

ORGANIZATIONAL PERFORMANCE IMPROVEMENT MODEL THROUGH CUSTOMER ACCOUNTING AND COMPETITIVE ENVIRONMENT OF SMES IN PEKANBARU

Linda Hetri Suriyanti¹, Mentari Dwi Aristi²

^{1&2}Universitas Muhammadiyah Riau

Email: lindahetri@umri.ac.id^{1*}, mentaridwi@umri.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of competitive environment, customer accounting on organizational performance. It is hoped that the results of this research can help MSMEs in improving their organizational performance. Samples were taken using purposive sampling technique. The data collection method in this study is a survey method by distributing questionnaires using instruments that are delivered directly to the owners of culinary MSMEs in Pekanbaru City. The total respondents used in this analysis were 93 respondents. The data analysis technique used in this study is the analysis of Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) with the help of the WarpPls 5.0 program. Hypothesis testing in this study uses the values contained in the output path coefficients and it can be concluded that competitive environment, customer accounting affects organizational performance, indicating that the information generated from customer accounting is needed by companies in a competitive environment to improve organizational performance.

Keywords : Competitive Environment, Costumer Accounting, Organization's Performance, SMEs.

MODEL PENINGKATAN KINERJA ORGANISASI MELALUI CUSTOMER ACCOUNTING DAN COMPETITIVE ENVIRONMENT PADA UMKM DI PEKANBARU

ABSTRAK

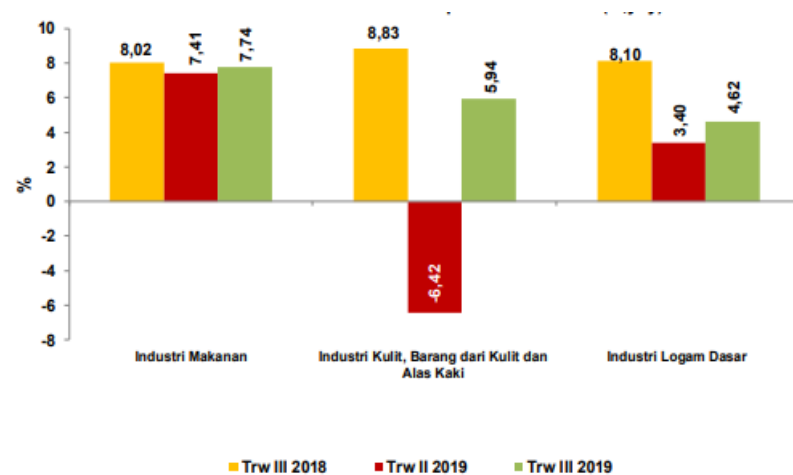
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *competitive environment*, *customer accounting* terhadap kinerja organisasi. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat membantu UMKM dalam meningkatkan kinerja organisasinya. Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menyebarkan kuesioner menggunakan instrumen yang disampaikan langsung kepada pemilik UMKM kuliner di Kota Pekanbaru. Total responden yang digunakan dalam analisis ini adalah 93 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS)* dengan bantuan program WarpPls 5.0. Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan nilai yang terdapat pada *output path coefficients* dan dapat disimpulkan bahwa *competitive environment*, *customer accounting* berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang di hasilkan dari *customer accounting* sangat di butuhkan oleh perusahaan dalam lingkungan yang kompetitif untuk meningkatkan kinerja organisasi.

Kata Kunci : Competitive Environment, Costumer Accounting, Kinerja Organisasi, UMKM.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai sebuah organisasi bisnis yang bersifat mandiri, mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri di suatu negara. Bisnis UMKM mempunyai peran strategis dalam perekonomian Indonesia, karena: 1. Kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor; 2. Penyedia lapangan kerja yang terbesar; 3. Pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat; 4. Pencipta pasar baru dan sumber inovasi; 5. Sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor. Analisis yang dilakukan oleh Kementerian Perindustrian (Kemenperin) menyatakan bahwa UMKM memiliki kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto dari 57,84 % menjadi 60,34% dalam lima tahun terakhir. Serapan tenaga kerjanya juga meningkat dari 96,99% menjadi 97,22% pada periode yang sama.

UMKM saat ini sedang berada pada *era of choices*, dimana konsumen (pasar) memiliki banyak pilihan produk yang dipasarkan oleh UMKM yang semakin sadar dengan kepuasan konsumen. Artinya, produk yang dihasilkan UMKM saat ini adalah produk yang semakin *high-quality*, tidak hanya itu juga UMKM selalu memperbaiki produknya seiring dengan perubahan selera konsumennya sebagai konsekuensi dari pergeseran orientasi UMKM yaitu *consumer-oriented* (Zuliarni, 2017). Adanya pergeseran *customer-oriented* memaksa para pelaku bisnis kuliner untuk dapat memenuhi keinginan pelanggan melalui makanan yang sesuai dengan yang diinginkan pelanggan dan juga pelayanan yang diberikan (Krisdanti & Rodhiyah, 2016). Namun, pertumbuhan UMKM masih jauh dari prediksi yang ditetapkan BPS, yaitu hanya tumbuh sebesar 4,70% dari target 9%. Tidak terkecuali industri yang bergerak di bidang kuliner, yang merupakan bisnis yang paling banyak diminati, hanya tumbuh sebesar 0.33% seperti yang terlihat pada grafik berikut;



