

PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DENGAN VARIABEL INTERVENING SISTEM AKUNTANSI MANAJEMEN

Candrika Rahmasuci

11201121

Program Studi Akuntansi STIE Bank BPD Jateng

candrikarahmasuci17@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha mikro kecil menengah dengan variabel intervening sistem akuntansi manajemen. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah UMKM bidang kuliner di Kota Semarang. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga diperoleh sebanyak 95 sampel. Alat analisis menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan metode Struktural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap sistem akuntansi manajemen. Orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha. Sistem akuntansi manajemen berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha. Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan yang dimediasi oleh sistem akuntansi manajemen berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha.

Kata Kunci : Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kinerja Usaha, Sistem Akuntansi Manajemen

Abstract

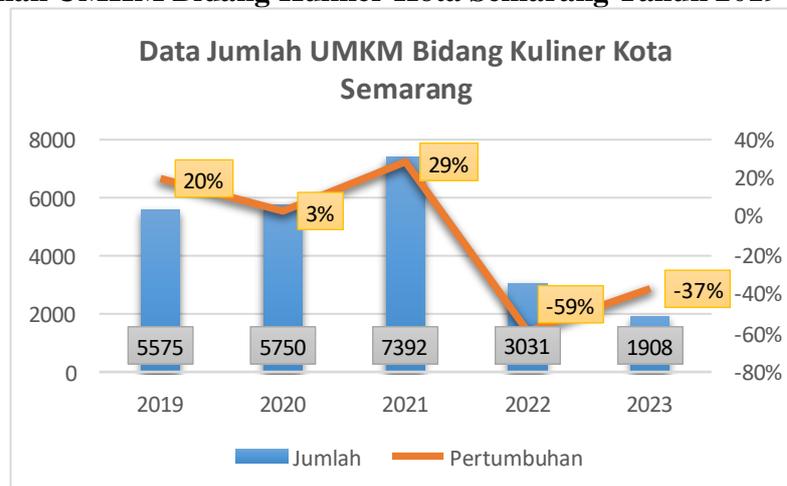
This research aims to determine and analyze the influence of market orientation and entrepreneurial orientation on the performance of micro, small and medium enterprises with the intervening variable of the management accounting system. This research method uses quantitative methods. The population of this research is MSMEs in the culinary sector in Semarang City. The sample in this study used a purposive sampling technique so that 95 samples were obtained. The analysis tool uses Partial Least Square (PLS) with the Structural Equation Modeling (SEM) method. The research results show that market orientation and entrepreneurial orientation have a significant positive effect on the management accounting system. Market orientation has no effect on business performance. Entrepreneurial orientation has a significant positive effect on business performance. The management accounting system has a significant positive effect on business performance. Market orientation and entrepreneurial orientation mediated by the management accounting system have a significant positive effect on business performance.

Keywords: Market Orientation, Entrepreneurship Orientation, Business Performance, Management Accounting System

1. Pendahuluan

Bisnis baik dalam skala besar ataupun kecil saat ini cenderung mengalami persaingan yang ketat. Fakta ini menuntut seorang pengusaha untuk memiliki keunggulan serta kinerja yang baik sehingga perusahaan mampu bersaing dengan lawan bisnisnya. Di Indonesia, pelaku bisnis kecil dan menengah disebut dengan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). Sektor UMKM memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61%, atau senilai dengan Rp9.580 triliun, bahkan kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai sebesar 97% dari total tenaga kerja (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, 2023). Masalah dan tantangan baru terus bermunculan dan memaksa UMKM untuk memeriksa kembali kondisi internalnya sehingga dapat meningkatkan kinerja dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Untuk meningkatkan kinerja usahanya, setiap UMKM membutuhkan sebuah strategi dimana strategi ini memiliki implikasi besar terhadap struktur, aktivitas, investasi, hubungan dengan pasar dan kinerjanya.

Tabel 1.1
Jumlah UMKM Bidang Kuliner Kota Semarang Tahun 2019 - 2023



Sumber : Data Semarang Kota Dan Dinas Koperasi & UMKM Kota Semarang, 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui perkembangan jumlah UMKM bidang kuliner di Kota Semarang dari tahun 2019 – 2023. Jumlah UMKM bidang kuliner pada tahun 2019 adalah sebanyak 5.575 atau sebanyak 20%. Pada tahun 2020 terjadi peningkatan jumlah UMKM bidang kuliner menjadi sebanyak 5.750 UMKM atau 3% dan meningkat pada tahun 2021 menjadi 7.392 unit atau meningkat sebanyak 29%. Namun, pada tahun 2022 jumlah UMKM bidang kuliner menurun menjadi 3.031 atau menurun sebanyak 59% dan pada tahun 2023 kembali mengalami penurunan menjadi 1.908 unit atau mengalami penurunan sebanyak 37%. Data ini menunjukkan bahwa UMKM bidang kuliner memiliki kinerja yang kurang baik sehingga para pelaku usaha tidak dapat mempertahankan bisnisnya.

