

**PENGARUH STRATEGI *CUSTOMIZATION* TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
MELALUI PENGGUNAAN KARAKTERISTIK INFORMASI SISTEM AKUNTANSI
MANAJEMEN**

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Kota Padang)



Oleh:
SYAFIRA RAMADHEA JR
2008/02211

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode Maret 2013**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH STRATEGI *CUSTOMIZATION* TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
MELALUI PENGGUNAAN KARAKTERISTIK INFORMASI SISTEM AKUNTANSI
MANAJEMEN**

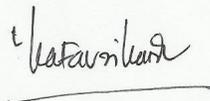
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Kota Padang)

Oleh :
SYAFIRA RAMADHEA JR
02211/2008

Artikel ini disusun berdasarkan skripsi/tesis untuk persyaratan wisuda periode Maret 2013
dan telah diperiksa/disetujui oleh kedua pembimbing

Padang ... Februari 2013

Pembimbing I



Eka Fauzihardani, SE, M.Si, Ak
NIP. 19710522 200003 2 001

Pembimbing II



Henri Agustin, SE, M.Sc, Ak
NIP. 197711232003121003

PENGARUH STRATEGI *CUSTOMIZATION* TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN MELALUI PENGGUNAAN KARAKTERISTIK INFORMASI SISTEM AKUNTANSI MANAJEMEN

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Kota Padang)

Syafira Ramadhea Jr

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus Air Tawar Padang
Email : syafira_ramadhea@yahoo.co.id

Abstract

This research aimed to examine (1) the influence of customization strategy on company performance, (2) customization strategy on the usefulness of broad scope management accounting information system, (3) the usefulness of broad scope management accounting system information characteristic on company performance, (4) customization strategy affects company performance through the usefulness of broad scope management accounting system information characteristic.

The population of this study was manufacturing company in Padang City (18 manufacturing company). Sampling technique was using purposive method. Data was collected by survey method by distributing the questionnaires to respondents (marketing managers, production managers and financial managers). Data was analyzed by path analysis.

The result shows (1) customization strategy does not affect company performance, (2) customization strategy has positif (+) influence on usefulness of broad scope management accounting system information characteristic, (3) the usefulness of broad scope management accounting system information characteristic has positif (+) impact to company performance, (4) customization strategy has positif (+) affects company performance through the usefulness of broad scope management accounting system information characteristic.

Suggestions for next researchers are giving full attention to other factors that affected the company performance and as well as increasing the number of samples.

Key Words : Company Performance, Customization, Broadscope

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah (1) strategi *customization* mempengaruhi kinerja perusahaan, (2) strategi *customization* mempengaruhi penggunaan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope*, (3) Penggunaan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope* mempengaruhi kinerja perusahaan, (4) strategi *customization* mempengaruhi kinerja perusahaan melalui penggunaan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope*.

Jenis penelitian ini adalah kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur di Kota Padang (18 perusahaan manufaktur. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Data penelitian adalah data primer yang dikumpulkan dengan metode survei, yaitu mengirimkan daftar pernyataan kepada manajer marketing, manajer produksi, dan manajer keuangan. Data analisa dengan menggunakan analisis jalur.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) strategi *customization* tidak mempengaruhi kinerja perusahaan, (2) strategi *customization* mempengaruhi penggunaan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope*, (3) Penggunaan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope* mempengaruhi kinerja perusahaan, (4) strategi *customization* mempengaruhi kinerja perusahaan melalui penggunaan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope*.

Saran dalam penelitian ini adalah bagi peneliti selanjutnya agar memperhatikan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kinerja perusahaan dan menambah jumlah sampel.

Kata-kata kunci: Kinerja perusahaan, *customization*, *broadscope*

1.PENDAHULUAN

Perusahaan manufaktur adalah suatu cabang industri yang mengaplikasikan mesin, peralatan dan tenaga kerja dan suatu medium proses untuk mengubah bahan mentah menjadi barang jadi untuk dijual. Di Indonesia, perusahaan manufaktur sudah semakin berkembang sehingga tidak menutup kemungkinan terciptanya persaingan yang ketat antar perusahaan manufaktur itu sendiri. Oleh karena itu, setiap perusahaan manufaktur dituntut untuk dapat menghasilkan kinerja yang lebih baik dan optimal atas rencana yang telah ditetapkan sebelumnya sesuai dengan sasaran yang akan dicapai.

Kinerja merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam perumusan skema strategis (*strategic planning*) suatu organisasi (Bastian, 2001:239). Menurut Rangkuto (2002:130), dalam meningkatkan kinerja perusahaan dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu perusahaan menerapkan strategi yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan komunikasi, dan *publik relations* kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukkan unsur kemampuan memuaskan *customer* ke dalam sistem penilaian prestasi karyawan karena perusahaan beranggapan bahwa kepuasan *customer* merupakan tujuan akhir perusahaan, bukan proses untuk perbaikan internal. Akibatnya, *customer* menjadi titik tolak dalam pembuatan strategi efektif agar dapat memenangkan persaingan dan mencapai kinerja perusahaan yang lebih baik, salah satu strategi efektif yang berorientasi kepada customer adalah strategi *customization*

(Frutos and Borenstein, 2004:115 dalam Widyastuti, 2003).

Customization yaitu strategi yang merespon permintaan *customer* untuk meningkatkan variasi produk dan kualitas produk terbaik (Gilmore & Pine, 1997, dan Kotha, 1995 dalam Widyastuti, 2003). Ada dua bentuk *customization*, yaitu *mass customization* dan *tailored customization* (Bowens dan Abernethy, 2000 dalam Nizarudin, 2006). Sejak abad ke-21, banyak perusahaan manufaktur yang sebelumnya menerapkan *mass production* beralih untuk mengadopsi strategi *mass customization*. Sehingga, dengan strategi tersebut, perusahaan manufaktur mampu menghasilkan produk dengan jumlah banyak dan variasi atau spesifikasi sesuai keinginan konsumen, tetapi tidak meningkatkan biaya produksi yang dihasilkan (Lee, S.E dan Chen, J.C, 2000 dalam Sukmasari, 2011).

Kesuksesan aplikasi *mass customization* ditunjang oleh *integrated information system*. Peranan sistem informasi dalam perusahaan yang menggunakan sistem produksi *mass customization* tersebut sangat penting untuk menunjang keberhasilan *mass customization* itu sendiri (<http://digilib.its.ac.id/public/ITS-Master>).

Peranan sistem informasi penting karena strategi *customization* meningkatkan ketidakpastian hubungan input dan output dalam departemen, cara untuk mengatasi ketidakpastian adalah lebih banyaknya informasi yang dibutuhkan untuk menentukan dan menilai hubungan sebab akibat yang terjadi karena produk *customization* yang mengalami perubahan terus-menerus terhadap proses dan desain produk.

Antony (1985) dalam Pratiwi (2011:3) menyebutkan bahwa ciri-ciri dari informasi yang baik adalah akurat, ada sumber dan terfokus, dapat dikuantifikasi,

frekuensi penggunaan tinggi, berorientasi pada masa yang akan datang, relevan, lengkap, tingkat agregasi dan ketepatan waktu tinggi. Diantara informasi yang kompleks dan umum, setiap manajer memerlukan dukungan informasi yang lebih luas dan lengkap sesuai dengan ciri-ciri tersebut. Informasi akuntansi manajemen yang relevan dan sesuai dengan kondisi serta kebutuhan perusahaan adalah karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen bersifat *broadscope*, yang mana mewakili dimensi fokus, kuantifikasi dan time horizon (Gordon dan Nayaran, 1984 dalam Anggraini, 2003:27).