Sumber : Analisis Kementerian Perindustrian, 2019

Gambar 1. Industri yang mengalami kenaikan pertumbuhan

Berdasarkan grafik di atas, dapat disimpulkan bahwa meskipun industri makanan tetap tumbuh namun pertumbuhan tersebut tidak signifikan, atau hanya naik sebesar 0,33 % dari sebelumnya 7,41% menjadi 7,74%. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya meningkatnya persaingan, kemajuan teknologi dan semakin banyaknya tuntutan pelanggan. (Lee, Kim, Seo, & Hight, 2015)

Persoalan tersebut mengakibatkan lingkungan bisnis semakin kompetitif, yang menuntut perusahaan untuk dapat mengatasinya dan menyesuaikan dengan kebijakan strategis perusahaan. Lingkungan meliputi sejumlah faktor di dalam maupun di luar perusahaan yang dapat menimbulkan peluang atau ancaman bagi perusahaan yang mempengaruhi keunggulan kompetitif suatu perusahaan. McGhee dan Rubach (1997) menyatakan bahwa kondisi lingkungan perusahaan dapat dibagi menjadi dua kondisi, yaitu kondisi yang menguntungkan dan kondisi yang tidak menguntungkan. Kondisi yang tidak menguntungkan dipandang sebagai kondisi yang negatif dan penuh ketidakpastian yang ditandai dengan iklim industri yang tidak menentu, persaingan yang ketat, perubahan yang mendadak dan cepat. Sedangkan lingkungan yang relatif stabil, aman dan tersedia peluang pasar dan sumber investasi yang berlimpah.

Lingkungan yang kompetitif juga memaksa UMKM untuk memikirkan strategi-strategi baru dalam meningkatkan kinerja dan memenangkan persaingan. Perusahaan harus dapat menghasilkan dan memanfaatkan informasi yang lebih strategis mengenai kejadian eksternal dan masa depan untuk mendukung dan memperbaiki strategi bisnis mereka dan mencapai tingkat kinerja organisasi yang lebih tinggi (Holm, Kumar, & Plenborg, 2016). Faktor kontijensi dianggap mampu menjadi kunci keberhasilan ditengah kondisi lingkungan yang tidak pasti, yaitu dengan mengidentifikasi lingkungan eksternal organisasi, berdasarkan desain, pendekatan dan teknik akuntansi. (Soheilrad & Sofian, 2016). Salah satu pendekatan akuntansi yang dapat dilakukan adalah pendekatan yang berorientasi kepada konsumen (Ietje Nazaruddin, 2000) dan itu bisa dilakukan dengan

menggunakan salah satu teknik dari *Strategic Management Accounting Techniques* yaitu menggunakan *customer accounting* (Cadez & Guilding, 2008). *Customer accounting* menggabungkan teknik keuangan dan non keuangan untuk memberikan informasi yang memadai dalam menghadapi lingkungan (Pavlatos & Kostakis, 2015). Secara keilmuan, semakin baik informasi yang dihasilkan oleh *Strategic Management Accounting Techniques (SMAT)*, maka manajerial semakin memanfaatkannya dalam menghadapi *competitive environment* sehingga kinerja organisasi meningkat. *Strategic management accounting* menunjukkan penggunaan dari sistem akuntansi manajemen untuk menyediakan informasi guna mendukung manager untuk membuat keputusan strategis dan mengendalikan aktivitas organisasi. (Agu, Nweze, & Enekwe, 2016).

Customer accounting mencakup semua praktik akuntansi dalam hubungannya dengan profit, penjualan, dan present value dari pendapatan yang berhubungan dengan tiap konsumen atau kelompok konsumen (Guilding dan McManus, 2002). Informasi akuntansi yang dihasilkan *customer accounting* berperan dalam proses pengambilan keputusan seperti perencanaan, tata kelola, pengarahan dan pengendalian organisasi (Hamzah Al-Mawali & Lam, 2016) dimana keputusan tersebut pada akhirnya untuk meningkatkan kinerja organisasi.

Informasi yang dihasilkan *customer accounting* dapat digunakan perusahaan untuk mengklasifikasikan pelanggan berdasarkan profitabilitasnya. Perusahaan kemudian dapat memperbarui strategi bisnisnya untuk mempertahankan pelanggan yang menguntungkan. Klasifikasi ini juga akan memungkinkan perusahaan untuk menangani lebih sedikit pelanggan yang tidak menguntungkan dengan menawarkan layanan baru kepada mereka. Selain itu juga perusahaan dapat mendesain ulang layanan mereka dan menyesuaikan antara harapan dan kebutuhan pelanggan, dan pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan. (Hamzah, 2013). Meskipun demikian, pada kenyataannya, sebagian UMKM belum memanfaatkan informasi tersebut sehingga, cenderung membuat keputusan yang salah dan berdampak pada penurunan kinerja. (Ahmad, 2017; Lucas, Prowle, & Lowth, 2013).

Adanya persoalan pada hasil kinerja UMKM diperlukan suatu penilaian kinerja. Terdapat berbagai kriteria penilaian kinerja, baik secara *financial* maupun *non-financial*. Kriteria-kriteria yang berbeda dalam mengukur kinerja perusahaan tersebut sebenarnya bergantung pada pengukuran kinerja itu sendiri. (Zuliarni, 2017). *Balance Scorecard* merupakan alat manajemen yang di pergunakan untuk menilai kinerja suatu perusahaan dengan kriteria *financial* dan *non financial*. Alat manajemen strategik ini menggunakan empat pespektif, yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Empat perspektif *scorecard* memberikan keseimbangan antara tujuan jangka pendek dan jangka panjang, antara hasil yang diinginkan dengan faktor pendorong tercapainya hasil tersebut (Kaplan, R. S., dan Norton, 2000). *Balanced Scorecard* merupakan alat manajemen yang didesain untuk menerjemahkan visi, misi, dan strategi kedalam sasaran-sasaran strategik yang komprehensif, koheren, terukur dan berimbang (Moeheriono, 2012). *Balanced Scorecard* terdiri dari empat perspektif, yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Empat perspektif *scorecard* memberikan keseimbangan antara tujuan jangka pendek dan jangka panjang, antara hasil yang diinginkan dengan faktor pendorong tercapainya hasil tersebut (Kaplan, R. S., dan Norton, 2000)

