

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Persaingan bisnis telah menimbulkan berbagai macam pergolakan, tekanan, risiko, munculnya inovasi baru dan ketidakpastian. Puncak dari tuntutan organisasi yaitu menjawab segala kesempatan dan ancaman dalam lingkungan bisnis yang tepat untuk mencapai tujuan. Di samping itu, perusahaan dituntut untuk melaksanakan pengembangan kompetensinya yang sesuai dengan rencana masa depan atau jangka panjang, dimana rencana tersebut merupakan gambaran praktis dari berbagai informasi yang ada sampai dengan saat ini ditambah dengan proyeksi masa depan. Kompetensi yang dimaksud adalah dimana pesaing tidak dapat dengan mudah menduplikasi produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan demi mencapai keunggulan bersaing (Scoemaker, 1992).

Keunggulan bersaing suatu perusahaan dalam jangka pendek dapat diperoleh melalui strategi biaya rendah maupun *differensiasi* produk. Tetapi dalam jangka panjang, keunggulan bersaing hanya dapat diperoleh dengan membangun kompetensi, melakukan berbagai macam inovasi dan bergerak lebih cepat dari kompetitornya. Sumber-sumber keunggulan bersaing dapat dilihat dari kemampuan manager puncak dalam mengkonsolidasikan informasi-informasi yang mencakup informasi biaya, pemasaran dan produk, dimana hal tersebut dapat dengan efektif mendukung tercapainya tujuan strategik perusahaan dan berperan dalam mencapai keunggulan bersaing.

Perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia saat ini belum menggambarkan keunggulan bersaing yang kompetitif dibandingkan dengan negara-negara lain (Neely, 2008) yang menunjukkan baru 15,29 % perusahaan manufaktur masuk ke dalam kategori servitisasi, dimana servitisasi merupakan refleksi dari keunggulan bersaing. Angka tersebut dinilai lebih rendah dengan negara tetangga seperti Singapura, Malaysia dan Thailand, dimana servitisasi merupakan pergeseran pola bisnis yang dahulu

(2)

hanya berfokus pada produk sentris menjadi berfokus kepada jasa sentris, hal tersebut bermula dari kurang baiknya dalam mengelola informasi perusahaan yang bisa dimanfaatkan untuk membaca peluang, mengatur strategi, membuat inovasi, agar bisa unggul dari para pesaingnya.

Provinsi Jawa Timur merupakan cerminan di Indonesia, betapa jauh diunggulkan dari daya saing ekonomi selama dua dekade (Oxford Business Group 2014; World Bank 2011; Bowring 2015) dalam Mustaghfirin (2018). Hasil dari data tersebut juga didukung dari indeks kompetitif ekonomi dari 33 provinsi yang dibuat oleh Asia Competitiveness Institute (ACI), menunjukkan bahwa provinsi Jawa Timur menempati urutan kedua secara konsisten di bawah DKI Jakarta. Hal itu menunjukkan bahwa Jawa Timur sangatlah kompetitif hingga sampai tingkat kabupaten dan kota, dimana terdapat pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat, salah satunya dari transisi sektor ekonomi dari manufaktur ke sektor jasa, dimana Surabaya yang merupakan ibu kota dari Jawa Timur memiliki Kawasan Industri yang sahamnya dimiliki oleh BUMN dan Pemerintah Provinsi Jawa Timur yaitu SIER (Surabaya Industrial Estate Rungkut) sekaligus menjadi kawasan industri dengan luas lahan terbesar jika dibandingkan dengan kawasan industri BUMN lainnya yaitu seluas 916 ha (dibandingkan dengan Kawasan Berikat Nusantara (KBN) seluas 620 ha, Jakarta Industrial Estate Pulogadung (JIEP) seluas 433 ha, Kawasan Industri Medan (KIM) seluas 666 ha, Kawasan Industri Wijayakusuma (KIW) seluas 250 ha dan Kawasan Industri Makasar (KIMa) seluas 348 ha), sehingga Surabaya dinilai tepat menjadi representatif dari servitisasi di Indonesia.

Terutama di masa pandemi Covid-19, menjadi proses transformasi yang memaksa perusahaan manufaktur harus mempunyai *logic*, tidak hanya berfokus pada *product dominant logic*, tapi *service dominant logic* serta semakin memaksa untuk bisa menghubungkan pelanggan dengan produk bisnis yang dimiliki. Misalnya, penjualan produk mobil di masa pandemi Covid-19 (tren yang dimulai oleh Tesla) memungkinkan pelanggan untuk dapat membeli mobil secara online yang dimana sekarang tidak hanya

(3)

adanya jasa *after service*, tetapi memungkinkan adanya jasa *pre-service* untuk *co-creation*. Akibatnya, teknologi baru seperti *virtual reality* digunakan untuk visualisasi interaktif untuk memberikan pengalaman pelanggan sebelum membeli mobil, dimana ini berada pada tahap desain produk, yang dimana sampai dengan tahap inovasi bisnis tersebut terdapat proses pengolahan informasi manajemen yang sangat panjang dan mendalam.