Lingkungan bisnis yang berubah menuntut perusahaan semakin berorientasi pada pasar (*market oriented*). Orientasi pasar adalah suatu konsep orientasi yang berfokus pada penciptaan nilai-nilai yang tinggi bagi konsumen (Hamel & Wijaya, 2020). Orientasi pasar merupakan faktor penting yang memungkinkan perusahaan memahami pasar dan mengembangkan strategi produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan kebutuhan pasar. Semakin kompetitif suatu industri, kemampuan orientasi pasar perusahaan akan semakin krusial (Sari & Farida, 2020). Perusahaan yang mengerti keinginan pasar (pelanggan) sekaligus mampu memuaskan pelanggan akan memenangkan persaingan sehingga hal ini akan meningkatkan kinerja usahanya. Menurut Pelham (1997) dalam Yakin & Suhaeni (2020) berpendapat jika perusahaan yang berorientasi pasar merupakan perusahaan yang mampu mengembangkan dan

memahami lebih baik mengenai apa yang dibutuhkan konsumen sehingga dapat menciptakan customer value dan menciptakan strategi pasar dengan informasi kekuatan serta kelemahan pesaing.

Menurut Sondra & Widjaja (2021), orientasi pasar dipandang sebagai salah satu sumber daya utama yang berkontribusi pada peningkatan kinerja usaha yang mana dengan konsentrasi pada orientasi pasar memungkinkan perusahaan untuk tetap dekat dan menanggapi kebutuhan pelanggan yang berubah, tindakan pesaing, serta tren pasar yang terus berkembang untuk bertahan hidup (Sondra & Widjaja, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh dan Hamel & Wijaya (2020); Sondra & Widjaja (2021); Sefnedi et al. (2022); Sari & Farida (2020) dan Rianto et al. (2022) menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Ngo (2021) dan Ahmatang & Sari (2022) menunjukkan bahwa orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha. dalam penelitiannya menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja. Namun, penelitian Virgia & Meirina (2022) menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja usaha.

Orientasi kewirausahaan memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Orientasi kewirausahaan merupakan penerapan kreativitas yang bertujuan untuk mencapai tujuan menciptakan dan memecahkan masalah dalam rangka meningkatkan efisiensi pemberian pelayanan (Sefnedi et al., 2022). Menurut Hamel & Wijaya (2020), orientasi kewirausahaan yang tinggi berhubungan erat dengan penggerak utama keuntungan sehingga seorang wirausahawan mempunyai kesempatan untuk mengambil keuntungan dari peluang-peluang yang ada yang mana akhirnya dapat meningkatkan kinerja usaha. Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko (Prajogo, 2020).

Perusahaan atau organisasi dengan orientasi kewirausahaan sering dilihat dari perilaku pengambilan risiko mereka seperti menentukan sumber daya yang lebih besar dengan tujuan memanfaatkan peluang yang tersedia serta meningkatkan kinerja (Lumpkin & Dess, 1996). Poin – poin orientasi kewirausahaan tersebut mampu menciptakan keunggulan kompetitif UMKM sehingga UMKM mampu meningkatkan kinerjanya dan bisnisnya dapat berkelanjutan. Penelitian yang dilakukan oleh dan Hamel & Wijaya (2020) dan Sondra & Widjaja (2021); menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha. Hasil penelitian Sari & Farida (2020) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Rianto et al. (2022) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja usaha. Penelitian (A. T. H. Nguyen et al., 2022) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja usaha.

Untuk mencapai kinerja perusahaan yang lebih baik diperlukan sistem akuntansi manajemen dalam menjalankan perusahaan (Adu-gyamfi, 2020). Melalui praktik manajemen yang efektif perusahaan dapat menghadapi persaingan, perubahan dan biaya sehingga dapat meningkatkan kinerja (Gichaaga, 2014). Sistem akuntansi manajemen yang efektif membantu organisasi untuk merencanakan, mengarahkan dan mengendalikan biaya operasi sehingga manajemen dapat mengambil keputusan yang tepat dan mencapai keunggulan kompetitif serta meningkatnya kinerjanya. Terdapat dampak positif orientasi pasar terhadap kinerja secara tidak langsung melalui penggunaan akuntansi manajemen strategis (Turner et al., 2017). Selain itu, menurut Opute & Madichie (2017) sistem akuntansi manajemen juga dapat mendukung pemasaran untuk meningkatkan kinerja. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Ngo (2021) yang menunjukkan bahwa sistem akuntansi manajemen mampu memediasi

pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha. Namun, belum ada penelitian yang dilakukan mengenai efek mediasi sistem akuntansi manajemen pada pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha.