Topik ini telah diteliti oleh (Aksoylu & Aykan, 1548; Holm, Kumar, & Plenborg, 2016; Valentine, 2015) namun, hasilnya bertolak belakang dengan (Hamzah, 2013; Maharani, 2011). Selain itu, penelitian serupa juga sebagian besar diujikan pada perusahaan besar (Agu, Nweze, & Enekwe, 2016; Fowzia & Afroz, 2016; Guilding & Mcmanus, 2013.; Wang & Fang, 2012). Akibatnya, ada kesenjangan yang signifikan dalam pengetahuan dasar terkait SMAT di UMKM. Sementara, menurut (Ahmad, 2017) bahwa penelitian di UMKM akan menghasilkan temuan yang berbeda dan sangat penting untuk memperkuat daya saing. Oleh karena itu tujuan penelitian ini ingin mengetahui dan menjelaskan *competitive environment* dan *customer accounting* memiliki dampak terhadap kinerja organisasi UMKM. Mengingat informasi yang di hasilkan *customer accounting* lebih cenderung mengarah pada peningkatan kinerja organisasi dalam situasi lingkungan yang kompetitif.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori kontingensi

Teori kontingensi adalah pendekatan studi perilaku organisasi seperti teknologi, budaya dan lingkungan eksternal mempengaruhi desain dan fungsi organisasi. (Jesmin Islam, 2012) Asumsi yang mendasari Teori kontingensi adalah bahwa tidak ada satu tipe struktur organisasi yang berlaku sama untuk semua organisasi. Efektivitas organisasi tergantung pada kesesuaian antara jenis teknologi, lingkungan bisnis, ukuran organisasi, struktur organisasi dan sistem informasinya. Pendekatan kontingensi menarik minat para peneliti karena peneliti ingin mengetahui apakah tingkat keandalan informasi akuntansi manajemen itu akan selalu berpengaruh sama terhadap kinerja pada setiap kondisi yang berbeda.

Teori Resource-based view

Teori *Resource-based view* dikembangkan oleh (Barney, 1991) merupakan salah satu perspektif yang memiliki kontribusi besar pada berbagai riset dan kajian manajemen strategik *Resource-based view* membahas mengenai sumber daya yang dimiliki perusahaan dan bagaimana perusahaan tersebut dapat mengelola dan memanfaatkan

sumber daya yang dimilikinya Menurut pandangan RBV, perusahaan akan unggul dalam persaingan usaha dan mendapatkan kinerja organisasi yang baik dengan cara memiliki, menguasai dan memanfaatkan asset-asset strategis yang penting yaitu asset berwujud dan asset tidak berwujud (Siregar, 2016) dan pelanggan adalah salah satu bentuk asset strategis bagi perusahaan. Penelitian ini didasarkan pada dua teori mendasar, yaitu teori kontingensi dan RBV perusahaan (Ah Lay & Jusoh, 2017)

UMKM

Undang-Undang No 20 Tahun 2008 menjelaskan bahwa usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang. Usaha mikro kecil dan menengah. UMKM dibedakan menjadi tiga dan berdasarkan asset dan omzet (Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, 2008)

Kinerja Organisasi (Non-keuangan)

Pengukuran kinerja *nonfinancial* memudahkan manajemen untuk memastikan peningkatan bisnis sebelum kinerja keuangan dapat ditentukan. (Parastoo Saeidi, Sofian, Saeidi, & Parisa Saeidi, 2013). *Balanced Scorecard* merupakan pengukuran kerja *non-financial* sebagai alat manajemen yang didesain untuk menerjemahkan visi, misi, dan strategi kedalam sasaran-sasaran strategik yang komprehensif, koheren, terukur dan berimbang. (Moeheriono, 2012) Terdapat empat perspektif dalam *Balance scorecard* yaitu, perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Menurut Kaplan dan Norton (2000) terdapat empat perspektif dalam *Balanced Scorecard*, yaitu: 1) Perspektif Keuangan: *Balanced Scorecard* tetap menggunakan perspektif keuangan karena ukuran keuangan sangat penting dalam memberikan ringkasan konsekuensi tindakan ekonomis yang telah diambil. Ukuran kinerja keuangan memberikan petunjuk apakah strategi perusahaan, implementasi dan pelaksanaannya memberikan kontribusi atau tidak kepada peningkatan laba perusahaan. 2) Perspektif Pelanggan: Dalam perspektif pelanggan, dapat melihat bagaimana organisasi tampil dalam perspektif pelanggan telah menjadi prioritas utama untuk top manajemen. Perhatian kepada pelanggan cenderung dikategorikan menjadi empat yaitu waktu, kualitas, kinerja dan pelayanan, serta biaya. 3) Perspektif Proses Bisnis Internal: Agar suatu perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumennya, maka dibutuhkan proses, keputusan, dan tindakan dalam perusahaan tersebut. Manajer harus fokus pada operasi internal tersebut agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam hal ini, perusahaan berfokus pada tiga proses bisnis utama yaitu proses inovasi, proses operasi, dan proses layanan purna jual. 4) Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan: Perspektif ini mengidentifikasi infrastruktur yang harus dibangun perusahaan dalam menciptakan pertumbuhan dan peningkatan kinerja jangka panjang. Tiga sumber utama pembelajaran dan pertumbuhan perusahaan datang dari manusia, sistem, dan prosedur perusahaan.