Selain itu, informasi *broadscope* merupakan informasi yang paling penting dalam pengambilan keputusan dan merupakan variabel anteseden penting dalam meningkatkan kinerja perusahaannya (Mia dan Chenhall, 1994 dan Chong dan Chong, 1997 dalam Gaol, 2004). Oleh karena itu, pada penelitian ini, peneliti lebih memfokuskan pada karakteristik informasi akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope*.

Adapun fenomena yang terjadi saat ini, yaitu kurang kondusifnya lingkungan usaha. Contohnya yang terjadi pada pembangunan pengelolaan karet di Kota Padang, PT. Famili Raya yang sudah tidak memenuhi persyaratan lagi karena letaknya ditengah-tengah pemukiman penduduk. Sehingga, limbah dan baunya dapat mengganggu lingkungan penduduk sekitar, serta terjadinya penyempitan sungai dan kerusakan lingkungan akibat dari pembangunan Cek Dam yang menyebabkan sering terjadinya banjir pada waktu hujan (Verina, 2007). Hal tersebut bertentangan dengan ketentuan perlindungan lingkungan hidup yang terdapat dalam UU no. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Kasus yang sama juga terjadi pada PT. Blue Mountain di Pulaukaram, Padang Barat terkait dengan adanya dugaan kebocoran gas amoniak yang mengakibatkan warga mengeluh sesak

napas dan pingsan, sehingga puluhan warga mendatangi pabrik tersebut untuk meminta pertanggungjawaban dari pembuangan gas tersebut (www.harianhaluan.com). Tidak hanya itu, operasional PT. Blue Mountain tidak sesuai dengan surat izin tempat usaha (SITU), sehingga melanggar Pasal 71-83 UU Nomor 32 Tahun 2009 tentang Pengawasan, Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup dan Pasal 74 UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) (www.padangekspres.co.id).

Masalah ini penting untuk diteliti karena melihat fenomena diatas, maka kinerja perusahaan termasuk rendah. Oleh karena itu, dalam meningkatkan kinerja perusahaan, tidak hanya diperlukan strategi *customization* tetapi juga ditunjang oleh penggunaan informasi sistem akuntansi manajemen.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Nizarudin (2006) tentang pengaruh strategi *customization* terhadap kinerja perusahaan melalui penggunaan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope* dan *aggregation*. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, dalam penelitian ini peneliti hanya memfokuskan kepada *mass customization* dan karakteristik informasi SAM yang bersifat *broadscope*, serta peneliti akan menggunakan metode pengiriman kuesioner secara langsung kepada responden di perusahaan manufaktur untuk lebih meningkatkan tingkat respon dan mempercepat pengembalian kuesioner.

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti empiris mengenai:

1. Sejauhmana strategi *customization* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
2. Sejauhmana strategi *customization* berpengaruh terhadap penggunaan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen?

3. Sejauhmana penggunaan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
4. Sejauhmana strategi *customization* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan melalui penggunaan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen?

Dari perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang :

1. Pengaruh strategi *customization* terhadap kinerja perusahaan
2. Pengaruh strategi *customization* terhadap penggunaan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen
3. Pengaruh penggunaan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen terhadap kinerja perusahaan
4. Pengaruh strategi *customization* terhadap kinerja perusahaan melalui penggunaan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen.

2. TELAHAH LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS Kinerja Perusahaan

Kinerja secara sederhana dapat diartikan sebagai hasil yang dicapai oleh seseorang karyawan selama periode tertentu pada bidang pekerjaan tertentu. Menurut Bastian (2001:267), kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan kegiatan/program/kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam perumusan skema strategis (*strategic planning*) suatu organisasi.

Menurut Amstrong dan Baron (1998:15) dalam Yovianda (2005:13) menyatakan kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi ekonomi. Kinerja perusahaan menurut E.M Agus D, dkk (2001:36) adalah pencapaian tugas-tugas individu dalam tujuan yang diinginkan oleh

perusahaan didalam melakukan pekerjaan, pada hakekatnya para pekerja memerlukan rasa aman, yang mempunyai kaitan dengan jaminan masa depan, suasana organisasi yang memberikan kesempatan untuk berkembang, tanpa adanya ancaman-ancaman, dan hubungan antara atasan dan bawahan yang manusiawi. Sedangkan, menurut Mia and Clarke (1999) dalam Susanto (2007), kinerja adalah tingkat pencapaian target yang telah direncanakan.

Strategi Customization

Menurut (Gilmore dan Pine, 1997; Kotha, 1995 dalam Nizarudin, 2006) *customization* adalah strategi yang merespon permintaan *customer* untuk meningkatkan variasi produk lebih istimewa dan kualitas produk terbaik. *Customer* merupakan salah satu alasan eksistensi suatu perusahaan. Keberadaan suatu perusahaan bukan ditentukan oleh kualitas yang melekat pada produk dan jasa yang dihasilkan, tetapi oleh kemampuan produk dan jasa dalam memenuhi kebutuhan *customer*.

Menurut Bouwens (1998) bentuk *customization* ada dua, yaitu *mass customization* dan *tailored customization*. Pine (1993) dalam Nizarudin (2006) mengatakan bahwa *mass customization* ialah kemampuan perusahaan untuk memproduksi barang dan atau jasa sesuai dengan keinginan konsumen secara individu namun dengan efisiensi produksi seperti memproduksi barang atau jasa secara massal. Dengan kata lain, *mass customization* memungkinkan organisasi memproduksi produk yang bervariasi tanpa merubah program produksi yang sudah ada sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Strategi *mass customization* ini membutuhkan perkembangan budaya suatu organisasi yang mendorong individu untuk inovasi dan responsif terhadap kebutuhan *customer* (Bouwens dan Abernethy, 2000 dalam Nizarudin, 2006).

Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen

Astuti (2007) dalam Pratiwi (2011) menyatakan bahwa sistem akuntansi manajemen adalah sistem informasi yang mengumpulkan data operasional dan finansial, memprosesnya, menyimpannya dan melaporkan kepada pengguna. Produk yang dihasilkan sistem akuntansi manajemen adalah informasi akuntansi manajemen.

Kurnia dan Gudono (2007:6) menyatakan bahwa informasi akuntansi manajemen merupakan informasi yang mengumpulkan data keuangan dan nonkeuangan yang kemudian data tersebut diproses, disimpan dan dilaporkan kepada manajer untuk dasar pengambilan keputusan. Informasi akuntansi manajemen diperlukan oleh manajemen untuk melaksanakan dua fungsi pokok manajemen, yaitu perencanaan aktivitas perusahaan pada masa datang dan pengendalian aktivitas perusahaan.

Disamping itu, informasi akuntansi manajemen juga sangat bermanfaat bagi manajer terutama pada tahap analisis konsekuensi dari setiap tindakan yang dapat dilakukan dalam proses membuat keputusan. Ketersediaan informasi yang diperlukan dapat menghasilkan keputusan yang terbaik dari berbagai alternatif tindakan yang dipertimbangkan demi tercapainya tujuan perusahaan.