Kota Semarang merupakan salah satu kota industri dengan UMKM yang jumlahnya mencapai 29.922 UMKM pada akhir november 2023 (Data Semarang Kota, 2023). Sejak Pandemi Covid-19 terjadi, UMKM mengalami kesulitan dalam beradaptasi bisnisnya mengingat adanya pembatasan kegiatan masyarakat yang mana hal ini mendorong UMKM untuk beralih ke pemasaran yang serba digital. Selain itu, permasalahan yang sering dihadapi UMKM di Kota Semarang adalah permodalan dan pemasaran, sehingga kondisi ini memiliki potensi para pelaku bisnis UMKM mengalami penurunan kinerja bahkan gulung tikar. Mengingat berbagai permasalahan mengenai UMKM serta adanya fenomena penurunan jumlah UMKM bidang kuliner di Kota Semarang dari tahun 2022, oleh karena itu objek pada penelitian ini yakni UMKM bidang kuliner se-Kota Semarang. Penelitian ini mereplikasi penelitian yang dilakukan oleh (Ngo, 2021), sedangkan kebaruan dalam penelitian ini yakni penambahan variabel orientasi kewirausahaan sebagai variabel independen. Selain itu, belum ada penelitian yang meneliti mengenai efek mediasi sistem akuntansi manajemen pada pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM.

Berdasarkan penjelasan diatas diketahui bahwa masih terdapat kesenjangan fenomena dan *research gap* penelitian, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah Dengan Variabel Intervening Sistem Akuntansi Manajemen”. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah (i) untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap sistem akuntansi manajemen UMKM bidang kuliner se-Kota Semarang, (ii) untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap sistem akuntansi manajemen UMKM bidang kuliner se-Kota Semarang, (iii) untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha UMKM bidang kuliner se-Kota Semarang, iv) untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM bidang kuliner se-Kota Semarang, v) untuk menganalisis pengaruh sistem akuntansi manajemen terhadap kinerja usaha vi) untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha melalui sistem akuntansi manajemen, vii) untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha melalui sistem akuntansi manajemen. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat berupa informasi mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi kinerja usaha UMKM bidang kuliner se-Kota Semarang. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan ilmiah dan menjadi referensi bagi penelitian – penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kinerja usaha UMKM di Indonesia.

2. Kajian Pustaka

2.1. Resources Based View Theory (Teori RBV)

Resource Based Theory lebih dikenal dengan teori *Resource Based View* (RBV) dipelopori pertama kali oleh (Wernerfelt, 1984) yang mana teori ini berkaitan dengan sumber daya yang menjadi keunggulan kompetitif perusahaan. Inti dari teori RBV adalah *competitive advantage*, ketika perusahaan memiliki sumber daya yang unik dan sulit ditiru oleh para pesaingnya. Menurut Powers & Hahn dalam Lukiastruti (2021) sumber daya yang unik yang kemudian diolah melalui kapabilitas perusahaan yang baik, maka perusahaan akan mampu meraih keunggulan bersaing yang kemudian akan mengarah kepada kinerja unggul. Dalam teori RBV juga dijelaskan bahwa untuk mempertahankan keunggulan bersaing terletak pada kepemilikan sumber daya kunci tertentu, yaitu sumber daya yang memiliki ciri-ciri seperti nilai, hambatan untuk duplikasi (Dasuki et al., 2021). Ada beberapa sumber daya perusahaan yang akan sulit dikopi oleh pesaingnya, terutama dalam masalah sumber daya manusianya. Dengan

kata lain keberhasilan perusahaan amat ditentukan oleh sumber daya yang dimilikinya dan kapabilitas perusahaan yang mampu merubah sumber daya itu menjadi sebuah manfaat ekonomis. Dalam penelitian ini, sumber daya yang dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif perusahaan yakni strategi orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh karyawan perusahaan. Perusahaan yang mengerti keinginan pasar akan mampu menciptakan suatu produk yang unik dan unggul dari produk yang ada dipasaran, sehingga Perusahaan dapat memenangkan persaingan yang pada akhirnya hal ini akan meningkatkan kinerjanya. Perusahaan yang mampu menciptakan strategi pemasaran yang efektif dan efisien akan mampu meminimalisir biaya yang dikeluarkan serta target yang di tuju dapat tepat sasaran. Sehingga, hal – hal tersebut sejalan dengan Resource Based View teori.

2.2. Kinerja Usaha

Kinerja usaha adalah tingkat efektivitas dan efisiensi usaha-usaha yang dilakukan oleh organisasi dalam mencapai tujuan organisasi (Hamel & Wijaya, 2020). Kinerja bisnis merupakan hasil kinerja perusahaan atau kinerja individu mengenai kuantitas dan kualitas perusahaan selama periode tertentu (Ahmatang & Sari, 2022). Menurut Rianto et al. (2022) kinerja UMKM merupakan hasil atau evaluasi dari hasil kerja perusahaan yang dicapai kelompok sesuai dengan tugasnya untuk jangka waktu tertentu sesuai dengan target dan SOP yang telah ditentukan oleh UMKM. Artinya kinerja UMKM dapat diukur dan mengarahkan kinerja untuk mencapai tujuan UMKM, yaitu memperoleh finansial dan kinerja non-keuangan. Beberapa kegiatan yang berkaitan dengan kinerja organisasi kinerja meliputi strategi perusahaan, pemasaran, operasi, keuangan, dan sumber daya manusia (Nasrah et al., 2023). Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk selalu mempertahankan serta meningkatkan kinerja perusahaannya.