Pada beberapa literatur yang ada, ditemukan bahwa perusahaan manufaktur yang diservitisasi masih sangat mengandalkan teknik *traditional costing* untuk keputusan penetapan harga, seperti penetapan harga biaya tambahan dan berdasarkan harga oleh para penjual atau marketing mereka (Tenucci & Cinquini, 2015; Tenucci & Laine, 2016). Mereka berpendapat bahwa perusahaan tersebut harus meningkatkan ketersediaan informasi akuntansi manajemen untuk produk layanan mereka, sebagai upaya meningkatkan pengambilan keputusan yang efektif, inovasi dan peramalan bisnis kedepannya. Oleh karena itu, mereka menunjukkan bahwa penting untuk memperoleh informasi yang cukup dari metode akuntansi manajemen yang tepat pada servitisasi di perusahaan manufaktur guna mencapai keunggulan bersaing. Servitisasi akan membuat rantai informasi semakin panjang, harus tersedia semua informasi biaya, dari informasi kecil sampai barang *disposal* atau barang yang sudah tidak terpakai.

Pada tingkat organisasi yang lebih tinggi misalnya, perusahaan manufaktur perlu menyakini bahwa layanan selain penjualan produk dapat membawa dampak keuangan yang baik bagi organisasi (pendapatan maupun laba). Mereka perlu membenarkan bahwa model bisnis baru tersebut memiliki dampak positif pada organisasi, dibandingkan dengan alternatif peluang bisnis lainnya. Dalam pengertian itu, perusahaan membutuhkan sistem pendukung yang dapat menilai model bisnis yang dipilih dengan mengandalkan informasi secara teratur. Informasi akuntansi manajemen menguatkan perannya sebagai mesin penjawab melalui kemampuannya untuk menganalisis data, serta mencari tahu kondisi yang sebenarnya.

Terkadang, keputusan terbaik dalam organisasi membutuhkan peran intelektual dalam organisasi termasuk para akuntan dan pemasar atau marketing, desain dan produksi yang benar-benar paham akan bisnis perusahaan tersebut. Mereka memiliki perspektif luas dalam hal keputusan dan mereka dapat menggunakan informasi akuntansi manajemen sebagai penjawab kebutuhan dan tantangan bisnis perusahaan tersebut (Leotta et al., 2020). Selain itu, informasi akuntansi manajemen dapat membantu perusahaan manufaktur dengan menyediakan informasi sebagai legitimasi atas tindakan yang telah mereka lakukan sehingga mereka mulai memahami hubungan antara penawaran layanan dan nilai pelanggan, yang pada gilirannya, meningkatkan retensi pelanggan dan profitabilitas (Storbacka et al., 1994). Dalam hal ini, informasi akuntansi manajemen berperan sebagai mesin rasionalisasi dan inspirasi bagi organisasi.

Oleh karena itu, jelas bahwa peneliti akuntansi manajemen percaya bahwa informasi akuntansi manajemen memainkan peran yang sangat penting selama proses transformasi menjadi perusahaan manufaktur yang memiliki daya saing dan unggul dalam persaingan. Akuntansi manajemen memberikan informasi yang relevan yang sangat penting selama proses servitisasi seperti informasi perhitungan biaya terkait, pendapatan, keuntungan dan investasi untuk pengambilan keputusan (Neely, 2008). Akuntansi manajemen meningkatkan kemampuan untuk menemukan peluang bisnis yang dilayani melalui keputusan yang efektif membuat proses dalam situasi yang berbeda. Oleh karena itu, studi lebih lanjut sangat diperlukan guna dapat menggeneralisasi praktik dari berbagai perusahaan manufaktur yang diservitisasi.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan di atas, maka dapat dilihat bahwa efektifitas pengambilan keputusan dan inovasi menjadi dampak tidak langsung dari hubungan informasi akuntansi manajemen dan keunggulan bersaing. Dimana informasi akuntansi manajemen memiliki pengaruh positif terhadap efektifitas pengambilan keputusan, dan efektifitas pengambilan keputusan memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan

bersaing, selanjutnya pada informasi akuntansi manajemen juga memiliki pengaruh positif terhadap inovasi, dan inovasi memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Dengan begitu efektifitas pengambilan keputusan dan inovasi menjadi variabel mediasi karena dengan pengambilan keputusan yang efektif serta inovasi yang dilakukan akan membuat perusahaan bisa unggul dibanding dengan kompetitornya. Oleh karena itu, efektifitas pengambilan keputusan dan inovasi menjadi variabel mediasi yang dapat menjadi penengah hubungan antara informasi akuntansi manajemen sebagai variabel independen dan keunggulan bersaing sebagai variabel dependen. Selain itu peneliti melihat masih belum banyaknya model penelitian yang meneliti antara hubungan informasi akuntansi manajemen dan keunggulan bersaing, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tersebut.