Competitive Environment

Competitive Environment merupakan bagian dari lingkungan bisnis eksternal yang terdiri dari banyak perusahaan yang mencoba untuk menarik pelanggan di pasar yang sama. Lingkungan yang tidak pasti, yang terkena dampak dari persaingan yang tinggi, merupakan variabel kontekstual penting dalam penelitian berbasis kontingensi. (Samsir, 2013) Lingkungan yang kompetitif (*competitive environment*) merujuk pada konsep teori yang membedakan lingkungan menjadi konsumen, pemasok, dan pesaing (pendatang baru dan produk pengganti) (Mat, 2010).

Customer Accounting sebagai Strategic Management Accounting Techniques

Strategic Management Accounting Techniques dapat didefinisikan sebagai seperangkat pendekatan akuntansi manajerial tertentu, yang berusaha untuk mengintegrasikan wawasan dari akuntansi manajemen dan manajemen pemasaran dalam kerangka manajemen strategis (Ah Lay & Jusoh, 2017). *Customer accounting* adalah salah satu teknik dalam strategi akuntansi manajemen, dengan mengukur setiap pelanggan dan/ atau kontribusi segmen pelanggan terhadap profitabilitas perusahaan, baik itu di masa lalu, sekarang atau masa depan. Sistem informasi *Customer Accounting* digunakan untuk berbagai perencanaan dan keputusan sumber daya tujuan, mulai dari harga yang berbeda dan tingkat layanan (Holm et al., 2016).

Menurut Malawi (2013), *customer accounting* memiliki 3 dimensi yaitu : (1). *Customer Profitability Analysis (CPA)*. Teknik ini memberikan informasi manajemen tentang profitabilitas pelanggan individu atau kelompok pelanggan. CPA memberikan arahan kepada manajemen untuk menganalisis penjualan pelanggan dan untuk menentukan apakah perusahaan secara keseluruhan mendapat untung dari melakukan bisnis dengan pelanggan tertentu. (2). *Lifetime Customer Profitability Analysis*. Teknik ini memungkinkan organisasi untuk mengetahui pelanggan mana yang lebih menguntungkan dalam jangka panjang, sehingga hubungan pelanggan dapat diubah atau dikendalikan untuk meningkatkan profitabilitas organisasi. (3). *Valuation Customer As Assets*. *Valuation customer as assets* adalah perhitungan dari nilai pelanggan terhadap organisasi. Membawa nilai pelanggan yang lebih baik sekarang dianggap sebagai salah satu elemen penting terbesar untuk kesuksesan perusahaan mana pun di masa kini maupun di masa depan.

Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Pemikiran

Dalam kondisi lingkungan yang kompetitif, manajemen mengalami kesulitan untuk merumuskan perencanaan dan pengendalian sehingga berdampak pada kinerja organisasi. Faktor lingkungan yang kompetitif (*competitive environment*) menjadi penting dikarenakan manajerial akan mengalami kesulitan dalam pembuatan keputusan strategis, karena kinerja dalam organisasi merupakan jawaban dari berhasil atau tidaknya tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian (Bastian & Muchlish, 2012; Damayanti, Sujana, & Werastuti, 2015) yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh terhadap kinerja organisasi dalam keadaan ketidakpastian lingkungan yang tinggi. Argumen ini mengarah kepada hipotesis berikut:

H1: Terdapat pengaruh positif *competitive environment* terhadap kinerja organisasi

Informasi yang dihasilkan *customer accounting* sangat berguna dalam pengambilan keputusan manajerial dalam menghadapi lingkungan bisnisnya. Dalam kondisi lingkungan yang semakin kompetitif, perusahaan memerlukan informasi akuntansi manajemen untuk mendukung keputusan strategis sekaligus membantu dalam memantau kemajuan strategi tersebut. Lingkungan yang semakin tidak pasti akan mempengaruhi tingkat penggunaan informasi akuntansi manajemen (Lubis, Azmi, & Suriyanti, 2020). Maka, hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H2: Terdapat pengaruh positif *competitive environment* terhadap *customer accounting*

Customer Accounting merupakan salah satu teknik dari *Strategic Management Accounting Techniques* yang dapat membantu perusahaan dalam mencapai kinerja organisasi. Informasi yang dihasilkan berperan dalam proses pengambilan keputusan yang strategis. Sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh McManus (2013) dan Valentine (2015) Maka, hipotesisnya yang diturunkan adalah;

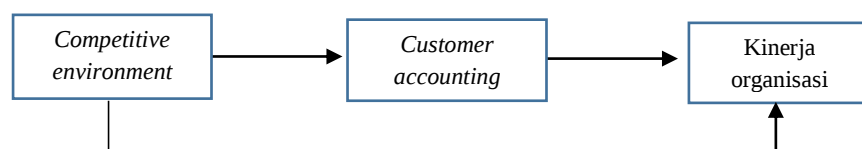
H3: Terdapat pengaruh positif *customer accounting* terhadap Kinerja Organisasi

Pada lingkungan yang lebih kompetitif, menyebabkan organisasi mungkin membutuhkan tambahan informasi untuk mengantisipasinya. Semakin canggih laporan yang dihasilkan dari informasi sistem akuntansi manajemen akan lebih dapat membantu mengurangi ketidakpastian dan memperbaiki kualitas keputusan yang dibuat yang selanjutnya mungkin dapat memperbaiki kinerja organisasi. Sebagaimana hasil penelitian dari (H. Al-Mawali, 2015; Hamzah Al-Mawali & Lam, 2016; Jayanti & Widodo, 2018). Maka Hipotesis Yang Diajukan Adalah;

H4: Terdapat pengaruh positif tidak langsung *competitive environment* terhadap kinerja melalui *customer accounting*

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penjelasan secara teoritis maupun tinjauan penelitian terdahulu yang telah membuktikan adanya pengaruh *competitive environment*, *customer accounting* sebagai teknik strategi akuntansi manajemen terhadap kinerja organisasi, maka dapat digambarkan kerangka penelitian sebagai berikut;



Sumber : Penelitian terdahulu, 2019
Gambar 2. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada UMKM Kuliner yang ada di Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei hingga Juni 2020.