2.3. Orientasi Pasar

Kohli dan Jaworski (1990) dalam Sari & Farida (2020) mendefinisikan orientasi pasar sebagai organisasi informasi dan tanggapan atau respon yang sesuai dengan preferensi kebutuhan pelanggan saat ini dan masa depan. Menurut Craven dalam Octavia & Sriayudha (2020:2) mendefinisikan orientasi pasar sebagai budaya untuk mengumpulkan nilai konsumen dan proses secara terus menerus untuk menciptakan nilai tertinggi bagi pembeli. Orientasi pasar adalah cara yang dilakukan organisasi untuk mengidentifikasi pasar dan menggunakannya sebagai dasar untuk menentukan strategi perusahaan (Sari & Farida, 2020). Perusahaan yang berorientasi pasar akan menempatkan pelanggan sebagai raja. Perusahaan yang mengerti keinginan pelanggan sekaligus mampu memuaskan pelanggan bakal memenangkan persaingan. Semakin kompetitif suatu industri, kemampuan orientasi pasar perusahaan akan semakin krusial. Dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar sebagai penetapan sasaran konsumen strategis dan membangun organisasi yang berfokus pada layanan konsumen, memberikan dasar persaingan yang berfokus ke dalam, memberi layanan yang sesuai dengan harapan para konsumen, sehingga berhasil memenangkan suatu persaingan.

2.4. Orientasi Kewirausahaan

Narver & Slater (1990) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai kecenderungan atau pemahaman perlunya menjadi proaktif terhadap peluang pasar dan dinamisme pasar, toleran terhadap resiko, dan fleksibel terhadap perubahan. Orientasi wirausaha adalah aktivitas yang menggunakan inovasi produk, mengambil resiko dan berupaya secara proaktif melakukan inovasi dengan tujuan mengalahkan pesaing (Octavia & Sriayudha, 2020:51). Porter (2008) dalam Hamel & Wijaya (2020) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam market place yang sama. Bucktowar et al. (2015) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan mengacu pada orientasi

bisnis suatu perusahaan, perilaku tingkat perusahaan, praktik manajemen serta perilaku pemilik-manajer dan pola pikir yang mengantisipasi produk baru dan kebutuhan pasar yang menggambarkan bahwa perusahaan yang terlibat dalam inovasi pasar produk, melakukan usaha yang agak berisiko dan merupakan perusahaan pertama yang menghasilkan inovasi “proaktif”, yang mampu mengalahkan pesaingnya. Dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko.

2.5. Sistem Akuntansi Manajemen

Menurut Hansen & Mowen (2013:7) sistem akuntansi manajemen adalah proses mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, mengklasifikasi dan melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal dalam merencanakan, mengendalikan dan mengambil keputusan. Sistem akuntansi manajemen adalah salah satu bidang akuntansi yang tujuan utamanya untuk menyajikan informasi yang berguna dalam satuan usaha atau organisasi tertentu untuk kepentingan internal dalam rangka melaksanakan proses manajemen yang meliputi perencanaan, pembuatan keputusan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian (Ilmy et al., 2021). Sistem akuntansi manajemen merupakan bagian dari sistem pengendalian organisasi yang perlu di perhatikan karena diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif didalam keberhasilan sistem pengendalian manajemen. Sistem akuntansi manajemen secara khusus akan menerapkan teknik-teknik dan konsep yang tepat dalam pengolahan data ekonomi historical dan yang diproyeksikan dari satu satuan usaha untuk membantu manajemen dalam penyusunan rencana untuk tujuan-tujuan ekonomi yang rasional dan dalam membuat keputusan-keputusan rasional dengan satu pandangan kearah pencapaian tujuan (Ilmy et al., 2021).

2.6. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tentang UMKM (2008) tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), pengertian UMKM adalah sebagai berikut : **Usaha Mikro** adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini, yaitu dengan jumlah aset maksimal Rp. 50.000.000, – (Lima Puluh Juta Rupiah) dan jumlah omzet maksimal Rp. 300.000.000, – (Tiga Ratus Juta Rupiah). **Usaha Kecil** adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini, yaitu jumlah aset maksimal > Rp. 50.000.000, – (Lima Puluh Juta Rupiah) sampai Rp. 500.000.000, – (Lima Ratus Juta Rupiah) dan jumlah omzet maksimal > Rp. 300.000.000, – (Tiga Ratus Juta Rupiah) sampai Rp. 2.500.000.000, – (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah). **Usaha Menengah** adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini, yaitu jumlah aset maksimal > Rp. 500.000.000, – (Lima Ratus Juta Rupiah) sampai Rp. 10.000.000.000, – (Sepuluh Milyar Rupiah) dan jumlah omzet maksimal > Rp. 2.500.000.000, – (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah) sampai Rp. 50.000.000.000, – (Lima Puluh Milyar Rupiah). Adanya UMKM akan menjadikan stabilisator bagi perekonomian Indonesia karena UMKM mampu hidup di tengah usaha besar dan dapat meningkatkan produktivitas dengan tenaga yang lebih produktif.

