk membantu mengambil keputusan perusahaan. Sistem informasi yang handal berpengaruh dalam mencapai sasaran dan tujuan perusahaan. Sehingga untuk mencapai manfaat yang maksimal dari strategi inovasi dan kinerja keuangan, perlu memerhatikan faktor mediasi antar keduanya melalui sistem informasi akuntansi manajemen (Hariyati et al, 2019). Menurut Wibowo (2019), informasi akuntansi manajemen berperan dalam memperkirakan suatu yang akan terjadi, yang berguna selama pengambilan keputusan dan membuat kebijakan yang tepat, melakukan evaluasi, dan meningkatkan efisiensi kinerja yang akan membantu suatu perusahaan mencapai tujuan organisasinya dengan sukses. Sistem informasi akuntansi manajemen perusahaan berperan mengukur biaya dan manfaat dari upaya inovasi yang akan dilakukan, sehingga dapat membantu manajemen dalam pengambilan keputusan terhadap alokasi sumber daya dan prioritas inovasi.

Berdasarkan penelitian Hutahayan (2020), membuktikan bahwa strategi inovasi berpengaruh signifikan terhadap sistem informasi akuntansi manajemen. Dalam situasi ini, strategi inovasi memerlukan sistem informasi akuntansi manajemen yang dapat diandalkan. Namun secara empiris sistem informasi manajemen tidak secara langsung membuktikan pengaruhnya terhadap kinerja keuangan. Dengan sistem informasi akuntansi manajemen yang terpercaya akan menghasilkan informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan, sehingga tercipta proses bisnis yang unggul. Begitu pula dengan strategi inovasi yang memerlukan sistem informasi akuntansi manajemen yang dapat menyediakan informasi yang luas, terpadu, tepat waktu dan terintegrasi (Hariyati et al., 2019).

Ketatnya persaingan mengakibatkan perusahaan perlu mempertahankan para konsumen lama dan memperoleh konsumen yang baru melalui kinerja perusahaan. Dimana kinerja perusahaan terdiri atas kinerja keuangan dan non keuangan, non keuangan seperti kinerja pelanggan. Didukung dengan penelitian Hariyati & Tjahjadi (2015), membuktikan bahwa perusahaan terlebih dahulu menentukan pelanggan dan target pasarnya agar lebih fokus pada tolok ukurnya. Sehingga kinerja pelanggan dapat diketahui dengan melihat tingkat kepuasan pelanggan. Meningkatkan inovasi produk merupakan salah satu upaya yang dapat diambil oleh perusahaan guna meningkatkan kepuasan pelanggan (Efanny

Fillayata, 2020). Ketika perusahaan mampu berinovasi menyediakan kebutuhan dan harapan pelanggan atau menyediakan produk dan layanan inovatif, maka dampak dari strategi inovasi terhadap kinerja keuangan perusahaan dapat bertambah. Hasil penelitian Hariyati et al. (2019) menyatakan bahwa kinerja pelanggan memediasi hubungan antara strategi inovasi dan kinerja keuangan.

Produk dapat bernilai jika manfaat yang diterima produk melebihi dari biaya perolehan. Sehingga perusahaan perlu memenuhi kepuasan pelanggan melalui bidang pasar dan memberikan layanan terbaik sesuai dengan sumber daya yang tersedia, karena dengan kinerja pelanggan yang baik akan berpengaruh langsung pada kinerja keuangan perusahaan. Dan perusahaan perlu berupaya untuk meningkatkan inovasi dan memperbaiki tingkat kepuasan pelanggan dalam lingkungan persaingan bisnis saat ini. Hasil penelitian Hariyati & Tjahjadi (2015), menunjukkan bahwa kinerja pelanggan berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Melihat dari fenomena yang ada terjadi penurunan laba akibat kinerja keuangan yang mengalami kondisi ekonomi yang disebabkan dengan adanya pandemi Covid-19 serta menurunnya keuangan pada industri manufaktur, sehingga penulis tertarik untuk meneliti topik mengenai "Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen dan Kinerja Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Industri Manufaktur di Jawa Tengah)" bertujuan untuk melihat pengaruh signifikan apakah strategi inovasi, sistem informasi akuntansi manajemen, dan kinerja pelanggan dapat memengaruhi kinerja keuangan pada perusahaan industri manufaktur di Jawa Tengah. Sehingga dapat memberikan bantuan kepada manajer dalam menerapkan kebijakan baru yang dapat menambahkan nilai perusahaan.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dibentuk rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah strategi inovasi berpengaruh positif terhadap sistem informasi akuntansi manajemen?
2. Apakah sistem informasi akuntansi manajemen berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan?
3. Apakah strategi inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja pelanggan?
4. Apakah kinerja pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan?
5. Apakah strategi inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan?
6. Apakah sistem informasi akuntansi manajemen dapat memediasi antara hubungan strategi inovasi dan kinerja keuangan?
7. Apakah kinerja pelanggan dapat memediasi antara hubungan strategi inovasi dan kinerja keuangan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan diadakan penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh strategi inovasi terhadap sistem informasi akuntansi manajemen.
2. Untuk menganalisis pengaruh sistem informasi akuntansi manajemen terhadap kinerja keuangan.
3. Untuk menganalisis pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja pelanggan.
4. Untuk menganalisis pengaruh kinerja pelanggan terhadap kinerja keuangan.
5. Untuk menganalisis pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja keuangan.
6. Untuk menganalisis pengaruh mediasi sistem informasi akuntansi manajemen antara hubungan strategi inovasi dan kinerja keuangan.