Penelitian ini juga mencoba mengidentifikasi keterbatasan yang ada pada penelitian sebelumnya, dengan menambah jumlah sampel yang lebih besar, menggambarkan kerangka konseptual yang berbeda dan menambahkan variabel penelitian yang belum diteliti oleh peneliti sebelumnya di Indonesia, maupun penelitian yang sedang diteliti oleh (Purwohedi et al., 2022) pada perusahaan manufaktur yang terdapat di Kawasan Industri Kawasan Berikat Nusantara dan Jakarta Industrial Estate Pulogadung, sehingga penelitian ini akan memberikan temuan empiris yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, didukung dengan pengujian mediasi efektifitas pengambilan keputusan dan inovasi yang masih sedikit, juga dengan membuat model mediasi berganda yang juga masih sedikit membuat peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian lebih lanjut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Informasi Akuntansi Manajemen Terhadap Keunggulan Bersaing dengan Mediasi Efektifitas Pengambilan Keputusan dan Inovasi”**.

1.2. Perumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bahwa peneliti melihat masih belum banyaknya servitisasi pada perusahaan manufaktur akibat masih minimnya penggunaan informasi akuntansi manajemen dapat dimanfaatkan dengan maksimal, yang menjadikannya sulit untuk dapat unggul dalam persaingan (*competitive advantage*) di industrinya, dengan meneliti juga apakah efektifitas pengambilan keputusan dan inovasi masing-masing mempunyai pengaruh sebagai variabel mediasi.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Bedasarkan uraian latar belakang diatas, maka pertanyaan penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah informasi akuntansi manajemen secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing ?
2. Apakah informasi akuntansi manajemen secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap efektifitas pengambilan keputusan ?
3. Apakah efektifitas pengambilan keputusan secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing ?
4. Apakah efektifitas pengambilan keputusan memediasi hubungan antara informasi akuntansi manajemen terhadap keunggulan bersaing secara signifikan memiliki pengaruh positif ?
5. Apakah informasi akuntansi manajemen secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap inovasi ?
6. Apakah inovasi secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing ?
7. Apakah inovasi memediasi hubungan antara informasi akuntansi manajemen terhadap keunggulan bersaing secara signifikan memiliki pengaruh positif ?

1.4. Tujuan Penelitian

Bedasarkan uraian latar belakang diatas, maka tujuan penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh informasi akuntansi manajemen terhadap keunggulan bersaing
2. Menguji dan menganalisis pengaruh informasi akuntansi manajemen terhadap efektifitas pengambilan keputusan
3. Menguji dan menganalisis pengaruh efektifitas pengambilan keputusan terhadap keunggulan bersaing
4. Menguji dan menganalisis pengaruh informasi akuntansi manajemen terhadap keunggulan bersaing melalui efektifitas pengambilan keputusan
5. Menguji dan menganalisis pengaruh informasi akuntansi manajemen terhadap inovasi
6. Menguji dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing
7. Menguji dan menganalisis pengaruh informasi akuntansi manajemen terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat secara praktis maupun secara teoritis, diantaranya sebagai berikut :

Manfaat Teoritis :

- 1.5.1. Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh informasi akuntansi manajemen terhadap keunggulan bersaing dengan mediasi efektifitas pengambilan keputusan dan inovasi, dimana penelitian ini diharapkan mampu mendukung teori seperti keunggulan bersaing oleh Porter (1980), mengelompokkan strategi menjadi *cost leadership*, *differentiation product* dan *focus*, yang dimana servitisasi terdapat pada *differentiation product*. Selain itu penelitian ini diharapkan mampu

mendukung teori kontijensi dimana dapat digunakan untuk menganalisis sistem akuntansi manajemen dalam memberikan informasi yang dapat digunakan perusahaan untuk berbagai macam tujuan.

- 1.5.2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi penelitian berikutnya dengan topik penelitian yang serupa dan dapat dijadikan pengembangan ilmu dalam bidang akuntansi manajemen dan keuangan. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan bukti empiris terkait kesenjangan penelitian yang terdapat pada penelitian terdahulu mengenai informasi akuntansi manajemen, efektifitas pengambilan keputusan, inovasi terhadap keunggulan bersaing.

Manfaat Praktis :

- 1.5.3. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam peran *user* sebagai pengambil keputusan dan menciptakan inovasi, sehingga dapat mengelola informasi yang ada untuk dapat digunakan perusahaan dalam bersaing dengan para kompetitornya.
- 1.5.4. Bagi pengelola Kawasan Industri, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan akan kondisi yang terjadi di wilayahnya serta mampu memetakan kawasan agar dapat dikembangkan lebih baik lagi agar dapat *men-support* perusahaan yang ada di dalam kawasannya.