Chenhall dan Morris (1986) dalam Pratiwi (2011) menganalisis pengaruh kondisi lingkungan dan perusahaan terhadap karakteristik informasi akuntansi manajemen yang memberi manfaat bagi perusahaan. Salah satu karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen tersebut, yaitu *broadscope*.

Broadscope merupakan informasi bukan keuangan yang berkenaan dengan informasi historis, sekarang, dan masa datang. Gordon dan Nayaran (1984) dalam Yovianda (2009) mengemukakan bahwa informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope* mewakili dimensi fokus (eksternal dan internal),

kuantifikasi (finansial dan non finansial) dan time horizon (*ex ante* dan *ex post*).

Penelitian Terdahulu

Nizaruddin (2006) melakukan penelitian yang menguji pengaruh strategi *customization* terhadap kinerja perusahaan melalui penggunaan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope* dan *aggregation*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *customization* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan karakteristik informasi SAM *broadscope* dan *aggregation* dan adanya variabel yang memediasi pengaruh strategi *customization* terhadap kinerja perusahaan, yaitu oleh *broadscope* dan *aggregation*.

Penelitian Yovianda (2009) mengenai pengaruh penggunaan informasi akuntansi manajemen *broadscope*, *aggregation*, *integration* dan *timeliness* terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa penggunaan informasi akuntansi manajemen *broadscope*, *aggregation*, dan *integration* berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan sedangkan informasi *timeliness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Anggraini (2002) menguji kembali pengaruh *customization* dan interdependensi terhadap karakteristik informasi SAM *broadscope* dan *aggregation*. Hasilnya, menunjukkan strategi *customization* mempengaruhi karakteristik informasi SAM yang bersifat *broadscope* dan *aggregation* tidak melalui interdependensi.

Pengembangan Hipotesis Pengaruh Strategi Mass Customization terhadap Kinerja Perusahaan

Strategi *customization* adalah strategi yang merespon permintaan *customer* terhadap produk atau jasa sehingga dapat meningkatkan variasi produk atau jasa yang akan diberikan (Gilmore dan Pine, 1997 dalam Nizarudin, 2006). Menurut Bowens dan Abernethy (2000) mengemukakan bahwa ada dua

bentuk *customization*, yaitu *mass customization* dan *tailored customization*.

Mass customization adalah kemampuan untuk menyediakan produk dalam skala massal yang didesain secara individual dan mengkomunikasikan untuk dipertemukan dengan setiap kebutuhan konsumen (Amstrong dan Kotler, 2002). *Mass customization* juga memungkinkan organisasi memproduksi produk yang bervariasi yang mengakumulasi semua keinginan konsumen dengan fleksibilitas yang tinggi namun dengan biaya yang murah tanpa merubah program produksi yang sudah ada. Maka alternatif untuk memilih strategi *mass customization* sangat tepat untuk dijadikan strategi baru dalam organisasi untuk menarik minat customer pada produk atau jasa yang dihasilkan sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Strategi *customization* mengarah pada peningkatan kinerja perusahaan terutama dalam hal *market share* dan *profitabilitas* (Kekre dan Srinivasan, 1990 dalam Nizarudin, 2006). Dengan semakin luasnya *market share* sangat memungkinkan bagi perusahaan lebih meningkatkan laba, dengan adanya pertumbuhan laba yang terus meningkat dapat memberi sinyal positif mengenai kinerja perusahaan (isworo, 2004).

Dengan demikian, strategi *customization* merupakan strategi bisnis atau bersaing yang diharapkan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Hal ini diperkuat oleh Balakrishnan (1996) dalam Nizarudin (2006), bahwa strategi *customization* dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Semakin bagus strategi *customization* yang diterapkan, maka kinerja perusahaan juga akan semakin meningkat. Sehingga, diduga terdapatnya pengaruh strategi *customization* yang signifikan positif terhadap kinerja perusahaan.

H₁: Strategi *mass customization* berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan

Pengaruh Strategi *Mass Customization* terhadap Penggunaan Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen yang Bersifat *Broadscope*

Strategi mulai digunakan secara eksplisit sebagai variabel dalam penelitian di bidang sistem akuntansi manajemen sejak tahun 1980-an. Otley (1980) dalam Nizarudin (2006) menyatakan bahwa SAM harus didesain sesuai dengan strategi perusahaan. Dimana, informasi sistem akuntansi manajemen (*broadscope*) dibutuhkan manajer dalam menentukan dan menemukan ide-ide bagaimana memproduksi produk baru. Karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen (*broadscope*) dapat meningkatkan jumlah alternatif yang dapat dipertimbangkan secara simultan dalam proses pengambilan keputusan yang berhubungan dengan ketidakpastian input dan output (Bouwens, 1998 dalam Nizarudin, 2006).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa informasi sistem akuntansi manajemen (*broadscope*) sangat dibutuhkan manajer ketika perusahaan menerapkan *customization* yang merupakan salah satu strategi. Hal ini diperkuat oleh Anggraini (2002) dan Widyastuti (2003), yaitu strategi *customization* mempengaruhi karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope*.

Dengan demikian, pelaksanaan strategi *customization* memberikan tantangan bagi manajemen khususnya dalam hal desain struktur serta informasi yang tepat (Abernethy dan Lilis, 1995 dalam Nizaruddin, 2006). Sehingga, diduga terdapatnya pengaruh strategi *customization* yang signifikan positif terhadap karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope*.

H₂: Strategi *mass customization* berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope*

Pengaruh Penggunaan Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen yang bersifat *Broadscope* Berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan

Karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen dapat membantu perusahaan menghadapi tantangan pasar kompetitif yang berfokus pada peningkatan nilai tambah perusahaan melebihi kompetitornya dan membantu manajer memonitor kinerja perusahaan tersebut pada lingkungan yang kompetitif (Bromwich, 1990). Salah satu karakteristik informasi SAM yang paling penting untuk pengambilan keputusan dan merupakan variabel anteseden penting dalam meningkatkan kinerja perusahaannya, yaitu informasi *broadscope* (Mia dan Chenhall, 1994 dan Chong dan Chong, 1997 dalam Gaol, 2004 dalam Nizarudin, 2006). Hal ini diperkuat oleh Nizarudin (2006), bahwa informasi sistem akuntansi manajemen *broadscope* mempengaruhi kinerja perusahaan.

Semakin andal informasi SAM *broadscope* maka akan meningkatkan kinerja perusahaan. Sehingga, diduga terdapatnya pengaruh strategi *mass customization* yang signifikan positif terhadap kinerja perusahaan.