7. Untuk menganalisis pengaruh mediasi kinerja pelanggan antara hubungan strategi inovasi dan kinerja keuangan?

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk studi sejenis, menjadi bahan referensi perpustakaan, serta memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman pembaca dan peneliti mengenai faktor-faktor yang berpengaruh dalam strategi inovasi dan kinerja keuangan melalui sistem informasi akuntansi manajemen dan kinerja pelanggan sebagai variabel mediasi. Dan diharapkan temuan dari penelitian ini dapat berkontribusi dalam upaya memberikan masukan kepada perusahaan industri manufaktur di Jawa Tengah apabila strategi inovasi dalam perusahaan tidak lepas dari sistem informasi akuntansi manajemen dan kinerja pelanggan yang nantinya dapat menambah kinerja keuangan perusahaan pada saat tertentu.

2. Kajian Pustaka

2.1 Resource Based Theory

Menurut Wernerfelt (1986) menyatakan bahwa *Resource Based Theory* adalah teori yang dirancang untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana suatu perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif dengan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya yang unik dan tidak dapat diakses oleh pesaing lainnya. Dengan tekanan persaingan yang semakin meningkat, sebuah perusahaan harus mengambil tindakan dalam mempertahankan dan memperkuat kompetensinya agar dapat bertahan dalam persaingan. *Resource Based Theory* meyakini bahwa organisasi merupakan pondasi kekuatan suatu perusahaan, sehingga kemampuan sumber daya yang dimiliki perusahaan tersebut memungkinkan perusahaan dalam memaksimalkan potensi profitabilitas mereka (Hen Lie, 2021).

Menurut Hutahayan (2020) *Resource Based Theory* bahwa sumber daya harus memenuhi dalam dua kriteria untuk memberikan hasil yang optimal: (1) berharga, bermakna bahwa sumber daya akan bernilai apabila dapat menyediakan manfaat strategis bagi perusahaan; (2) langka, bermakna bahwa sumber daya harus memiliki atribut yang unik agar sulit ditiru oleh pesaing; (3) peniruan yang tidak sempurna, bermakna bahwa sumber daya akan memberikan keunggulan kompetitif kepada perusahaan apabila pesaing tidak dapat menirunya dengan sempurna; (4) tidak substitusi, yang bermakna bahwa sumber daya tidak dapat digantikan oleh sumber daya lainnya dalam memberikan nilai yang sama kepada perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus mempunyai kemampuan dalam mengkoordinasikan sumber daya dengan strategi yang baik, karena hal tersebut penting dalam mengembangkan keterampilan yang pada akhirnya dapat mencapai kinerja yang tinggi (Dasuki et al., 2021). Hasil penelitian Grant (1991) menyatakan bahwa *Resources Based Theory, above-average returns (AAR)* bagi suatu entitas ditentukan oleh karakteristik dalam entitas. Dimana teori ini berpusat pada pengembangan dan penerimaan sumber daya dan kemampuan yang tidak dapat ditiru oleh pesaing.

2.2 Teori Kontijensi

Teori kontijensi merupakan teori kesesuaian dimana pemimpin harus menyesuaikan dengan kondisi perusahaan. Teori yang dikemukakan oleh Hutahayan (2020) menyatakan bahwa teori kontijensi mengacu pada faktor yang situasional atau faktor yang memengaruhi kinerja organisasi. Sedangkan menurut Hariyati & Tjahjadi (2015) menyatakan bahwa pendekatan kontinjensi menjelaskan mengenai mengapa sistem akuntansi berdeda antara satu kondisi ke kondisi lain. Berdasarkan Hariyati et al.

