

“PENGARUH CUSTOMER ACCOUNTING DAN COMPETITIVE ENVIRONMENT PADA KINERJA ORGANISASI UMKM DI PEKANBARU”

Wiwik Novia Herlianti¹, Linda Hetri Suriyanti², Wira Ramashar³
Universitas Muhammadiyah Riau
Corresponding author : 160301155@student.umri.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah customer accounting dan competitive environment pada UMKM berpengaruh terhadap peningkatan kinerja organisasi di Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan dengan metode survey dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau. Sampel dipilih dengan menggunakan purposive sampling. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengujian data dilakukan dengan SPSS 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa customer accounting dan competitive environment berpengaruh terhadap peningkatan kinerja organisasi UMKM di Kota Pekanbaru.

Kata Kunci: *customer accounting, competitive environment, kinerja*

PENDAHULUAN

Kinerja merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi. Kinerja dapat diketahui dan diukur jika individu atau sekelompok karyawan telah mempunyai kriteria atau standar keberhasilan tolak ukur yang telah ditetapkan oleh organisasi. Pengukuran kinerja menjadi hal yang sangat penting bagi manajemen untuk melakukan evaluasi terhadap performa organisasi dan perencanaan tujuan dimasa mendatang. Oleh karena itu, penilaian kinerja penting dilakukan pada sebuah organisasi termasuk UMKM.

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 pekonomi 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. 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 memperbarui 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).

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 memperbarui 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. (Soheilirad & 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 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 AlMawali & Lam, 2016) dimana keputusan tersebut pada akhirnya untuk meningkatkan kinerja organisasi. Oleh karena itu tujuan penelitian ini ingin mengetahui dan menjelaskan competitive environment dan customer accounting memiliki dampak terhadap kinerja organisasi UMKM di Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan pada fokus UMKM di bidang kuliner mengingat pertumbuhan UMKM kuliner yang saat ini kian pesat khususnya bagi para generasi muda. Hal ini disampaikan oleh PJ walikota Pekanbaru pada akhir tahun 2022 (www.bertuahpos.com)

TINJAUAN PUSTAKA

Teori *Resource-based view* (RBV)

Teori *Resource Based View* (RBV) dipelopori pertama kali oleh Wernerfelt (1984). Teori RBV memandang bahwa sumber daya dan kemampuan perusahaan penting bagi perusahaan, karena merupakan pokok atau dasar dari kemampuan daya saing serta kinerja perusahaan. Asumsi dari teori RBV yaitu mengenai bagaimana suatu perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain, dengan mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan yang bersangkutan sesuai dengan kemampuan perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif perusahaan.

Teori *Resource-based view* dikembangkan oleh Barney, 1991 merupakan sebagai 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.

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). Usaha Kecil dan Menengah (UKM) telah terbukti memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap upaya-upaya penanggulangan masalah-masalah ekonomi dan sosial di Indonesia.

Kinerja Organisasi

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 strategis 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: Perspektif Keuangan, Perspektif Pelanggan, Perspektif Proses Bisnis Internal, Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan.

Customer Accounting

1. Customer Accounting merupakan salah satu teknik dari Strategic Management Accounting. Istilah dari Strategic Management Accounting sendiri pertama kali diungkapkan oleh Simmonds pada tahun 1981 (McManus dan Guilding, 2008). Strategic management accounting merupakan sebuah peran strategis dari akuntansi manajemen dengan menggunakan pendekatan dalam pembiayaan, tata kelola kinerja, dan penilaian investasi strategis (Cadez dan Guilding, 2008). Cadez dan Guilding membagi teknik atau alat strategic management accounting yang disebut strategic management accounting techniques (SMAT) menjadi 5 teknik, yaitu strategic costing; strategic planning, control, and performance management; strategic decision making; competitor accounting; dan customer accounting. Customer accounting mencakup semua praktik akuntansi dalam hubungannya dengan profit, penjualan, dan present value dari pendapatan yang berhubungan dengan tiap konsumen atau kelompok konsumen (Cadez dan Guilding, 2008). Customer accounting juga didefinisikan sebagai perluasan sebuah konsep penggunaan informasi untuk beberapa alasan strategis organisasi. Menurut Cadez & Guilding (2008), customer accounting memiliki 3 dimensi yaitu: Analisis Profitabilitas Pelanggan, Analisis Profitabilitas Pelanggan Seumur Hidup, Penilaian Pelanggan Sebagai Aset,

Competitive Environment

Lingkungan kompetitif (competitive environment) adalah sistem di mana berbagai bisnis bersaing satu sama lain dengan menggunakan berbagai saluran pemasaran, strategi promosi, metode penetapan harga, dll. Lingkungan kompetitif juga merupakan deskripsi tentang bagaimana perusahaan bersaing dalam suatu tempat pasar yang telah ditentukan -

saluran distribusi, kerja sama antara pemasok, pesaing, dan distributor, metode penetapan harga, tingkat promosi, dll (Gleeson, 2019)

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).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah pendekatan kuantitatif. Metode pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang mendasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan menggunakan metode survei dan pengumpulan data dilakukan penyebaran kuesioner.