H₃: Penggunaan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope* berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan

Pengaruh Strategi *Mass Customization* terhadap Kinerja Perusahaan melalui Penggunaan Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen yang Bersifat *Broadscope*

Pada persaingan bisnis saat ini, perusahaan dihadapkan pada tantangan yang lebih besar. Akibat dari perluasan *market share* mendorong para manajer lebih mengutamakan kepentingan *customer*. Oleh sebab itu, perusahaan menerapkan strategi baru untuk menarik perhatian *customer*. Salah satu strategi

yang diterapkan perusahaan adalah strategi *customization* atau yang lebih banyak dipakai adalah *mass customization*. Dimana strategi ini dapat merespon kebutuhan dari *customer* dalam membedakan produk atau jasa yang akan ditawarkan. *Mass Customization* adalah salah satu variabel yang perlu dipertimbangkan dalam merancang SAM untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Informasi karakteristik SAM dirasa perlu bagi manajer dalam pengambilan keputusan yang tepat agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Sistem akuntansi manajemen dikonseptualisasikan sebagai suatu sistem formal untuk memberikan informasi kepada manajer untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam strategi *mass customization* sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan (Atkinson, 1997). Strategi *mass customization* memungkinkan perusahaan memproduksi produk yang bervariasi tanpa merubah program produksi yang sudah ada, sehingga perusahaan memerlukan informasi karakteristik sistem akuntansi manajemen *broadscope* yaitu informasi berupa data bukan keuangan tetapi yang berkenaan dengan data informasi historis, sekarang, dan masa yang akan datang yang berhubungan dengan kondisi luar lingkungan, meliputi informasi ekonomi seperti GNP, jumlah penjualan, dan pangsa pasar dan bukan ekonomi seperti citra rasa pemakai, tindakan pesaing, perubahan sosiologi, dan kemajuan teknologi. Karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen tersebut diterapkan sesuai dengan strategi yang menjadi pedoman perusahaan, yaitu *mass customization* yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan sehingga akan menghasilkan kinerja yang bagus dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

Menurut Nizaruddin (2006) bahwa terdapat pengaruh *mass customization* terhadap kinerja perusahaan melalui karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen. Sehingga, di duga strategi

customization berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan yang dimediasi oleh karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope*.

H₄: Strategi *mass customization* berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan melalui penggunaan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope*

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang telah dijelaskan pada bab terdahulu, maka penelitian ini tergolong penelitian kausatif.

Populasi, Sampel dan Responden

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur di Kota Padang yang terdaftar dalam Departemen Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat 2011.

Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti). Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dalam skala besar dan menengah di Kota Padang. Dalam penarikan sampel peneliti menggunakan metode *purposive sampling*.

Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data subjek.

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli tanpa melalui perantara. Dalam penelitian ini data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada manager produksi, manajer pemasaran, dan manajer keuangan perusahaan manufaktur di Kota Padang.

Metode Pengumpulan Data

Data primer didapatkan dengan melakukan penelitian lapangan dengan

menggunakan kuesioner, yaitu daftar pertanyaan terstruktur yang diajukan pada responden. Langkah yang diambil untuk mengantisipasi rendahnya tingkat responden adalah dengan cara mengantar langsung kuesioner tersebut dan juga menghubungi kembali responden guna memastikan bahwa kuesioner yang telah diantar telah diisi oleh responden, setelah itu dikumpulkan kembali dengan menjemputnya langsung.

Variabel Penelitian

Variabel Endogen

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan (Y).

Variabel Eksogen

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah strategi *customization* (X₁)

Variabel Intervening

Variabel antara (variabel mediasi) dalam penelitian ini adalah karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen.

Instrumen Penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum dibagikan kuesioner kepada responden, peneliti terlebih dahulu melakukan uji pendahuluan (*pilot test*), yang dilakukan pada 30 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah lulus mata kuliah akuntansi manajemen, akuntansi biaya dan manajemen biaya

Hasil Uji Coba Instrumen

Hasil pengujian ini bertujuan untuk melihat seberapa kuat butir-butir variabel yang ada pada penelitian ini. Untuk melihat validitas dari masing-masing item kuesioner digunakan *Corrected Item-Total Correlation*. Untuk melihat validitas dari masing-masing item kuesioner digunakan *Corrected Item-Total Correlation*. Jika r_{hitung} besar dari r_{tabel} maka dapat dikatakan valid. Dimana r_{tabel} untuk $n = 30 =$ adalah 0.306.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Residual

Uji normalitas dilakukan dengan metode *kolmogorov smirnov*, dengan melihat nilai signifikansi pada 0,05. Jika nilai signifikansi yang dihasilkan >0,05 maka data berdistribusi normal

Uji Homogenitas

Uji homogenitas bertujuan untuk mengetahui apakah varian data sama atau berbeda. Pengujian ini dilakukan dengan metode *Spearman Correlations*. Apabila nilai koefisien korelasi spearman > 0,05, dan nilai signifikansinya < 0,05 berarti varian data untuk semua variabel adalah homogen, atau varian data populasi dari semua data sampel yang diambil homogen.

Teknik Analisis Data

Analisis Jalur

Untuk dapat menganalisis seberapa besar suatu variabel penyebab mempengaruhi variabel akibat maka analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*Path Analysis*). Diagram jalur merupakan sebuah struktur yang lengkap dari hubungan kausal antar variabel, yang terdiri dari hubungan substruktur yang menyerupai struktur regresi.

Struktur diagram jalur pada penelitian ini dapat dipecah menjadi 2 sub struktur:

- a. Sub struktur 1 pengaruh tidak langsung

Dengan persamaan jalur sebagai berikut:

$$X_2 = P_{X_2X_1}X_1 + P_{X_2\epsilon}$$

- b. Sub struktur 2 pengaruh langsung

Dengan persamaan jalur sebagai berikut:

$$Y = P_{YX_1}X_1 + P_{YX_2}X_2 + P_{Y\epsilon}$$

Maka berdasarkan sub struktur ini, besarnya pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut koefisien jalur dengan simbol:

$$P_{YX_2} = b_{YX_2} = \frac{\sum_{h=1}^n X_{2h}^2}{\sum_{h=1}^n Y_h^2}; = 1, 2, \text{ dan } 3$$

Keterangan:

P_{YX_i} =koefisien jalur variabel X_i terhadap Y

b_{YX_i} =koefisien regresi variabel X_i terhadap Y

Sedangkan, untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel lain (ϵ) dapat ditentukan dengan rumus :

$$P_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R_{YX_1X_2}^2}$$

Adapun pengaruh suatu variabel secara langsung maupun tidak langsung dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Pengaruh langsung

$X_1 \rightarrow Y$ —> Persamaan $P_{YX_1} \cdot P_{YX_1}$

$X_2 \rightarrow Y$ —> Persamaan $P_{YX_2} \cdot P_{YX_2}$

- 2) Pengaruh tidak langsung

$X_1 \rightarrow Y$ melalui X_2 —>

Persamaan $P_{YX_1} \cdot P_{X_2X_1} \cdot P_{YX_2}$

Uji F (*F-Test*)

Uji F dilakukan bertujuan untuk menguji apakah hasil analisis jalur modelnya sudah *fit* atau belum dan untuk dapat mengetahui pengaruh antara variabel endogen dan variabel eksogen secara keseluruhan atau secara simultan. Patokan yang digunakan dalam pengujian ini adalah membandingkan nilai *sig* yang diperoleh dengan derajat signifikansi pada level $\alpha = 0,05$. Apabila nilai *sig* yang diperoleh lebih kecil dari derajat signifikansi maka model yang digunakan sudah *fit*.

Koefisien Determinasi

Dilihat dari *adjusted R square* yang artinya seberapa besar kontribusi variabel terikat.