(2019), suatu perusahaan dapat beradaptasi dengan berbagai faktor kontijensi jika, perusahaan ingin mencapai kinerja yang tinggi. Faktor-faktor ini diantaranya struktur organisasi, lingkungan, ukuran organisasi, dan strategi bisnis. Lawrence and Lorsch (1967) menyatakan bahwa tidak ada cara terbaik dalam mencapai kesuksesan antara faktor organisasi dan lingkungan agar memperoleh prestasi yang baik bagi suatu organisasi. Hariyati & Tjahjadi (2015) menyimpulkan bahwa terdapat tiga konsep yang memengaruhi efektivitas sistem akuntansi yaitu teknologi, struktur perusahaan, dan lingkungan. Penelitian ini menggunakan variabel kontekstual atau kontijen kinerja pelanggan sebagai faktor yang dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

2.3 Strategi Inovasi

Strategi merupakan cara kerja yang menyatukan arah utama, misi, dan aktivitas unit kerja. Dalam pandangan lain, strategi adalah kumpulan rencana yang digabungkan menjadi satu kesatuan yang menghubungkan kekuatan, tantangan, dan peluang yang akan dihadapi unit kerja. Menurut Witjaksono & Amir (2022), menyatakan bahwa strategi inovasi adalah bagian dari manajemen dan berfungsi sebagai perangkat awal dalam memastikan tujuan inovasi organisasi dengan menggunakan usaha dan arah bisnis. Strategi ini akan memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang baru untuk kemajuan perusahaan.

Perusahaan harus berinovasi agar nantinya dapat bersaing dalam pasar global, dimana perusahaan perlu merancang struktur perusahaan, meningkatkan kompetensi, serta mengembangkan struktur baru untuk mengetahui bagaimana keadaan pasar dan permintaan pasar yang berbeda, dan menjalin kerjasama dengan perusahaan lain. Sebelum mulai melakukan inovasi, perusahaan terlebih dahulu untuk memikirkan strategi inovasi mereka. Dengan strategi inovasi maka dapat berdampak pada kinerja keuangan (Hariyati & Tjahjadi, 2017). Dengan menggunakan strategi inovasi, manajer dapat mengamati tindakan pesaing mereka, mendapatkan informasi mengenai pasar pelanggan, dan menggunakan sumber daya perusahaan dengan efisien.

2.4 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah representasi dari keadaan keuangan sebuah perusahaan dalam jangka waktu tertentu yang mencerminkan prestasi, perkembangan, dan potensi pertumbuhannya. Kinerja keuangan mencerminkan keadaan keuangan perusahaan dalam jangka waktu tertentu, baik dalam mengumpulkan maupun mengalokasikan dana yang dievaluasi dengan menggunakan indikator seperti kecukupan modal dan profitabilitas (Rambe, 2020). Dalam penelitian Hariyati & Tjahjadi (2015), terdapat dua metode utama yang dapat meningkatkan kinerja keuangan yaitu pertumbuhan pendapatan dan produktivitas. Dengan memperkuat hubungan dengan pelanggan saat ini, perusahaan dapat menghasilkan keuntungan melalui menjual barang kepada pelanggan dengan tetap memperkuat hubungan kepada pelanggan. Sedangkan dalam hal produktivitas, perusahaan dapat menghasilkan hasil yang diinginkan dengan menggunakan sumber yang ada secara efisien.

2.5 Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

Sistem informasi akuntansi merupakan sistem yang membantu dalam pengelolaan keuangan. Sistem informasi akuntansi manajemen menurut Lestari et al. (2020), menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi manajemen merupakan suatu proses yang melibatkan identifikasi, pengukuran, agregasi, analisis, penyusunan, interpretasi, dan komunikasi informasi keuangan yang digunakan manajemen dalam merencanakan, mengevaluasi, dan mengontrol sebuah perusahaan dengan memastikan dan

mempertanggungjawabkan penggunaan sumber daya secara efektif. Manajer membutuhkan informasi yang berpusat pada pesaing, dan berorientasi pada pasar dan lingkungan eksternal sehingga sistem informasi akuntansi manajemen berfungsi mengidentifikasi bagian dari data keuangan dan non keuangan yang memberikan informasi penting bagi manajer dalam melakukan aktivitas manajerial (Kontesa & Siahaan, 2021). Berdasarkan Supratiningrum & Lukas (2021), sistem informasi akuntansi manajemen berfungsi dalam membantu manajer dalam mengontrol aktivitas perusahaan dengan tujuan memfasilitasi pencapaian tujuan perusahaan.