2.7. Pengembangan Hipotesis

2.7.1. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Sistem Akuntansi Manajemen

Orientasi pasar merupakan suatu strategi perusahaan dengan tujuan untuk mencapai kemajuan agar dapat bersaing secara unggul. Untuk menghadapi persaingan di dalam dunia bisnis, perusahaan harus mengetahui informasi yang dibutuhkan, seperti sistem akuntansi manajemen. Menurut Nguyen (2018) perusahaan berorientasi pasar yang menerapkan sistem akuntansi manajemen dapat memberikan informasi yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menerapkan sistem akuntansi manajemen. Sehingga, apabila pelaku UMKM yang menerapkan orientasi pasar akan mampu mengetahui kebutuhan serta kemampuan pelanggan yang kemudian akan dapat menyusun sistem akuntansi manajemen yang efektif. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Devi & Izzaty (2021) dan Nguyen (2018) menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif signifikan terhadap orientasi pasar. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap sistem akuntansi manajemen

2.7.2. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Sistem Akuntansi Manajemen

Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko (Prajogo, 2020). Pelaku usaha yang berorientasi pada kewirausahaan akan berfokus untuk menciptakan inovasi mengenai sistem manajemennya serta bertindak proaktif terhadap perubahan yang ada. Tentunya, inovasi ini juga akan mendorong penciptaan sistem akuntansi manajemen sesuai dengan yang dibutuhkan. Desain canggih dari inovasi Sistem Akuntansi Manajemen dengan cakupan luas memengaruhi karakteristik penyediaan informasi yang digunakan untuk menganalisis pelanggan dan mengevaluasi pesaing (Ngo, 2021). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha yang berorientasi pada kewirausahaan akan mendorong terciptanya inovasi sistem akuntansi manajemen dengan desain yang unggul serta berani mengambil risiko dalam penciptannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap sistem akuntansi manajemen

2.7.3. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha

Orientasi pasar merupakan faktor penting yang memungkinkan perusahaan memahami pasar dan mengembangkan strategi produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan kebutuhan pasar. Semakin kompetitif suatu industri, kemampuan orientasi pasar perusahaan akan semakin krusial (Sari & Farida, 2020). Menurut Pelham (1997) dalam Yakin & Suhaeni (2020) berpendapat jika perusahaan yang berorientasi pasar merupakan perusahaan yang mampu mengembangkan dan memahami lebih baik mengenai apa yang dibutuhkan konsumen sehingga dapat menciptakan customer value dan menciptakan strategi pasar dengan informasi kekuatan serta kelemahan pesaing. Hasil dari implementasi strategi yang berdasarkan pada orientasi pasar, memungkinkan perusahaan beradaptasi dengan sukses terhadap perubahan lingkungan sehingga konsumen akan merasa puas terhadap produk dan layanan UMKM kemudian pelanggan tersebut akan menjadi loyal, pada akhirnya UMKM akan mengalami peningkatan kinerja usaha. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh dan Hamel & Wijaya (2020); Sondra & Widjaja (2021); Sefnedi et al. (2022); Sari & Farida (2020) dan Rianto et al. (2022) menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja usaha

2.7.4. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha

Orientasi kewirausahaan memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Menurut Hamel & Wijaya (2020), orientasi kewirausahaan yang tinggi berhubungan erat dengan penggerak utama keuntungan sehingga seorang wirausahawan mempunyai kesempatan untuk mengambil keuntungan dari peluang-peluang yang ada yang mana akhirnya dapat meningkatkan kinerja usaha. Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko (Prajogo, 2020). Perusahaan atau organisasi dengan orientasi kewirausahaan sering dilihat dari perilaku pengambilan risiko mereka seperti menentukan sumber daya yang lebih besar dengan tujuan memanfaatkan peluang yang tersedia serta meningkatkan kinerja (Lumpkin & Dess, 1996). Selain pengambilan risiko, seorang pengusaha juga harus melakukan inovasi untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka. Kemampuan inovasi berhubungan dengan persepsi dan aktivitas terhadap aktivitas-aktivitas bisnis yang baru dan unik. Poin – poin orientasi kewirausahaan tersebut mampu menciptakan keunggulan kompetitif UMKM sehingga UMKM mampu meningkatkan kinerjanya dan bisnisnya dapat berkelanjutan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh dan Hamel & Wijaya (2020) dan Sondra & Widjaja (2021); menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4 : Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha

2.7.5. Pengaruh Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Usaha

Sistem akuntansi manajemen merupakan bagian dari sistem pengendalian organisasi yang perlu di perhatikan karena diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif didalam keberhasilan sistem pengendalian manajemen. Sistem akuntansi manajemen membantu manajemen untuk mengendalikan aktivitas perusahaan sehingga dapat membantu perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Salah satu produk yang dihasilkan sistem akuntansi manajemen adalah informasi akuntansi manajemen yang berguna untuk membantu pekerja, manajer dan eksekutif untuk membuat keputusan yang lebih baik. Informasi akuntansi manajemen yang terintegrasi ke dalam suatu sistem akan mempercepat laporan-laporan dan mengetahui informasi baik keuangan maupun non keuangan. Di sektor UMKM informasi yang bisa di dapatkan antara lain tentang rasio likuiditas perusahaan, rasio profitabilitas, selain itu sistem akuntansi manajemen mampu memudahkan operasional perusahaan. Menurut informasi akuntansi yang relevan dapat memberikan informasi penting terkait kinerja perusahaan untuk membantu melakukan perencanaan dan pengendalian dalam mengantisipasi kegagalan (Susanti et al., 2023). Adanya informasi akuntansi manajemen yang tersampaikan secara baik kepada pemilik bisnis sehingga pemilik bisnis mampu mengambil keputusan yang tepat untuk kelangsungan bisnisnya serta dapat meningkatkan kinerja perusahaan (Semekto, 2021). Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H5: Sistem akuntansi manajemen berpengaruh positif terhadap kinerja usaha

2.7.6. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha Melalui Sistem Akuntansi Manajemen

Untuk mencapai kinerja perusahaan yang lebih baik diperlukan sistem akuntansi manajemen dalam menjalankan perusahaan (Adu-gyamfi, 2020). Melalui praktik manajemen yang efektif perusahaan dapat menghadapi persaingan, perubahan dan biaya sehingga dapat meningkatkan kinerja (Gichaaga, 2014). Hal tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu rencana sarana untuk lebih meningkatkan pelayanan dan kualitas UMKM itu sendiri. Dilain sisi, orientasi pasar merupakan faktor penting yang memungkinkan perusahaan memahami pasar dan mengembangkan strategi produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan

kebutuhan pasar. Sehingga, apabila pelaku UMKM yang menerapkan orientasi pasar akan mampu mengetahui kebutuhan serta kemauan pelanggan yang kemudian akan dapat menyusun sistem akuntansi manajemen yang efektif.

Terdapat dampak positif orientasi pasar terhadap kinerja secara tidak langsung melalui penggunaan akuntansi manajemen strategis (Turner et al., 2017). Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Ngo (2021) yang menunjukkan bahwa sistem akuntansi manajemen mampu memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Devi & Izzaty, 2021) juga menunjukkan bahwa sistem akuntansi manajemen memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H6: Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja usaha melalui sistem akuntansi manajemen

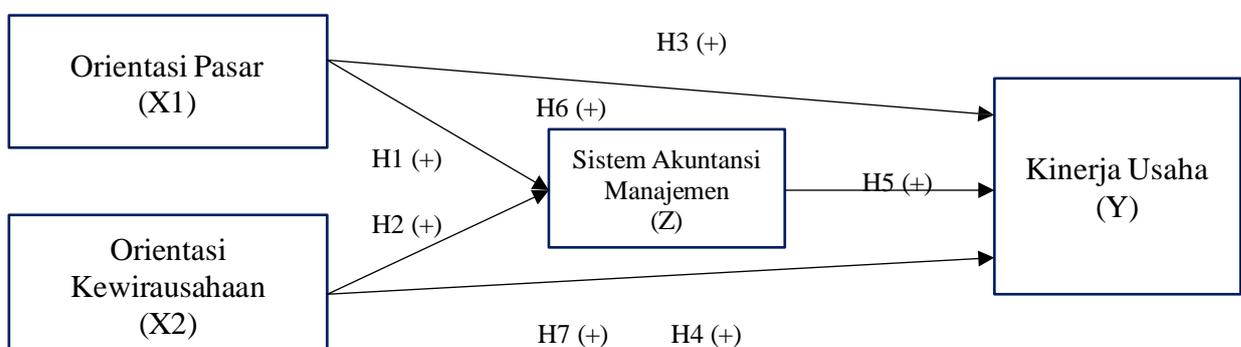
2.7.7. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Melalui Sistem Akuntansi Manajemen

Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko (Prajogo, 2020). Perusahaan atau organisasi dengan orientasi kewirausahaan sering dilihat dari perilaku pengambilan risiko mereka seperti menentukan sumber daya yang lebih besar dengan tujuan memanfaatkan peluang yang tersedia serta meningkatkan kinerja (Lumpkin & Dess, 1996). Selain itu, menurut Opute & Madichie (2017) sistem akuntansi manajemen juga dapat mendukung pemasaran untuk meningkatkan kinerja. Pelaku usaha yang berorientasi pada kewirausahaan akan berfokus untuk menciptakan inovasi mengenai sistem manajemennya serta bertindak proaktif terhadap perubahan yang ada. Akuntansi manajemen strategis harus memenuhi tujuan penyediaan informasi dalam suatu organisasi dan pemantauan evaluasi kinerja. Fungsi dari perencanaan serta kontrol informasi akuntansi disediakan sebagai sumber daya untuk membantu para pelaku usaha dalam menjalankan tugas dan fungsi dari manajemen, sehingga tujuan dari organisasi akan dapat tercapai. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H7: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha melalui sistem akuntansi manajemen

2.8. Kerangka Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Penelitian

3. Metode Penelitian

3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi terdiri atas obyek maupun subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM bidang kuliner di Kota Semarang yang berjumlah 1.908 UMKM.

3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2019), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dilakukan dengan memberikan pertimbangan-pertimbangan tertentu untuk menjadikan anggota populasi menjadi sampel yang dipilih (Sugiyono, 2017). Adapun kriteria-kriteria sampel adalah sebagai berikut :

1. UMKM bidang kuliner yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang
2. UMKM bidang kuliner yang sudah menjalankan usaha minimal 3 bulan

Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus Slovin. Penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel jumlahnya harus representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian yang dihitung dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N= Jumlah populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang ditolelir

Berdasarkan rumus diatas, jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{1.908}{1 + 1.908(0,1)^2} = 95,02 = 95$$

Sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 95 pelaku UMKM bidang kuliner se-Kota Semarang.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan menggunakan teknik pengumpulan data berupa survei dalam bentuk kuesioner yang disebarkan kepada UMKM bidang kuliner di Kota Semarang. Tipe pernyataan dalam kuesioner bersifat tertutup, yakni pernyataan yang mengharapkan jawaban singkat atau responden diminta memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang diajukan. Peneliti juga akan menggunakan skala ordinal untuk jawaban responden dari kuesioner sebagai pengolah data. Skala ordinal menggunakan perhitungan model skala likert. Skala likert adalah metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau ketidaksetujuannya terhadap subyek, obyek, atau kejadian tertentu. Skala likert yang digunakan peneliti memiliki 5 bagian interval yaitu 1-5 dengan penilaian semakin ke kiri semakin rendah dan semakin ke kanan semakin tinggi.

Tabel 3.1
Penilaian Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Sugiyono (2017)

3.4 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu kinerja usaha. Variabel independen terdiri dari orientasi pasar (X1) dan Orientasi Kewirausahaan (X2). Sedangkan, variabel mediasi pada penelitian ini yaitu Sistem Akuntansi Manajemen (Z). Berikut dijabarkan definisi konsep dan operasional variabel - variabel yang digunakan sebagai berikut :

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator
1.	Kinerja Usaha (Y)	Kinerja usaha adalah tingkat efektivitas dan efisiensi usaha-usaha yang dilakukan oleh organisasi dalam mencapai tujuan organisasi (Hamel & Wijaya, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jangkauan pasar yang luas 2. Peningkatan penjualan 3. Peningkatan profitabilitas 4. Penurunan komplain konsumen 5. Perekrutan karyawan 6. Peningkatan jumlah konsumen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terjual hingga keluar kota 2. Terjual hingga luar negeri 3. Peningkatan terjual 4. Pesanan produk peningkatan 5. Peningkatan Keuntungan 6. Peningkatan Omzet 7. Penurunan complain pelanggan 8. Komplain terhadap produk 9. Karyawan bertambah 10. Peningkatan pesanan 11. Konsumen produk meningkat 12. Peningkatan jumlah konsumen

No.	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator
2.	Orientasi Pasar (X1)	Orientasi pasar sebagai organisasi informasi dan tanggapan atau respon yang sesuai dengan preferensi kebutuhan pelanggan saat ini dan masa depan (Kohli dan Jaworski (1990) dalam Sari & Farida, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orientasi pelanggan 2. Orientasi pesaing 3. Koordinasi lintas fungsi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memuaskan keinginan pelanggan 2. Menanggapi kritik dan saran pelanggan 3. Memasarkan produk 4. Pesaing menjadi acuan perbaikan 5. Melayani permintaan pelanggan 6. Informasi tersebar dalam usaha
3.	Orientasi Kewirausahaan (X2)	Orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam market place yang sama (Porter (2008) dalam Hamel & Wijaya, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proaktif 2. Inovasi 3. Berani mengambil risiko 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktif mencari informasi 2. Mengantisipasi perubahan permintaan 3. Beberapa produk baru 4. Menciptakan produk baru yang belum ada 5. Menghadapi setiap risiko 6. Memasarkan produk
4.	Sistem Akuntansi Manajemen (Z)	Sistem akuntansi manajemen adalah proses mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, mengklasifikasi dan melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal dalam merencanakan, mengendalikan dan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ruang lingkup 2. Ketepatan waktu 3. Agregasi 4. Integrasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tersedia informasi peristiwa dimasa datang 2. Informasi produktifitas 3. Tersedia informasi dengan cepat 4. Analisis arus kas