Uji Hipotesis (*t-Test*)

Uji *t* bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dengan variabel lain dianggap konstan, dengan asumsi bahwa jika signifikan nilai *t* hitung yang dapat dilihat dari analisa regresi menunjukkan kecil dari $\alpha = 5\%$, berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

Definisi Operasional

1. Kinerja perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan prestasi ataupun hasil yang diperlihatkan oleh seorang individu dalam pekerjaannya. Kinerja adalah hasil yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggungjawab masing-masing, dalam rangka usaha untuk mencapai tujuan perusahaan yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika.

2. Strategi Customization

Customization merupakan salah satu variabel kontinjensi yang perlu dipertimbangkan dalam merancang sistem akuntansi manajemen. *Customization* diartikan sebagai strategi merespon permintaan customer untuk meningkatkan variasi produk yang lebih istimewa dan kualitas jasa yang terbaik (Gilmore dan Pine, 1997 dalam Nizarudin, 2006). Strategi *Customization* terbagi dua, yaitu *tailored customization* dengan *mass customization*. Perbedaan keduanya, yaitu *tailored customization* memproduksi produknya yang bervariasi dengan merubah program produksinya secara berkelanjutan, sedangkan *mass customization* tidak merubah program produksinya. Selain itu, biaya produksi *tailored customization* lebih besar daripada *mass customization*.

3. Karakteristik informasi SAM

Pengertian SAM yang dimaksud adalah dalam istilah manfaat karakteristik informasi SAM yang dirasakan manajer dalam pembuatan keputusan. Salah satu karakteristik informasi SAM, yaitu dimensi *broadscope*, yaitu informasi yang luas dan lengkap berupa informasi eksternal dan internal, finansial dan non finansial.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian

1. Uji Validitas

Untuk melihat validitas dari masing-masing item kuesioner, digunakan *Corrected Item-Total Correlation*. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka data dikatakan valid, dimana r_{tabel} untuk $N= 50$ adalah 0,235.

Berdasarkan hasil pengolahan data didapatkan bahwa nilai *Corrected Item-Total Correlation* untuk masing-masing item variabel X_1 , X_2 dan Y semuanya di atas r_{tabel} . Jadi dapat dikatakan bahwa seluruh item pernyataan variabel X_1 , X_2 dan Y adalah valid.

Dari Tabel 4.10 dapat dilihat nilai terkecil dari *Corrected Item-Total Correlation* untuk masing-masing instrumen. Untuk instrumen strategi *customization (mass customization)* diketahui nilai *Corrected Item-Total Correlation* terkecil 0,403 dan terbesar 0,594. Karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen *broadscope* diketahui nilai *Corrected Item-Total Correlation* terkecil 0,481, dan terbesar 0,631. Dan, untuk kinerja perusahaan manufaktur dengan nilai terkecil sebesar 0,432 dan terbesar 0,662.

2. Uji Reliabilitas

Untuk uji reliabilitas instrumen, semakin dekat koefisien keandalan dengan 1,0 maka akan semakin baik. Secara umum, keandalan kurang dari 0,60 dianggap buruk, keandalan dalam kisaran 0,7 bisa diterima, dan lebih dari 0,80 adalah baik (Sekaran, 2006:182).

Keandalan konsistensi antar item atau koefisien keandalan Cronbach's Alpha yang terdapat pada Tabel 4.11 di atas yaitu untuk strategi *customization (mass customization)* 0,753, dan karakteristik informasi sistem

akuntansi manajemen (*broadscope*) 0,800. Sedangkan untuk instrumen kinerja perusahaan manufaktur 0,811. Data ini menunjukkan nilai yang berada pada kisaran di atas 0,70. Dengan demikian semua instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Residual

Tujuan dari uji normalitas ini adalah untuk menguji dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian normalitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *one sample kolmogorov-smirnov test*, yang mana jika nilai *asympt.sig (2-tailed) > 0.05* maka distribusi data dikatakan normal.

Dari hasil pengolahan SPSS versi 16.0 didapat bahwa nilai seluruh variabel dari *kolmogorov smirnov > 0,05*, yaitu 0,675. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa data berdistribusi secara normal.

2. Uji Homogenitas

Pengujian ini dilakukan dengan metode *Spearman Correlations*. Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi spearman untuk masing-masing variabel X_1 (strategi *customization*), X_2 (informasi sistem akuntansi manajemen *broadscope*), dan Y (kinerja perusahaan) $> \alpha 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa varian data untuk semua variabel adalah homogen, atau varian data populasi dari semua data sampel yang diambil homogen.

Uji Model

Uji F (F-Test)

Dari Tabel 4.14, hasil pemrosesan data menunjukkan hasil sebesar 13,729 yang signifikan pada 0,000. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa persamaan jalur yang diperoleh

dapat diandalkan atau model sudah *fit* sehingga dapat dilanjutkan untuk pengujian secara individual.

Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil pengujian seperti terlihat pada Tabel 4.15, menghasilkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,369. Hal ini berarti, kontribusi variabel eksogen terhadap variabel endogen adalah sebesar 36,9%, sedangkan sisa-nya 63,1% ditentukan oleh variabel lain yang tidak teridentifikasi dalam model penelitian ini.

Analisis Jalur

1. Substruktur 1

Sub struktur I dalam penelitian ini menguji pengaruh strategi *customization (mass customization)* terhadap karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen (*broadscope*). Sehingga dapat dilihat pengaruh tidak langsung strategi *customization (mass customization)* terhadap kinerja perusahaan melalui karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen (*broadscope*).

Dari pengujian di atas dapat diketahui pengaruh variabel lain (Pye_1) adalah:

$$Pye_1 = \sqrt{1 - 0,0000} = 0,8037 = 80,37\%$$

Sehingga persamaan jalurnya adalah:

$$X_2 = 0,595X_1 + 0,8037$$

Dari Tabel 4.17 di atas juga terlihat bahwa variabel X_1 mempunyai tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa koefisien jalurnya signifikan dan model tersebut baik untuk diteliti.

2. Substruktur 2

Sub struktur 2 dalam penelitian ini menguji pengaruh langsung strategi *customization (mass customization)* dan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen (*broadscope*) terhadap kinerja perusahaan

Berdasarkan pengolahan data di atas, maka dapat diketahui koefisien jalur dari pengaruh strategi *customization (mass*

customization) terhadap kinerja perusahaan sebesar 0,123, sedangkan koefisien jalur pengaruh karakteristik informasi SAM (*broadscope*) terhadap kinerja perusahaan sebesar 0,526.

Dari pengujian di atas dapat diketahui pengaruh variabel lain (P_{Y2}) adalah:

$$P_{Y2} = \sqrt{1-0,369} = 0,794 = 79,4\%$$

Sehingga persamaan jalurnya adalah:

$$Y = 0,123X_1 + 0,526X_2 + 0,794$$

Dari Tabel 4.19, juga terlihat bahwa variabel X_1 dan X_2 mempunyai tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa koefisien jalurnya signifikan dan model tersebut baik untuk diteliti.

Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dalam Penelitian

Pengaruh langsung dan tidak langsung variabel penyebab terhadap variabel akibat adalah sebagai berikut:

1) Pengaruh Langsung

$$\begin{aligned} Y &\longrightarrow X_1 \longrightarrow Y \\ &= (P_{YX1}) (P_{YX1}) \\ &= (0,123) (0,123) \\ &= 0,01513 \\ &= 1,51\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y &\longrightarrow X_2 \longrightarrow Y \\ &= (P_{YX2}) (P_{YX2}) \\ &= (0,526) (0,526) \\ &= 0,2767 \\ &= 27,67\% \end{aligned}$$

2) Pengaruh Tidak Langsung

$$\begin{aligned} Y &\longrightarrow X_1 \Omega X_2 \longrightarrow Y \\ &= (P_{YX1}) (P_{X2X1}) (P_{YX2}) \\ &= (0,123) (0,595) (0,526) \\ &= 0,03850 \\ &= 3,85\% \end{aligned}$$

Dari Tabel 4.20, ringkasan rekapitulasi di atas hasil pengolahan data diatas, dapat dilihat bahwa pengaruh strategi *customization* (*mass customization*) terhadap kinerja perusahaan secara langsung adalah 1,51%. Pengaruh tidak langsung strategi *customization* (*mass customization*) terhadap kinerja perusahaan melalui karakteristik

informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope* adalah 3,85%. Sedangkan, pengaruh karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope* terhadap kinerja perusahaan adalah 27,67%.

Jadi, total pengaruh langsung dan tidak langsung dalam penelitian ini terhadap kinerja perusahaan adalah 33,03%. Sedangkan, 66,97% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti

Uji t (t-test)

a. Pengujian Hipotesis 1

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk membuktikan pengaruh langsung strategi *customization* (*mass customization*) terhadap kinerja perusahaan yang dilakukan dengan pengujian statistik. Dari Tabel 4.19, substruktur 2 dapat dilihat bahwa strategi *customization* (*mass customization*) memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,856 < 1,677$ dengan nilai signifikansi $0,396 > 0,05$ dan koefisien regresi (β) bernilai positif 0,123. Hal ini menunjukkan strategi *mass customization* (X_1) tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan (Y), dan kesimpulannya **hipotesis 1 ditolak**.

b. Pengujian Hipotesis 2

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk membuktikan pengaruh strategi *customization* (*mass customization*) terhadap karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen (*broadscope*) yang dilakukan dengan pengujian statistik.

Dari Tabel 4.17, substruktur 1 dapat dilihat bahwa strategi *customization* (*mass customization*) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,128 > 1,677$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi (β) bernilai positif 0,595. Hal ini menunjukkan bahwa strategi *customization* (*mass customization*) berpengaruh signifikan positif terhadap karakteristik informasi

sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope*, dan kesimpulannya **hipotesis 2 diterima**.

c. Pengujian Hipotesis 3

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk membuktikan pengaruh langsung informasi sistem akuntansi manajemen *broadscope* terhadap kinerja perusahaan yang dilakukan dengan pengujian statistik.

Dari Tabel 4.19, substruktur 2 dapat dilihat bahwa informasi sistem akuntansi manajemen *broadscope* memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.646 > 1,677$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan koefisien regresi (β) bernilai positif $0,526$. Hal ini menunjukkan bahwa informasi sistem akuntansi manajemen *broadscope* (X_2) berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan (Y), dan kesimpulannya **hipotesis 3 diterima**.

d. Pengujian Hipotesis 4

Dari tabel 4.20, dapat dilihat hasil perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa total pengaruh strategi *customization* (*mass customization*) terhadap kinerja perusahaan adalah $5,36\%$, dimana pengaruh langsung strategi *customization* (*mass customization*) terhadap kinerja perusahaan adalah $1,51\%$ dan pengaruh tidak langsung strategi *customization* (*mass customization*) terhadap kinerja perusahaan melalui karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope* adalah $3,85\%$. Dari hasil perhitungan tersebut jelas terlihat bahwa pengaruh tidak langsung strategi *customization* (*mass customization*) terhadap kinerja perusahaan melalui karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen (*broadscope*) lebih besar dari pengaruh

langsungnya. Dengan demikian, variabel karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope* dalam penelitian ini merupakan variabel intervening, sehingga dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 4 diterima**.

Pembahasan

1. Pengaruh Strategi *Customization* Terhadap Kinerja Perusahaan

Dari hasil pengujian hipotesis, strategi *customization* (*mass customization*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian ini bertentangan dengan teori bahwa *mass customization* memungkinkan perusahaan memproduksi produk yang lebih bervariasi tanpa merubah program produksi yang sudah ada sehingga dapat mempengaruhi kinerja perusahaan (Pine, 1993, dan Kotha, 1995 dalam Gaol, 2004).

Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian Nizarudin (2006) bahwa penerapan strategi *mass customization* tidak berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

Menurut Widhiarso (2011) ada tujuh penyebab mengapa uji statistik tidak signifikan, yakni : 1) adanya *outliers*; 2) model yang tidak sesuai; 3) ukuran sampel kecil; 4) pengaruh variabel intervening; 5) pra-syarat analisis yang tidak terpenuhi; 6) perbedaan konteks; 7) alat ukur yang kurang valid dan reliabel.

Berdasarkan ketujuh alasan yang dikemukakan oleh Widhiarso (2011), alasan yang dapat diterima untuk penyebab hasil analisis yang tidak signifikan dalam penelitian ini adalah ukuran sampel yang kecil yang disebabkan oleh adanya keterbatasan dalam penelitian, yakni banyaknya perusahaan manufaktur yang ada di kota Padang dan perusahaan manufaktur yang menolak untuk

mengisi kuesioner. Sedangkan untuk enam alasan lain yang dikemukakan Widhiarso (2011) telah terpenuhi.

Berdasarkan fenomena, diperkirakan penyebab strategi *customization* tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan adalah karena ada beberapa kelemahan-kelemahan pada strategi *customization*, seperti kompleksitas pekerjaan, dan kebingungan karyawan karena banyaknya modul dan variasi produk dan jasa.

2. Pengaruh Strategi *Customization* Terhadap Penggunaan Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen

Dari hasil pengujian hipotesis, strategi *customization* (*mass customization*) berpengaruh signifikan positif terhadap karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope*. Hal ini berarti dengan meningkatnya strategi *customization*, maka kebutuhan terhadap informasi *broadscope* pun akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2002) yang menguji pengaruh strategi *customization* terhadap karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen bersifat *broadscope* yang menyimpulkan bahwa strategi *customization* berpengaruh signifikan terhadap karakteristik informasi SAM yang bersifat *broadscope*.

Informasi *broadscope* dibutuhkan dalam melaksanakan strategi *customization* karena dengan adanya informasi *broadscope* memungkinkan manajer-manajer didalam perusahaan membuat dan menghasilkan keputusan yang berkualitas dalam menurunkan ide-ide, memformulasikan solusi yang cocok untuk departemen, dan menunjukkan pembuatan alternatif solusi untuk meningkatkan probabilitas

yang sesuai dengan tujuan semua departemen yang terlibat.

3. Pengaruh Penggunaan Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Perusahaan

Dari hasil pengujian hipotesis, ditemukan adanya bukti yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara informasi sistem akuntansi manajemen dengan kinerja perusahaan dan hubungannya positif. Pengaruh antara informasi sistem akuntansi manajemen dengan kinerja perusahaan adalah semakin andal informasi sistem akuntansi manajemen maka kinerja perusahaan akan semakin meningkat.