2.6 Kinerja Pelanggan

Balanced scorecard menjelaskan bahwa suatu kerangka kerja memiliki pengukuran kerja yang menyatakan mengenai visi dan strategi organisasi dalam empat perspektif yaitu: (1) perspektif keuangan, (2) perspektif pelanggan, (3) perspektif proses bisnis internal, dan (4) perspektif pembelajaran dan pertumbuhan (Alfianto Anugrah Ilahi & Alimuddin, 2022). *Customer perspective* dalam *strategy map* menjelaskan bahwa manajer mengidentifikasi bidang pasar yang ditargetkan di mana unit bisnis bersaing dan mengevaluasi kinerja unit bisnis untuk pelanggan dalam segemen pasar yang ditargetkan (Hariyati & Tjahjadi, 2015). Pada pandangan mengenai pengukuran kinerja berupa kepuasan pelanggan (*Customer satisfaction*), kepuasan pelanggan diukur dengan besarnya kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan (Zuniawan et al., 2020). Menurut Nurfadholi (2020), bidang pasar (pelanggan) adalah proses memisahkan pasar ke dalam kelompok-kelompok pelanggan yang memiliki kesamaan karakteristik dalam perilaku pembeli. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja pelanggan merupakan kecakapan perusahaan dalam mencukupi keinginan dan kepuasan pelanggannya. Perusahaan harus beradaptasi terhadap pelayanan yang berkualitas dalam menghadapi perubahan lingkungan dan kemajuan teknologi (Sumarsid, 2022).

2.7 Pengembangan Hipotesis

2.7.1 Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

Perusahaan dalam menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dan pelanggan dibutuhkan strategi inovasi dengan mencari mengenai informasi baru dalam pasar. Dengan perkembangan manajemen kinerja modern yang menggabungkan strategi inovasi membuktikan bahwa karakteristik sistem informasi akuntansi manajemen seperti ketepatan waktu, agregasi, dan integrasi berguna bagi manajer ketika mencakup jangkauan yang luas (Hariyati & Bambang Tjahjadi, 2018). Menurut Hutahayan (2020), menyatakan bahwa seluruh aspek organisasi dipengaruhi oleh strategi inovasi, termasuk informasi yang disediakan oleh sistem informasi akuntansi manajemen. Manajer dalam menjalankan strategi inovasi membutuhkan sistem informasi akuntansi manajemen untuk membantu dalam pengambilan keputusan untuk perusahaan. Sistem informasi akuntansi manajemen berperan dalam memprediksi akibat yang mungkin terjadi dari berbagai pilihan yang diambil dalam berbagai kegiatan seperti perencanaan, pengawasan, dan proses pengambilan keputusan (Hariyati et al., 2019). Kualitas keputusan yang akan diambil manajer dapat ditingkatkan dengan memastikan bahwa informasi yang ada berdasarkan kebutuhan pengambilan keputusan yang pada akhirnya berpotensi dalam meningkatkan kinerja perusahaan. *Resource Based Theory*, sistem informasi akuntansi manajemen adalah sumber daya yang dimiliki perusahaan yang memiliki potensi dalam meningkatkan kinerja perusahaan yang dapat dicapai dengan mengembangkan atau menciptakan sistem informasi akuntansi manajemen yang mampu mendukung strategi inovasi secara efektif bagi perusahaan. Sehingga strategi

inovasi yang efektif dalam kaitannya dengan sistem informasi akuntansi manajemen dapat berdampak pada proses pengambilan keputusan, efisiensi operasional, dan kemampuan perusahaan dalam menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan. Berdasarkan penjelasan yang ada, maka hipotesis yang dikembangkan yaitu:

H1 : Strategi inovasi berpengaruh positif terhadap sistem informasi akuntansi manajemen

2.7.2 Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Keuangan

Sistem informasi akuntansi manajemen memungkinkan perusahaan dalam memantau kinerja keuangan. Melalui pemantauan yang tepat, perusahaan dapat mengetahui masalah keuangan dengan cepat serta tindakan apa yang harus diperlukan. Informasi dari sistem akuntansi yang handal dan tepat memiliki cakupan, ketepatan waktu, dan agregasi dan integrasi yang luas (Hariyati et al., 2019). Hal ini membantu manajer membuat keputusan mengenai informasi pengurangan biaya, dan strategi lainnya yang dapat memengaruhi kinerja keuangan. Sebagai bagian dari sistem akuntansi manajemen, informasi akuntansi manajemen berguna dalam membantu manajemen memprediksi kemungkinan konsekuensi dari strategi yang diterapkan dalam aktivitas seperti perencanaan, pengadaan, dan membuat keputusan (Hariyati & Bambang Tjahjadi, 2018). Perbaikan dalam proses internal berupa kepuasan pelanggan yang baik akan membuat organisasi lebih kompetitif dan menciptakan kinerja keuangan yang baik (Hutahayan, 2020). Menurut *Resource Based Theory*, sistem informasi akuntansi manajemen sebagai sumber daya penting yang dapat membantu perusahaan dalam menciptakan keuangan yang unggul dari pesaing. Berdasarkan penjelasan yang ada, maka hipotesis yang dikembangkan yaitu:

H2 : Strategi informasi akuntansi manajemen berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

2.7.3 Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Pelanggan

Proses inovasi berkaitan dengan menciptakan produk dan layanan yang berdasarkan kebutuhan pelanggan dan memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan produk baru (Hariyati et al., 2019). Meningkatkan pangsa pasar serta meningkatkan kepuasan pelanggan akan menghasilkan nilai lebih dari pelanggan, nilai ini akan diperoleh melalui pengembangan pengembangan produk atau layanan yang semakin canggih, lebih berkualitas, dan terdapat keunggulan yang dapat menyebabkan produk atau layanan dapat memikat pelanggan. Dengan berinovasi pada berbagai bidang dan menetapkan teknologi, perusahaan mampu menjawab kepuasan pelanggan (Jones, 2004). Dalam studi Hariyati & Tjahjadi (2015), perspektif pelanggan yang diberikan kepada pelanggan dilihat dari atribut produk, hubungan baik dengan pelanggan, dan *brand image*. Hasil penelitian Hariyati et al. (2019), menyatakan bahwa kinerja pelanggan berpengaruh pada strategi inovasi. Selaras dengan teori kontijensi bahwa perusahaan dalam menciptakan produk atau layanan yang sesuai keinginan pelanggan perlu memperhatikan faktor lingkungan, struktur perusahaan, dan teknologi yang akan membantu memikat pelanggan. Berdasarkan penjelasan yang ada, maka hipotesis yang dikembangkan yaitu:

H3 : Strategi inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja pelanggan

2.7.4 Pengaruh Kinerja Pelanggan Terhadap Kinerja Keuangan

Kinerja pelanggan menjadi sumber pendapatan. Jika pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan perusahaan, mereka cenderung akan melakukan pembelian berulang yang dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Dalam perspektif

pelanggan menunjukkan kinerja pelanggan, dimana perusahaan harus menentukan target pasar dan pelanggan yang nantinya akan menjadi target (Hariyati & Tjahjadi, 2017). Manajer harus mampu menentukan cara dalam menilai kinerja perusahaan agar mencapai target keuangannya. Jika unit bisnis bermaksud meraih pencapaian kinerja keuangan yang besar dalam jangka yang panjang, maka diperlukan upaya untuk mengembangkan serta memperkenalkan produk atau layanan baru yang memiliki nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan (Hariyati et al., 2019). Perusahaan perlu memenuhi kepuasan pelanggan dengan melakukan target pasar dan memberikan layanan terbaik sesuai sumber daya yang dimiliki, karena dengan kinerja pelanggan yang positif akan berpengaruh pada kinerja keuangan. Rohmatul Ulla et al. (2019) memaparkan bahwa kinerja keuangan dipengaruhi secara besar oleh kinerja pelanggan karena kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan sesuai preferensi dan keinginan pelanggan. Agar mencapai kinerja keuangan yang unggul, maka unit bisnis harus mengembangkan dan menawarkan produk atau layanan baru yang memberikan nilai lebih kepada pelanggan mereka (Kaplan & Norton, 1996). Teori kontijensi menjelaskan bahwa dengan adanya ketidakpastian lingkungan dan ketidakpastian strategi, maka pendekatan kontijensi digunakan untuk menjelaskan bagaimana faktor kontijensi dapat memengaruhi keunggulan kinerja perusahaan. Berdasarkan penjelasan yang ada, maka hipotesis yang dikembangkan yaitu:

H4 : Kinerja pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

2.7.5 Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja keuangan

Penerapan strategi inovasi yang diterapkan oleh perusahaan akan menghasilkan kinerja keuangan yang baik dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menerapkan strategi inovasi. Hariyati & Bambang Tjahjadi (2018), menunjukkan bahwa perusahaan perlu berinovasi agar tetap berkompetitif. Dimana inovasi memiliki peranan yang signifikan dalam meningkatkan nilai, seperti menembus pasar baru, menjaga pangsa pasar yang sudah ada, dan meningkatkan keunggulan dalam persaingan (Hutahayan, 2020). Strategi inovasi mendorong para manajer dalam merinci arah inovasi yang akan mereka fokuskan di masa depan dengan mempertimbangkan adanya strategi perusahaan, kondisi industri, kemampuan internal, kelemahan dan kekuatan (Perwiranegara, 2015). Kinerja keuangan perusahaan dapat dilihat melalui strategi pertumbuhan dan strategi produktivitas. Meningkatkan produktivitas dapat dilakukan melakukan inovasi, dimana inovasi yang tidak hanya terkait pada produk atau layanan, namun juga dapat mencakup proses internal perusahaan. Pendapat mengenai pengaruh positif strategi inovasi terhadap kinerja berdasarkan *Resource Based Theory*, bahwa inovasi merupakan faktor yang penting bagi perusahaan dalam bersaing secara efektif di pasar domestik dan global serta dianggap sebagai faktor terpenting dari strategi organisasi (Davila, 2000; Hitt et al., 2001). Sehingga teori yang digunakan adalah *Resource Based Theory* yang menjabarkan bahwa dalam persaingan perusahaan harus menaikkan nilai perusahaan aset strategi yang tinggi untuk kinerja keuangan. Berdasarkan penjelasan yang ada, maka hipotesis yang dikembangkan yaitu:

H5 : Strategi inovasi berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan

2.7.6 Pengaruh Mediasi Sistem Informasi Akuntansi Manajemen Terhadap Hubungan Strategi Inovasi dan Kinerja Keuangan

Penerapan strategi inovasi bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah perusahaan melebihi pesaingnya dan mendukung manajer dalam mengawasi kinerja di tengah persaingan lingkungan yang tidak pasti (Hariyati et al., 2019). Informasi yang dimiliki perusahaan akan menjadi efektif apabila mampu memberikan dukungan kepada pengguna informasi untuk mengambil keputusan. Sistem informasi akuntansi

manajemen memiliki peran penting dalam menghasilkan informasi yang handal bagi manajer dalam membuat keputusan dan strategi yang baik (Hutahayan, 2020) Sistem informasi akuntansi manajemen mendukung perusahaan dalam mengatur risiko terkait inovasi yang memungkinkan apakah inovasi memiliki pengaruh positif pada kinerja keuangan. Sebagaimana dikemukakan oleh Gerloff (1991), bahwa informasi yang tersedia pada sebuah perusahaan dapat membantu pengguna atau pengambil keputusan. Sehingga informasi yang dibutuhkan melalui pengambilan keputusan akan meningkatkan kualitas keputusan yang akan memperkuat kinerja keuangan perusahaan (Hariyati & Bambang Tjahjadi, 2018). Semua rencana perusahaan berupa inovasi akan memberi pengaruh pada sistem informasi akuntansi manajemen. *Resource Based Theory* memandang bahwa keunggulan daya saing bergantung pada sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan yang akan memberikan keuntungan. Dimana disini keberadaan sistem informasi akuntansi manajemen yang bermutu akan memberikan nilai strategi bagi perusahaan. Berdasarkan penjelasan yang ada, maka hipotesis yang dikembangkan yaitu:

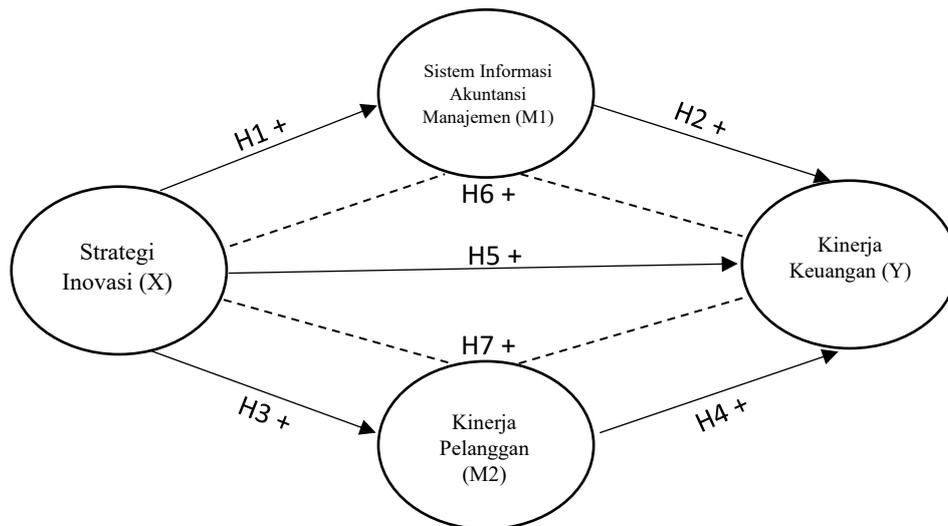
H6 : Sistem informasi akuntansi manajemen memediasi terhadap strategi inovasi dan kinerja keuangan