Populasi dan Sampel

Adapun populasi dari penelitian ini adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang usaha kuliner yang ada di kota Pekanbaru. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya. Jumlah populasi sebanyak 162 UMKM di bidang kuliner yang ada di kota Pekanbaru, dan jumlah UMKM yang memiliki kriteria untuk dijadikan sampel sebanyak 101 UMKM.

Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan variabel *Competitive environment*, *customer accounting* dan kinerja organisasi. Setiap kuesioner variabel mengandung pertanyaan dengan penilaian menggunakan skala 1 sampai 5 yang berarti sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas konstruk dari *measurement model* dengan indikator refleksif dapat diukur dengan melihat nilai *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* di atas 0,70. Uji reliabilitas juga bisa diperkuat dengan *Cronbach's Alpha* Nilai yang disarankan adalah di atas 0,6. Berikut adalah hasil uji reabilitas di sajikan pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Uji Reabilitas

Konstruk	Composite Reliability	Cronbach's alpha coefficients
Kinerja Organisasi	0.900	0.871
Customer accounting	0.912	0.886
Competitive environment	0.839	0.821

Sumber : Data diolah, 2020

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* dan nilai *Cronbach's alpha coefficients* untuk semua konstruk adalah di atas 0,7 dan di atas 0,6. Artinya nilai tersebut menunjukkan bahwa semua konstruk pada model yang diestimasi memenuhi ketentuan uji reliabel.

Hasil Uji Validitas

Uji validitas ini menunjukkan kesesuaian setiap indikator dengan teori-teori yang digunakan untuk mendefinisikan suatu konstruk (Hartono, 2008). Uji validasi dilihat dari hasil output dengan menggunakan kriteria faktor *loadings* (*cross-loadings factor*) dengan nilai lebih dari 0,50 dan *average variance extracted* (AVE) dengan nilai melebihi 0,50 untuk uji validitas konvergen dan untuk uji validitas diskriminan menggunakan perbandingan akar dari AVE dengan korelasi antar variabel. Nilai AVE konstruk seharusnya lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi antar variabel laten (Solihin dan Ratmono, 2013). Berikut ini adalah hasil uji validitas;

Tabel 2. Combined loadings and cross-loadings factor

	Kinerja	Costume	Comptiv
KO1	0.794	-0.660	0.526
KO2	0.758	-0.361	-0.146
KO3	0.798	-0.005	-0.229
KO4	0.783	-0.036	-0.308
KO5	0.807	-0.121	0.127
KO6	0.719	0.446	0.081
KO7	0.724	0.129	-0.045
KO8	0.715	0.552	0.124
CA1	-0.060	0.762	0.412
CA2	0.275	0.728	0.198
CA3	0.157	0.837	-0.336
CA4	0.001	0.870	-0.322
CA5	-0.116	0.789	-0.050
CA6	-0.067	0.830	0.098
CA7	-0.077	0.856	-0.023
CA8	-0.038	0.877	0.253
CE1	0.185	0.245	0.820
CE2	0.396	0.499	0.747
CE3	0.029	-0.016	0.933
CE4	-0.040	-0.221	0.880
CE5	-0.141	-0.035	0.907
CE6	-0.233	-0.091	0.935
CE7	-0.184	0.035	0.904
CE8	0.576	-0.166	0.887
CE9	0.576	-0.243	0.736
CE10	0.618	-0.192	0.861

CE11	0.364	-0.494	0.705
CE12	0.663	-0.375	0.819

Sumber : Data diolah, 2020

Tabel 3. Perbandingan akar dari AVE dengan korelasi antar variabel

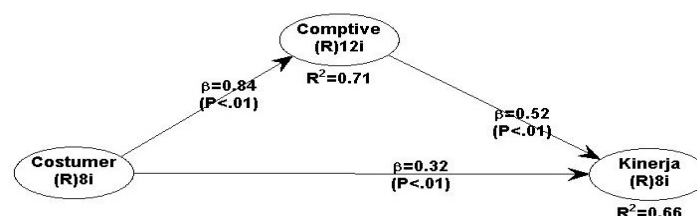
	AVE	Akar
Kinerja	0,531	0,729
Costume	0,573	0,757
Competitive	0,514	0,717

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil perhitungan WarpPLS 5.0 pada tabel 2 menunjukkan bahwa masing-masing nilai pada *cross-loadings factor* telah mencapai nilai diatas 0,5 dengan nilai p di bawah 0,001. Dengan demikian kriteria uji validitas konvergen telah terpenuhi Pada tabel 3 di atas dapat di peroleh informasi bahwa nilai akar AVE lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi antara variabel dengan variabel lainnya dan ini berarti semua variabel dalam model penelitian ini telah memenuhi kriteria *discriminant validity*. Dengan demikian instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi semua ketentuan uji validitas.