HASIL & PEMBAHASAN

HASIL

A. Uji Reliabilitas

Realibilitas merupakan alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban konsisten atau stabil. Cara menghitungnya dengan uji statistic *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan *Cronbach's Alpha* > 0,7.

Tabel 1.1 Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pertanyaan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batasan	Keterangan
<i>Customer Accounting</i>	4	0,870	0,7	Reliabel
<i>Competitive Environment</i>	4	0,853	0,7	Reliabel
Kinerja Organisasi	3	0,853	0,7	Reliabel

Sumber: Olahan data 2023

Suatu alat ukur dikatakan reliabel jika mendapatkan nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,7. Dari tabel diatas diketahui nilai reliabilitas seluruh variabel > 0,7. Artinya adalah bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

B. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah retribusi sebuah data mengikuti atau mendekati normal. Pada penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Dengan melihat tingkat signifikan 0,05. Jika signifikan yang dihasilkan >0,05 maka berdistribusi normal. Dari uji Kolmogorov Smirnov diatas, diperoleh nilai signifikansi (Asymp. Sig.) sebesar 0,133 > 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal. Berdasarkan uji asumsi klasik dan hasil output menunjukkan bahwa data tersebut memenuhi persyaratan untuk melakukan uji regresi linear berganda.

Tabel 1.2 Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.25593006
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.116
	Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		1.165
Asymp. Sig. (2-tailed)		.133

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Olahan Data 2023

C. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak untuk semua pegamatan. Adapun uji ini dilakukan menggunakan uji *glejser*. Apabila sig > 0,05 maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Tabel 1.3 Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.706	.545		4.964	.000
1 Customer	-.046	.041	-.153	-1.132	.261
Accounting					
Competitive Environment	-.062	.043	-.193	-1.426	.157

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Olahan data 2023

Berdasarkan tabel 1.3 dari hasil uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser diatas, maka dari ketiga variabel tidak ada gejala heteroskedastisitas karena probabilitas (sig) dalam tiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih besar dari 0,05 atau 5%. Adapun variable customer accounting memperoleh nilai signifikansi 0,261 dan variable competitive environment memperoleh nilai 0,157.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Customer Accounting* Terhadap kinerja Organisasi

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa *customer accounting* berpengaruh terhadap kinerja organisasi UMKM Kota Pekanbaru. Hal tersebut dapat dilihat t hitung $>$ t tabel, dimana t hitung sebesar 4.847. Sehingga H_1 dapat diterima atau variabel *customer accounting* berpengaruh terhadap kinerja organisasi UMKM Kota Pekanbaru.

Resource Based View diharapkan bahwa penggunaan informasi akuntansi yang berfokus pada pelanggan dapat meningkatkan akses dan pengelolaan sumber daya yang berharga, langka, dan sulit ditiru oleh pesaing, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja organisasi UMKM. Dengan kata lain, penggunaan metode akuntansi yang melibatkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan diharapkan akan memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan alokasi sumber daya dan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan kinerja organisasi.

Customer accounting mencakup semua praktik akuntansi dalam hubungannya dengan profit, penjualan, dan present value dari pendapatan yang berhubungan dengan tiap konsumen atau kelompok konsumen (Cadez dan Guilding, 2008; Lubis dkk, 2019). Indikator kepuasan kerja (Lubis dkk, 2019). Analisis profitabilitas pelanggan, analisis profitabilitas pelanggan seumur hidup, dan penilaian pelanggan sebagai asset. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lubis dkk (2019) mengungkapkan bahwa dalam *strategic management accounting* suatu perusahaan, *customer accounting* menunjukkan hasil positif dalam mempengaruhi kinerja suatu organisasi.

H_1 : Customer Accounting berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru

Pengaruh *Competitive Environment* Terhadap kinerja Organisasi

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa *competitive environment* berpengaruh terhadap kinerja organisasi UMKM Kota Pekanbaru. Hal tersebut dapat dilihat t hitung $>$ t tabel, dimana t hitung sebesar 4.927. Sehingga H_2 dapat diterima atau variabel *competitive environment* berpengaruh terhadap kinerja organisasi UMKM Kota Pekanbaru.