2.7.7 Pengaruh Mediasi Kinerja Pelanggan Terhadap Hubungan Strategi Inovasi dan Kinerja Keuangan

Modal pelanggan mencerminkan keterkaitan yang baik oleh perusahaan dengan mitra bisnis, termasuk pemasok yang terpercaya dan berkualitas, serta pelanggan yang setia dan puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan (Hariyati et al., 2019) Perusahaan perlu mencapai hubungan yang saling mendatangkan manfaat bagi pelanggan. Kontribusi dari nilai dirasakan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan merupakan penilai secara keseluruhan yang dilakukan oleh pelanggan terhadap mutu layanan yang diterima, dan mampu memengaruhi minat pelanggan dalam menggunakan layanan tersebut (Wulandari Y, 2019). Dalam memuaskan pelanggan, perusahaan perlu melakukan kelompok pasar untuk memberikan pelayanan terbaik berdasarkan kemampuan dan sumber daya yang tersedia (Hariyati & Tjahjadi, 2015), dan pada hasil penelitiannya dijelaskan bahwa kinerja pelanggan memediasi hubungan antara strategi inovasi dengan kinerja keuangan. Melalui teori kontijensi, perusahaan dapat melihat elemen-elemen yang memengaruhi kinerja organisasi salah satunya faktor lingkungan yang mencakup kelompok pasar yang mempertimbangkan kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan yang mereka gunakan. Berdasarkan penjelasan yang ada, maka hipotesis yang dikembangkan yaitu:

H7 : Kinerja Pelanggan memediasi terhadap strategi inovasi dan kinerja keuangan.

2.8 Model Penelitian



Gambar 1
Model Penelitian

3. Metode Penelitian

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini mencakup Perusahaan Industri Manufaktur di wilayah Jawa Tengah. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah (2022), jumlah industri manufaktur skala besar dan sedang di Provinsi Jawa Tengah tahun 2022 sebanyak 4.226 perusahaan. Pada bagian populasi terdapat sampel. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan teknik *simple random sampling* dengan mengambil sampel populasi secara acak untuk mewakili populasinya. Sebagai penentuan sampel memerlukan rumus Taro Yamane atau Slovin sebagai alat penentuan sampel penelitian (Machali, 2021) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d = Tingkat penyimpangan yang diinginkan

Pada penelitian ini sampel yang akan didapatkan dari rumus Taro Yamane atau Slovin menggunakan presentase 10% (0,1) karena jumlah populasi yang besar yaitu 4.226 perusahaan. Sehingga untuk perhitungan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{4.226}{4.226(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{4.226}{43,26} = 97,68 \text{ dibulatkan menjadi } 98 \text{ responden}$$

Melalui perhitungan sampel diatas, maka dapat ditemukan jumlah sampel setelah diolah menjadi sebanyak 98 sampel pada perusahaan industri manufaktur menengah dan besar di Jawa Tengah.

3.2 Data dan Sumber Data

Data yang diaplikasikan dalam penelitian ini yaitu data primer menggunakan data kuantitatif. Sumber data didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden yang disusun melalui skala likert. Responden dalam penelitian ini mencakup manajer unit bisnis atau manajer keuangan atau manajer sumber daya atau manajer operasi dalam perusahaan industri manufaktur di Jawa Tengah. Teknik pengumpulan data dibagikan secara *online* menggunakan *google form* yang dikirimkan melalui *e-mail* kepada manajer dalam perusahaan industri manufaktur di Jawa Tengah.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini melibatkan tiga macam variabel yaitu variabel independen, variabel dependen, serta variabel moderasi. Definisi operasional memperjelas variabel beserta indikatornya agar tiap-tiap variabel dapat diukur.

Tabel 1
Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Indikator Penelitian	Skala Penelitian
Strategi Inovasi (X)	1. Inovasi produk 2. Inovasi Proses (Hutahayan, 2020)	<i>Skala Likert</i> 5 poin, dengan rentang skor dari 1 (tidak pernah) hingga 5 (sangat sering)
Sistem Informasi Akuntansi Manajemen (M1)	1. Cakupan luas 2. Agregasi 3. Integrasi 4. Ketepatan waktu (Hutahayan, 2020)	<i>Skala Likert</i> 5 poin, dengan rentang skor dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju)
Kinerja Pelanggan (M2)	1. <i>Product/service attributes</i> 2. <i>Relationship</i> 3. <i>Image</i> (Hariyati & Tjahjadi, 2015)	<i>Skala Likert</i> 5 poin, dengan rentang skor dari 1 (tidak baik) hingga 5 (sangat baik)
Kinerja Keuangan (Y)	1. Perbaikan struktur biaya 2. Peningkatan pemanfaatan aset 3. Perluasan peluang pendapatan 4. Peningkatan nilai pelanggan (Hutahayan, 2020)	<i>Skala Likert</i> 5 poin, dengan rentang skor dari 1 (tidak baik) hingga 5 (sangat baik)

3.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini mengadopsi metode analisis kuantitatif menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan alat analisis *Partial Least Square* (PLS) yang diuji melalui perangkat lunak SmartPLS. PLS dipergunakan untuk menguji hipotesis dalam analisis data dengan menentukan sejauh mana bukti data yang diamati mendukung atau menentang hipotesis yang diajukan.