Hasil Uji Hipotesis

Berikut ini adalah hasil uji dengan menggunakan WarpPls 5.0 dengan tingkat kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 5% ;



Sumber : Data diolah dengan WarpPls 5.0, 2020

Gambar 3: Hasil Output WarpPls 5.0

Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada *output path coefficients* yaitu jika nilai $p < 0.05$ maka hipotesis di terima. Berikut ini adalah tabel ringkasan hasil uji hipotesis penelitian:

Tabel 4 Ringkasan Hasil Penelitian

		Koefisien	Nilai P	Ideal	Hasil
H1	Competitive–Kinerja Organisasi	0.515	< 0.001	<0,05	Terdukung
H2	Competitive-Customer	0.840	< 0.001	<0,05	Terdukung
H3	Customer-Kinerja	0.324	< 0.001	<0,05	Terdukung
H4	Competitive-customer-kinerja	0.433	< 0.001	<0,05	Terdukung

Sumber : Data diolah, 2020

Dari hasil ringkasan hasil penelitian pada tabel 4 dapat diketahui bahwa semua hipotesis telah terdukung karena nilai kriteria hipotesis diterima yaitu dibawah 0.05.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kinerja organisasi dapat melalui *customer accounting* dan *competitive environment*. Nilai koefisien untuk *competitive environment* adalah 0.515 dan $p\text{ value } 0.001 < 0.05$ yang berarti bahwa hipotesis 1 terdukung. Hasil ini menunjukkan bahwa *competitive environment* berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi. Artinya, semakin tinggi *competitive environment* yang di persepsikan oleh pemilik usaha, maka semakin dapat menurunkan kinerja organisasi. Hal ini dikarenakan, ketika lingkungan bisnis semakin kompetitif maka pemilik usaha akan mengalami kesulitan dalam merumuskan strategi bisnis yang pada akhirnya mempengaruhi kinerja organisasi. Penelitian ini sejalan dengan (Suardhika, 2012; suriyanti dkk, 2015) yang mengatakan bahwa Peningkatan dinamika lingkungan yang tercermin dari tingginya ketidakpastian dan intensitas persaingan mampu secara langsung menghambat atau menurunkan kinerja usaha dari UKM, namun terdapat

perbedaan hasil penelitian dari Suci (2009) yang menunjukkan hasil bahwa dinamika lingkungan yang kompetitif tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha

Nilai koefisien untuk *competitive environment* adalah sebesar 0.840 dan p value $0.001 < 0.05$ yang berarti bahwa hipotesis 2 terdukung. Hasil uji ini menunjukkan bahwa *competitive environment* berpengaruh positif terhadap *customer accounting*. Lingkungan kompetitif dan kemajuan teknologi secara umum mempengaruhi perusahaan untuk mengubah praktik akuntansi manajemennya, serta desain dan strategi organisasinya untuk meningkatkan kinerja organisasinya. Informasi akuntansi yang di hasilkan oleh *customer accounting* membantu perusahaan untuk merumuskan keputusan strategis dalam menghadapi lingkungan yang semakin kompetitif. Hal ini sesuai dengan teori kontijensi, yang mengatakan bahwa sangat penting untuk menjelaskan bagaimana sistem akuntansi dapat dipengaruhi oleh kesesuaian antara faktor lingkungan dan organisasi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mat (2010) namun berbeda dengan hasil penelitian Baines dan Langfield-Smith (2003)

Sementara itu, hasil uji menghasilkan nilai koefisien *customer accounting* sebesar 0.324 atau sebesar 32.4 % pengaruhnya terhadap kinerja organisasi. Hal ini di karenakan informasi yang dihasilkan *customer accounting* yang merupakan bagian dari sistem informasi akuntansi untuk memfasilitasi perkembangan dan pelaksanaan dari strategi bisnis yang berperan dalam proses pengambilan keputusan dengan tujuan agar dapat mencapai kinerja organisasi yang diinginkan. Sumber daya sistem informasi akuntansi ini juga berperan dalam perencanaan, tata kelola, pengarahannya dan pengendalian organisasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan *Resource-Based View Theory* yang mengatakan bahwa strategi bisnis dapat dilakukan dengan mengalokasikan sumber daya kepada kebutuhan pasar pada saat kemampuan perusahaan untuk bersaing dianggap tidak cukup untuk bertahan di tengah lingkungan bisnis yang dinamis. Sumber daya dan kemampuan perusahaan merupakan hal yang penting dalam strategi tingkat bisnis dalam meningkatkan kinerja organisasinya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Valentine dan Devie (2015) serta Holm, Kumar dan Plenborg (2016) yang mengatakan bahwa *customer accounting* berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Namun hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Al-Mawali dan Lam (2016) yang mengatakan bahwa dua informasi *customer accounting* tidak memiliki dampak yang pada kinerja organisasi.

Selanjutnya adalah hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *competitive environment* terhadap kinerja organisasi melalui *customer accounting*. Hasil menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.433 yang mengartikan bahwa sebesar 43.3% interaksi dua variabel tersebut mempengaruhi kinerja organisasi dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya. Hal ini membuktikan bahwa ketika perusahaan menghadapi lingkungan yang kompetitive maka di butuhkan informasi akuntansi yang di hasilkan oleh *customer accounting* guna merumuskan kebijakan yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja organisasi. Semakin tinggi kompetensi lingkungan bisnis, maka semakin di butuhkan informasi *customer accounting* dalam meningkatkan kinerja. Hal ini sesuai dengan kajian dalam teori kontingensi bahwa kinerja organisasi yang unggul tergantung pada kesesuaian atau kecocokan antara informasi sistem akuntansi dan faktor kontingen lainnya (seperti ketidakpastian lingkungan, strategi bisnis, ukuran perusahaan, dll.). Informasi akuntansi, terutama informasi akuntansi manajemen, sebagai output dari sistem akuntansi secara signifikan berkontribusi pada berfungsinya proses manajemen secara efektif. Inti dari pengambilan keputusan pusat yang berfungsi seperti itu adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahannya, dan pengendalian. Penelitian ini dimendukung hasil penelitian dari Al-Mawali dan Lam (2016).