Salah satu fungsi dari sistem informasi ini adalah menyediakan informasi penting untuk membantu manajer untuk mengendalikan aktivitasnya sehingga dapat diharapkan dapat membantu perusahaan ke arah pencapaian tujuan dengan sukses. Informasi yang dihasilkan suatu sistem informasi merupakan sumber daya bagi organisasi, dimana informasi tersebut dapat mendukung manajemen dalam pengambilan keputusan (Widarsono, 2007). Informasi yang tersedia dan digunakan manajemen sangat membantu para manajer dalam menyelesaikan tugasnya, sehingga diharapkan kinerja akan meningkat. Informasi yang dihasilkan dari sistem informasi dapat digunakan untuk mengukur kinerja ekonomi dari unit organisasi dalam perusahaan. Manfaat utama dari informasi adalah mengurangi ketidakpastian, mendukung keputusan, dan mendorong lebih baik dalam hal perencanaan dan penjadwalan aktivitas kerja.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dinyatakan oleh Chong dan Chong (1997) dalam Nizaruddin (2006) yang mengemukakan bahwa penggunaan karakteristik informasi

SAM yang bersifat *broadscope* merupakan variabel anteseden yang paling penting dalam pengambilan keputusan karena informasinya yang lebih luas dan lengkap.

4. Pengaruh Strategi Customization Terhadap Kinerja Perusahaan melalui Penggunaan Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen

Berdasarkan hasil analisis statistik dalam penelitian ini ditemukan bahwa hipotesis ke empat (H_4) diterima. Dari hasil pengolahan data dapat disimpulkan, strategi *customization* (*mass customization*) berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope*. Dari hasil perhitungan analisis jalur ditemukan secara total strategi *customization* (*mass customization*) mempengaruhi kinerja perusahaan sebesar 5,36% yang terdiri atas pengaruh langsung 1,51% dan pengaruh tidak langsung melalui karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope* sebesar 3,85%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen memediasi pengaruh variabel strategi *customization* sebesar 3,85% sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pernyataan Atkinson (1997 dalam Nizarudin, 2006) bahwa informasi sistem akuntansi manajemen dikonseptualisasikan sebagai suatu sistem formal untuk memberikan informasi kepada manajer untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam pelaksanaan strategi *customization*. Dimana, pelaksanaan strategi ini memberikan tantangan yang cukup besar bagi manajemen khususnya dalam hal desain struktur

serta sistem informasi yang tepat (Abernethy dan Lillis, 1995; Brickley, Smith dan Zimmerman, 1997).

Karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen dibutuhkan oleh manajer dalam menerapkan strategi *customization* yang disebabkan oleh adanya ketidakpastian lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan. Dimana, strategi *customization* mempunyai beberapa kelemahan, yaitu kompleksitas pekerjaan dan kebingungan karyawan karena banyaknya modul dan variasi produk dan jasa, oleh karena itu informasi *broadscope* dapat mengurangi ketidakpastian, mendukung keputusan, dan mendorong lebih baik dalam hal perencanaan dan penjadwalan aktivitas kerja. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian sebelumnya, yaitu penelitian Nizarudin (2006), bahwa strategi *customization* (*mass customization*) berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen (*broadscope*).

5. Penutup Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini mengenai pengaruh strategi *customization* (*mass customization*) terhadap kinerja perusahaan melalui penggunaan informasi sistem akuntansi manajemen (*broadscope*), sebagai berikut:

1. Strategi *customization* (*mass customization*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan manufaktur kota Padang, dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, yaitu $0,856 < 1,677$ dengan signifikansi $0,396 > 0,05$ dan koefisien (β) bernilai positif 0,123.
2. Strategi *customization* (*mass customization*) berpengaruh signifikan positif terhadap karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen

(*broadscope*), dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $5,128 > 1,677$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi (β) bernilai positif 0,595.

3. Informasi sistem akuntansi manajemen (*broadscope*) berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan manufaktur kota Padang, dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $3,646 > 1,677$ dengan signifikansi $0,001 < 0,05$ dan koefisien regresi (β) bernilai positif 0,526.
4. Strategi *customization* (*mass customization*) berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan manufaktur kota Padang melalui informasi sistem akuntansi manajemen (*broadscope*). Dimana, pengaruh langsung strategi *customization* terhadap kinerja perusahaan adalah 1,51% dan pengaruh tidak langsung, yaitu melalui karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen sebesar 3,85%.

Saran

- 1) Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa strategi *customization*, penggunaan karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen telah dilakukan dengan baik, tapi masih ada beberapa hal yang belum sepenuhnya dilakukan dengan sempurna sehingga hal ini berdampak pada kinerja perusahaan manufaktur. Sebaiknya pada penelitian selanjutnya lebih memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.
- 2) Bagi penelitian mendatang, hendaknya menambah jumlah sampel.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus D, E.M dkk. 2002. *Reformasi Birokrasi Publik di Indonesia*. PSKK UGM, Yogyakarta.
- Anggraini, Fivi. 2002. "Pengaruh Customization dan Interdependensi terhadap Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen Broad Scope dan Aggregation". *Jurnal*. Yogyakarta.
- Bastian, Indra. 2001. *Akuntansi Sektor Publik*. Penerbit BPFE, Universitas Gajah. Mada. Yogyakarta. Ikatan Akuntansi Indonesia. 2002.
- Gaol, Romasi Lumban. 2004. "Konsekuensi Dari Customization Pada Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen". *Tesis*. Sumatera Utara.
- Ghazali, Iman. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Undip. Semarang.
- Handoko, T. Hani. 2001. *Manajemen*. BPFE, Yogyakarta.
- Hansen, Mowen. (alih bahasa: Ancella A.Hermawan) 2004. *Akuntansi Manajemen*, jilid I, Edisi Ke empat, Penerbit Erlangga, Surabaya.
- Ietje Nazaruddin. 1998. "Pengaruh Desentralisasi dan Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Manajerial". *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol. 1 No.2.
- Mulyadi. 1995. *Akuntansi Biaya 1*. Karunika. Universitas Terbuka. Jakarta.
- Mulyadi dan Setiawan. Johny. 2001. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Edisi 2, Penerbit Salemba Empat: Jakarta.