3.4.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan dalam merangkung dan memberi gambaran mengenai karakteristi, sampel atau data (Machali, 2021). Analisis statistik deskriptif

menyajikan informasi mengenai rata-rata (mean), median, modis, deviasi standar, nilai minimum sampai maksimum dalam setiap variabel dalam data (Ghozali Imam, 2021).

3.4.2. Alat Analisis Data

Analisis SmartPLS dalam penelitian ini mencakup dua komponen model yaitu model pengukuran (*outer model*), dan model structural (*inner model*).

3.4.3. Model Pengukuran (*Outer Model*)

1. Uji Validitas

Uji validitas dipergunakan untuk mengukur validitas dari suatu pertanyaan dalam kuesioner. Uji validitas memeriksa hubungan antara jawaban responden terhadap setiap item dengan total jawaban responden dari seluruh pertanyaan. Dalam uji validitas terdapat dua uji validitas berupa uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan.

- a. Uji validitas konvergen dalam konteks analisis faktor dapat dinilai dari nilai *loading factor* dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dimana untuk kriteria *loading factor* sendiri nilai $> 0,70$ untuk setiap indikator konstruk. Apabila nilai *loading factor* antara $0,60 - 0,70$ masih dapat diterima, meskipun kurang kuat dari $0,70$. Sedangkan untuk nilai AVE nilai harus $> 0,50$. AVE mengukur sejauh mana variabilitas dalam indikator yang dipakai dalam mengukur konstruk dapat dijelaskan. Jika nilai $> 0,50$ menunjukkan bahwa konstruk tersebut telah menghasilkan sebagian besar variable variasi dalam indikator yang digunakan (Ghozali Imam, 2021).
- b. Uji validitas diskriminan menjelaskan mengenai pernyataan yang dapat mengungkapkan indikator dapat diukur dan hasil tersebut dapat digeneralisasikan. Uji validitas diskriminan dapat diterima jika nilai *cross loading* setiap variabel $> 0,70$ (Ghozali Imam, 2021).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipergunakan untuk mengetahui adanya kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab item dalam suatu indicator variabel. Uji reliabilitas yang menggunakan PLS akan terdapat dua metode yaitu melalui *cronbach alpha* dan *composite reliability*, dengan nilai *cronbach alpha* lebih cenderung *under estimate* dalam mengukur reliabilitas, sedangkan *composite reliability* berasumsi estimasi parameter akurat $> 0,70$ *confirmatory* dan nilai $0,60 - 0,70$ dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory* (Ghozali Imam, 2021).

3.4.4. Model Pengukuran (*Inner Model*)

1. Uji R-Square

Uji R-square digunakan dalam menjelaskan variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Apabila nilai R-square $0,67$ atau lebih dari $0,67$ maka kuat, sedangkan $0,33$ (medium atau moderat), dan $0,19$ (lemah).

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan agar mengetahui senua variabel memiliki keterkaitan pada hipotesis sebelumnya atau menolak hipotesis. Nilai *p-value* dengan alpa 5% yaitu $< 0,05$ sedangkan nilai *t-tabel* dengan alpa $1,96$. Dimana hipotesis mempunyai pengaruh signifikan jika nilai t-statistik $> 1,96$ dengan nilai p-value $< 0,05$. Serta hipotesis tidak mempunyai pengaruh signifikan jika nilai t-statistik $< 1,96$ dengan nilai p-value $> 0,05$.

3. Uji Mediasi

Uji mediasi adalah uji untuk mengetahui pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dari variabel independent terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi. Pengaruh langsung terjadi apabila satu variabel memengaruhi variabel lainnya

tanpa adanya variabel yang memediasi kedua variabel tersebut. Sedangkan pengaruh tidak langsung apabila terdapat variabel yang memediasi hubungan kedua variabel tersebut (Hidayah S, 2011). Jika VAF > 80% maka full mediasi, jika VAF 20% - 80% maka mediasi persial, dan VAF < 20% maka tidak ada pengaruh mediasi (Ghozali Imam, 2021).