PENUTUP

Berdasarkan pengujian yang dilakukan pada UMKM Kuliner di Pekanbaru, maka hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut : (1) *Competitive environment* berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi. (2) *customer accounting* berpengaruh positif terhadap *competitive environment* (3) *customer accounting* berpengaruh terhadap kinerja organisasi dan (4) *competitive environment* berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi melalui *customer accounting*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dihasilkan, maka saran-saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak tertentu sebagai berikut : (1) Bagi pemilik usaha, diharapkan menganalisa dan mengevaluasi kembali kebijakan strategis bisnis perusahaan, agar lebih berorientasi kepada pelanggan. Terutama ditengah kondisi lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. selanjutnya, informasi akuntansi dan penilaian kinerja menjadi faktor utama untuk merumuskan strategi dalam meningkatkan kinerja (2) Bagi akademis, diharapkan menggunakan faktor lainnya yang dapat meningkatkan kinerja organisasi terutama pada UMKM, misalnya dengan menggunakan strategi inovasi, biaya rendah atau teknik lainnya yang terdapat dalam *Strategic Management Accounting Techniques*. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan UMKM di sektor lainnya tidak hanya di bidang kuliner.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, adapun terdapat beberapa keterbatasan yang menjadi kelemahan dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut : Sampel yang digunakan hanya berjumlah 101 sampel dan objek penelitian hanya UMKM Kuliner. (2) variabel yang di gunakan dari *Strategic Management Accounting Techniques* hanya satu, yaitu *customer accounting*.

Penelitian ini dibiayai oleh Deputy Bidang Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset dan Teknologi/ Badan Riset dan Inovasi Nasional melalui LLDIKTI Wilayah X sesuai dengan kontrak Penelitian Dosen Pemula (PDP) Nomor : 084/LL10/PG/2020.

DAFTAR RUJUKAN

- AGU, C. I., NWEZE, A. U., & ENEKWE, C. I. (2016). The Use of Strategic Management Accounting Techniques (SMATs) in Sustainability Performance Measurement for Corporate Governance in Nigeria. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 6(3), 262–271. <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v6-i3/2274>
- Ah Lay, T., & Jusoh, R. (2017). Organizational Capabilities, Strategic Management Accounting and Firm Performance. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 14(2), 222–246. <https://doi.org/10.21002/jaki.2017.12>
- Ahmad, K. (2017). The Implementation of Management Accounting Practices and its Relationship with Performance in Small and Medium Enterprises. *International Review of Management and Marketing*, 7(1), 342–353.
- Aksoylu, S., & Aykan, E. (1548). Effects of Strategic Management Accounting Techniques on Perceived Performance of Businesses. *Journal of US-China Public Administration*, 10(10), 1004–1017.
- Al-Mawali, H. (2015). Strategic Management Accounting Usage, Environmental Uncertainty and Organizational Performance. *European Journal of Business and Management*, 7(18), 2222–2839. Retrieved from <http://aurak.ac.ae/publications/Strategic-management-accounting-usage,-environmental-uncertainty-and-organizational-performance.pdf>
- Al-Mawali, Hamzah, & Lam, T.-D. (2016). Customer accounting and environmental uncertainty: Sequential explanatory study. *International Review of Management and Marketing*, 6(3), 532–543.
- Baines, A., & Langfield-Smith, K. (2003). *Antecedents to management accounting change: a structural equation approach*. *Accounting, Organizations and Society*, 28(7,8), 675–698.
- Barney. (1991). *firm resources and sustained competitive advantage* (pp. 99–120). pp. 99–120. *Journal of management*.
- Bastian, E., & Muchlish, M. (2012). Perceived Environment Uncertainty, Business Strategy, Performance Measurement Systems and Organizational Performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65(ICIBSoS), 787–792. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.200>
- Cadez, S., & Guilding, C. (2008). An exploratory investigation of an integrated contingency model of strategic management accounting. *Accounting, Organizations and Society*. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2008.01.003>
- Damayanti, P. E., Sujana, E., & Werastuti, D. N. S. (2015). Pengaruh Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen (SAM), Desentralisasi, dan Ketidakpastian Lingkungan Terhadap Kinerja Manajerial (Studi Empiris Pada Hotel Se-Kabupaten Buleleng). *E-Journal S1 AK UPG*.
- Fowzia, R., & Afroz, F. (2016). Strategic Management Accounting Techniques of Manufacturing Organizations of Bangladesh With Special Reference to Satisfaction Level. *Daffodil International University Journal of Business and Economics*, 10(2), 123–134.
- Guilding, C., & Mcmanus, L. (n.d.). of Customer Accounting : an Exploratory Note. *Young*.
- Hamzah, A. (2013). Customer Accounting Information Usage : A Mixed-method Study. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, 5(6), 392–403.
- Holm, M., Kumar, V., & Plenborg, T. (2016). An investigation of Customer Accounting systems as a source of sustainable competitive advantage. *Advances in Accounting*, 32, 18–30. <https://doi.org/10.1016/j.adiac.2015.12.002>
- Ietje Nazaruddin. (2000). PENGUKURAN KINERJA NON FINANSIAL Suatu Cara meningkatkan ‘ Value ’ Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 1(1), 32–40.
- JAYANTI, R. D., & WIDODO, H. (2018). Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan dan Karakteristik Informasi Akuntansi Manajemen terhadap Kinerja Manajerial (Studi pada Perusahaan BUMN di Jawa Timur). *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*. <https://doi.org/10.26740/bisma.v2n2.p150-158>
- Jesmin Islam. (2012). A review of literature on contingency theory in managerial accounting[1] Jesmin Islam, “A review of literature on contingency theory in managerial accounting,” *AFRICAN J. Bus. Manag.*, 2012. *AFRICAN JOURNAL OF BUSINESS MANAGEMENT*. <https://doi.org/10.5897/ajbm11.2764>
- Kaplan, R. S., dan Norton, D. P. (2000). *Balanced Scorecard Menerapkan Strategi Menjadi Aksi*. Jakarta: Erlangga.
- Krisdanti, G., & Rodhiyah, R. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA UKM PADA SEKTOR INDUSTRI PENGOLAHAN MAKANAN DI KOTA SEMARANG. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*.
- 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*.