No.	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator
		mengambil keputusan (Hansen & Mowen, 2013:7).		5. Kenaikan laba dan pendapatan 6. Keputusan mempengaruhi kinerja 7. Target tercapai

Sumber : Berbagai penelitian terhadulu 2020-2024

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan alat analisis *Partial Least Square (PLS)* dengan metode *Struktural Equation Modeling (SEM)*. Pada SEM-PLS Terdapat dua model pemodelan, yaitu analisa *outer model* untuk mengevaluasi model pengukuran dan memastikan bahwa *measurement* layak untuk dijadikan pengukuran, dan analisa *inner model* atau model struktural yang menggambarkan hubungan antar variabel berdasarkan pada *substantive theory* (Ghozali & Latan, 2015). Aplikasi pengolah data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu SmartPLS 3.2.9.

i. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran karakteristik atau fitur dari suatu data. Analisis Statistik Deskriptif menampilkan informasi seperti nilai rata-rata (mean), median, mode, frekuensi, standar deviasi, nilai minimum dan maksimum dari setiap variabel dalam set data baik dalam bentuk tabel maupun grafik (Latan, 2014).

ii. Analisis Outer Model

Uji *outer model* bertujuan untuk menspesifikasikan hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Dalam pengukuran outer model terdapat 3 macam uji yang dilakukan, yaitu :

1. Uji *Convergent Validity*, *outer model* telah memenuhi syarat validitas konvergen untuk konstruksi reflektif apabila *loading factor* $> 0,70$. Indikator dengan *loading factor* $< 0,40$ akan dihilangkan dari model, sementara *loading factor* antara 0,40 dan 0,70 akan dianalisis untuk pengaruh penghilangan indikator terhadap *Average Variance Extracted (AVE)* dan reliabilitas komposit, di mana batas nilai AVE yaitu 0,50 dan reliabilitas komposit yaitu 0,70 (Ghozali & Latan, 2015).
2. Uji *Discriminant Validity*, dengan membandingkan nilai *loading factor* dari satu konstruk dengan nilai *loading factor* dari konstruk lain (*Cross Loading*). Nilai *loading factor* konstruk yang ditargetkan harus lebih besar daripada nilai *loading factor* konstruk lain dan dengan melihat nilai *square root AVE* yang disarankan yaitu lebih dari 0,5.
3. Uji *Composite Reliability*, sebuah konstruk mempunyai data yang dapat diandalkan atau *reliable* apabila memenuhi kriteria keandalan dari *composite reliability* $> 0,70$. Nilai *composite reliability* 0,60 sampai 0,70 masih dapat diterima untuk penelitian eksplorasi. Dapat diperkuat dengan nilai *Cronbach's Alpha*. Nilai yang disarankan adalah lebih besar 0,6.

iii. Analisis Inner Model

Pengujian *Inner Model* atau *Structural Model* merupakan analisis model yang menunjukkan hubungan atau kekuatan estimasi antara variabel konstruk berdasarkan *substantive theory*. Dalam penelitian ini pengujian model struktural yang digunakan yaitu pengujian nilai *Koefisien Determinasi R-Squared* dan pengujian hipotesis. Analisis model struktural dilakukan

untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun robust dan akurat (Ghozali dan Latan, 2015). Dalam pengukuran inner model terdapat 2 macam uji yang dilakukan, yaitu :

1. Uji *Coefficient Determination* (R^2)

Uji *Coefficient Determination* (R^2) digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel independen secara simultan yang digunakan didalam dan diluar dari penelitian ini terhadap variabel dependen. Chin memberikan kriteria nilai R Square sebesar 0,67, 0,33 dan 0,19 dimana nilai 0,67 mengindikasikan bahwa model tersebut kuat, nilai 0,33 berarti model tersebut sedang atau cukup, dan nilai 0,19 menunjukkan model tersebut lemah (Chin, 1998 dalam Ghozali dan Latan, 2015).

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menilai pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah. Uji hipotesis dilihat melalui nilai *t-statistic* dan nilai *p-value*. Untuk nilai *t-statistic* yaitu hipotesis dinyatakan diterima atau variabel dinyatakan berpengaruh apabila nilai *t-statistic* lebih besar daripada nilai *t-tabel*. Nilai *t-tabel* yang dijadikan patokan dalam penelitian ini yaitu 1,96. Sedangkan untuk nilai *p-value*, tingkat keyakinan yang digunakan yaitu 95%, sehingga tingkat ketelitian atau batas ketidaktepatan adalah $(\alpha) = 5\% = 0,05$, sehingga :

Jika *p-value* lebih besar atau sama dengan daripada α (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika *p-value* lebih kecil daripada α (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.