Berdasarkan kerangka RBV, lingkungan kompetitif yang lebih intens dapat mendorong UMKM untuk mengidentifikasi, mengembangkan, dan mengelola sumber daya unik yang memberikan keunggulan kompetitif. Keunggulan ini, dalam bentuk sumber daya dan kapabilitas yang sulit ditiru oleh pesaing, dapat meningkatkan kinerja UMKM secara signifikan. Lingkungan kompetitif yang lebih intens dapat mendorong UMKM untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya mereka dan mengembangkan keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing, sehingga meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan.

Competitive Environment merupakan bagian dari lingkungan bisnis eksternal yang terdiri dari banyak perusahaan yang mencoba untuk menarik pelanggan di pasar yang sama. Lingkungan yang kompetitif (*competitive environment*) merujuk pada konsep teori yang membedakan lingkungan menjadi konsumen, pemasok, dan pesaing (pendatang baru dan produk pengganti) (Mat, 2010). Indikator beban kerja (Putra, 2012) : teknologi yang digunakan, peraturan, wewenang dan hak dalam mengelola bisnis, pemimpin dalam menghadapi pesaing, informasi yang dimiliki oleh bisnis.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suriyanti & Aristi (2020) mengungkapkan bahwa dalam *competitive environment* berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi. Artinya, semakin tinggi *competitive environment* yang di persepsikan oleh pemilik usaha, maka semakin dapat menurunkan kinerja organisasi.

H2 : Environment Competitive berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru

KESIMPULAN

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan hasil dari pengolahan data maka kesimpulan dari hasil analisis dan pengujian dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel customer accounting berpengaruh terhadap kinerja organisasi UMKM Kota Pekanbaru.
2. Variabel competitive environment berpengaruh terhadap kinerja organisasi UMKM Kota Pekanbaru.

KETERBATASAN

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin bisa dijadikan sebagai acuan dalam para penelitian setelah ini sebagai perbaikan penelitian selanjutnya diantaranya adalah:

1. Pengumpulan data yang terbatas atau tidak lengkap dapat menjadi kendala. Bisa jadi sulit untuk mendapatkan data yang representatif dari UMKM di Pekanbaru, terutama jika pemilik usaha tidak memiliki rekaman yang baik tentang pelanggan atau lingkungan persaingan.
2. Penelitian ini membatasi diri pada UMKM di Pekanbaru di sektor kuliner. Hasilnya mungkin sulit untuk digeneralisasi ke sektor UMKM lainnya atau di kota lain, sehingga membatasi aplikabilitas temuan.
3. Ada kemungkinan adanya faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi kinerja UMKM di Pekanbaru yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini, seperti faktor ekonomi, kebijakan pemerintah, atau faktor sosial budaya.

SARAN

Adapun saran yang diberikan oleh peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Upayakan untuk mengumpulkan data yang lebih lengkap dan representatif dari UMKM di Pekanbaru. Hal ini dapat melibatkan wawancara langsung dengan pemilik usaha, survei, atau penggunaan data sekunder yang tersedia.
2. Selain Customer Accounting dan competitive environment, pertimbangkan untuk memasukkan variabel lain yang dapat memengaruhi kinerja UMKM, seperti faktor ekonomi lokal, kebijakan pemerintah, atau aspek-aspek sosial budaya.
3. Penelitian mungkin dapat diperluas ke sektor lain seperti kuliner mengingat ada banyak sektor pada UMKM di kota Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Cadez, S., & Guilding, C. (2012). Strategy, Strategic Management Accounting And Performance: A Configurational Analysis. *Industrial Management And Data Systems*, 112(3), 484–501. <https://doi.org/10.1108/02635571211210086>
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Edisi Ketujuh. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- 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.
- Marda Hayati, R., & Yulistia, Y. (2023). Pengaruh Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen (SAM), Desentralisasi dan Ketidakpastian Lingkungan Terhadap Kinerja Manajerial pada Kantor Polda Sumatera Barat. *EKASAKTI PARESO JURNAL AKUNTANSI*, 1(1), 23-34. <https://doi.org/10.31933/epja.v1i1.776>
- 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](http://Ro.Ecu.Edu.Au/Theses/149).
- 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>
- Sarwono, Jonathan. (2007). *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS. Edisi 1*. Yogyakarta; Andi Offset
- Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suriyanti, Linda Hetri; Aristi, Mentari Dwi. Model Peningkatan Kinerja Organisasi Melalui Customer Accounting Dan Competitive Environment Pada Umkm Di Pekanbaru. *Bilancia : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, [S.L.], V. 4, N. 4, P. 371-380, Dec. 2020. Issn 2685-5607