- <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.09.008>
- Lubis, P. A., Azmi, Z., & Suriyanti, L. H. (2020). Pengaruh Customer Accounting Dan Customer Orientation Terhadap Kinerja Organisasi. *Jurnal Al-Iqtishad*, 15(2), 180. <https://doi.org/10.24014/jiq.v15i2.8310>
- Lucas, M., Prowle, M., & Lowth, G. (2013). Management Accounting Practices of (UK) Small-Medium-Sized Enterprises (SMEs). *Chartered Institute of Management Accountants*, 9(4), 1–14.
- Maharani, A. (n.d.). *Pengaruh Karakteristik Informasi Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Manajerial Dengan Ketidakpastian Lingkungan Dan Strategi Bisnis Sebagai Variabel Moderating*.
- Mat, T. T. (2010). Management accounting and organizational change : impact of alignment of management accounting system , structure and strategy on performance Edith Cowan University. <Http://Ro.Ecu.Edu.Au/Theses/149>.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.07.007>
- Moehersono. (2012). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa.
- Parastoo Saeidi, S., Sofian, S., Saeidi, P., & Parisa Saeidi, S. (2013). Moderating Effect of Environmental Management Accounting on Innovation and Firm Performance: Review of Contemporary Literature. *J. Basic. Appl. Sci. Res*, 3(11), 332–338.
- Pavlatos, O., & Kostakis, H. (2015). Management accounting practices before and during economic crisis: Evidence from Greece. *Advances in Accounting*. <https://doi.org/10.1016/j.adiac.2015.03.016>
- Samsir, S. (2013). The Effects of Industrial Environment, Innovation, and Government Policy on Business Performance (Evidences from Riau Songket Weaving Small Industry in Riau Province). *IOSR Journal of Business and Management*, 10(5), 23–31. <https://doi.org/10.9790/487x-1052331>.
- Suardhika, I Nengah (2012). Integrasi sumber daya strategis, orientasi kewirausahaan dan dinamika lingkungan sebagai basis strategi bersaing serta pengaruhnya terhadap kinerja usaha (studi pada usaha kecil dan menengah di Bali). *Jurnal aplikasi manajemen* No. 10 Volume 1
- Suci, Rahayu Puji. (2009). Orientasi kewirausahaan, dinamika lingkungan, dan kemampuan manajemen serta dampaknya terhadap kinerja (studi pada industri kecil menengah bordir di Jawa Timur). *JAM : Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol 7 No. 2.
- Suriyanti, Linda Hetri., Kirmizi & Desmiyawati. (2015). Pengaruh *Competitive Environment* Dan Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Organisasi : Strategi Organisasi Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ekonomi*. Volume 23 No.1
- SIREGAR, B. G. (2016). PENERAPAN MODEL INTEGRASI DALAM RESOURCES-BASED VIEW SEBAGAI STRATEGI BERSAING PERUSAHAAN DALAM PANDANGAN ISLAM. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*. <https://doi.org/10.24952/fitrah.v2i1.452>
- Soheilrad, S. P., & Sofian, S. (2016). A Proposed Model of the Relationship between Environmental Management Accounting and Firm Performance. *International Journal of Research-Granthaalayah: A Knowledge Repository*, 4(1), 231–239.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. (2008). Tentang: Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah. *Sekretariat Negara. Jakarta*.
- Valentine, L. (2015). Pengaruh Customer Accounting Sebagai Strategic Management Accounting Techniques Dan Customer Orientation Terhadap Organizational Performance. *Business Accounting Review*, 3(1), 338–349.
- Wang, M. C., & Fang, S. C. (2012). The moderating effect of environmental uncertainty on the relationship between network structures and the innovative performance of a new venture. *Journal of Business and Industrial Marketing*. <https://doi.org/10.1108/08858621211221689>
- Zuliarni, S. (2017). Entrepreneurship Dalam Peningkatan Kinerja Usaha Pada UMKM Makanan Khas Riau. *JURNAL APLIKASI BISNIS*, 8(1), 13–18.
- www.kemenperin.go.id. Analisis Perkembangan Industri Edisi IV. Diakses pada Agustus 2019.
- www.kemenperin.go.id/artikel/14200/Kontribusi-UMKM-Naik. Diakses pada Agustus 2019.
- www.ukmriau.com. Data UKM Kuliner di Riau. Diakses pada Agustus 2019.