- Mustika, Sukmasari. 2011. "Customer Configuration – Pengaruh Mass Customization And Personalization terhadap Sistem Manufaktur". *Jurnal*. Surabaya.
- Nazarudin. 1998. Pengaruh Desentralisasi dan Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Manajerial," *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol 1, No.2.
- Nizaruddin, Abu. 2006. "Pengaruh Strategi Customization Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Penggunaan Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen yang Bersifat Broadscope dan Aggregation". *Jurnal*. Palembang.
- Nurkhalida, Liliek. 2010. "Pengaruh Aplikasi Strategi Mass Customization pada Penerapan Teknologi Informasi". *Jurnal*. Surabaya.
- Nurhayati, Eni. 2012. "Analisis Pengaruh Strategi Customization Terhadap Kinerja Manajerial Melalui Penggunaan Karakteristik Sistem Akuntansi Manajemen Broadscope". *Jurnal*. Surakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Prabowo, Faisal Tri Jatmiko Wahyu. 2005. "Pengaruh Intensitas Persaingan Pasar Terhadap Penggunaan Informasi Benchmarking dan Monitoring dan Kinerja Unit Bisnis". *Jurnal*. Universitas Diponegoro.
- Pratiwi, Maria. 2020. Pengaruh Strategi Customization Terhadap Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen dengan Interpedensi sebagai Variabel Intervening. Padang: Skripsi FE UNP.
- Sukarno, Gendut, 2006. "Mass Customization Dalam Memberikan Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mie Instan". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* .Vol. 8 No. 2, November.
- Susanto, Yulius Kurnia dan Gudono. 2007. "Pengaruh Intensitas Kompetisi Pasar Terhadap Hubungan antara Penggunaan Informasi Sistem Akuntansi Manajemen dan Kinerja Unit Bisnis dan Kepuasan Kerja". *Simposium Nasional Akuntansi X*. Yogyakarta. 26-28 Juli 2007.
- Supardiyono, YP. 1999." Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan dan Stpktur Organisasi terhadap Efektifitas Sistem Akuntansi Managemen dalam peningkatan Kinerja Manajerial". *Tesis*. Program Pasca Sarjana UGM, Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2004. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Wibowo. Prof, Dr, SE, M.Phil. 2007. *Manajemen Kinerja*. PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Widarsono, Agus. 2007." Pengaruh Kualitas Informasi Manajemen Terhadap Kinerja Manajerial (Survey pada perusahaan go-publik di Jawa Barat)". *Jurnal Akuntansi FE Unsil*, Vol. 2, No. 2. Pp. 286 - 299.
- Widyastuti, Indriyana. 2003. Analisa Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan, Customization, dan Interdependensi Terhadap Desain Karakteristik Informasi Broadscope dan Aggregation Sistem Akuntansi Manajemen. *Jurnal*. UGM Yogyakarta.

Yovianda, Andri .2009. Pengaruh penggunaan informasi akuntansi manajemen broadscope, aggregation, integration dan timeliness terhadap kinerja perusahaan. Padang: Skripsi FE UNP.

Verina, Atika.2007. Tanggung jawab Perdata PT. Famili Raya Terhadap Masyarakat Akibat Penyempitan Sungai. Padang: Skripsi FH UNAND.

[Http://digilib.its.ac.id/public/ITS-Master](http://digilib.its.ac.id/public/ITS-Master), diakses pada 20 Agustus 2012.

LAMPIRAN KUESIONER

Identitas Responden

- No. Responden : (Diisi oleh peneliti)
- Nama Perusahaan : _____
- Jenis Kelamin : Pria Wanita
- Umur : 25-30 tahun 31-35 tahun
 36-40 tahun >40 tahun
- Pendidikan Terakhir : SMA D3 S1 S2
 S3 Lain-lain (.....)
- Lamanya Bapak/Ibu menduduki jabatan ini : 1-5 tahun 6-10 tahun
 >10 tahun
- Jabatan di Perusahaan : Manajer Pemasaran
 Manajer Produksi
 Manajer Keuangan

DAFTAR PERNYATAAN

A. STRATEGI CUSTOMIZATION (MASS CUSTOMIZATION)

Untuk pernyataan berikut, mohon Bapak/Ibu memilih salah satu dari 1 s/d 5 yang paling tepat menurut Bapak/Ibu guna mengetahui karakteristik produk/jasa yang dihasilkan atau di jual perusahaan dengan memberikan tanda (√).

5= Sangat Setuju (SS)

2= Tidak Setuju (TS)

4= Setuju (S)

1= Sangat Tidak Setuju (STS)

3= Netral (N)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Model dasar produk/ jasa yang dihasilkan sesuai dengan permintaan konsumen					
2	Model dasar produk/ jasa yang dibuat sesuai dengan kebutuhan konsumen					
3	Mampu menghasilkan volume produksi yang tinggi					
4	Mampu menghasilkan produk yang dibutuhkan konsumen secara ekonomis					
5	Tepat waktu dalam menghasilkan produk seperti keinginan konsumen					

B. KARAKTERISTIK INFORMASI SISTEM AKUNTANSI MANAJEMEN (BROAD SCOPE)

Mohon Bapak/Ibu memilih salah satu dari 1 s/d 5 dalam menilai pentingnya karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen bersifat *Broad scope* yang telah ada saat ini dalam membuat keputusan operasional di dalam departemen Bapak/Ibu dengan memberikan tanda (√).

5= Sangat Penting (SP)

4= Penting (P)

3= Netral (N)

2= Tidak Penting (TP)

1= Sangat Tidak Penting (STP)

No	Pernyataan	SP	P	N	TP	STP
6	Informasi mengenai faktor-faktor eksternal, seperti kondisi ekonomi, pertumbuhan penduduk, dan perkembangan teknologi					
7	Informasi non ekonomik, seperti selera pelanggan, sikap karyawan, relasi kerja, sikap pemerintah, lembaga konsumen dan ancaman pesaing.					
8	Informasi tentang perhitungan kemungkinan terjadinya suatu peristiwa di masa yang akan datang, seperti estimasi probabilitas					
9	informasi yang berhubungan dengan kejadian-kejadian di masa yang akan datang					
10	Informasi non keuangan yang berkaitan dengan bidang-bidang berikut: a. Informasi berorientasi internal, seperti efisiensi, tingkat output, dan absensi karyawan b. Informasi pasar, seperti pangsa pasar dan pertumbuhan.					

C. KINERJA PERUSAHAAN

Untuk pernyataan berikut, mohon Bapak/Ibu memilih salah satu dari 1 s/d 5 yang paling tepat menurut Bapak/Ibu guna mengetahui pencapaian kinerja perusahaan dengan memberikan tanda (√).

5= Sangat Bagus Sekali (SBS)

4= Bagus Sekali (BS)

3= Netral (N)

2= Tidak Bagus (TB)

1= Sangat Tidak Bagus (STB)

No	Pernyataan	SBS	BS	N	TB	STB
11	Perusahaan sudah mencapai target produksi yang telah ditentukan					
12	Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan ketika berinteraksi bagus					
13	Produk yang diproduksi memiliki kualitas yang bagus dan bebas cacat					
14	Kemampuan perusahaan untuk mendistribusikan produk pada pelanggan sesuai dengan waktu pada saat pelanggan membutuhkan.					
15	Produk yang dijual sudah mencapai target volume penjualan					
16	Produk yang dijual sudah masuk ke dalam pangsa pasar yang telah ditentukan dan yang menjadi sasaran					
17	Tingkat laba yang di capai sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan					

DATA PENELITIAN
UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL KINERJA PERUSAHAAN

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary				Reliability Statistics		
		N	%		Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cases	Valid	50	100.0	.811	.816	7
	Excluded ^a	0	.0			
	Total	50	100.0			

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	25.12	6.965	.482	.464	.797
Q2	25.10	6.418	.662	.521	.765
Q3	25.60	6.776	.432	.445	.811
Q4	25.14	6.572	.586	.417	.779
Q5	25.08	7.259	.485	.445	.796
Q6	25.02	6.836	.619	.493	.775
Q7	25.22	6.787	.607	.508	.776

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
29.38	8.975	2.996	7

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL STRATEGI CUSTOMIZATION
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary				Reliability Statistics		
		N	%		Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cases	Valid	50	100.0	.753	.759	5
	Excluded ^a	0	.0			
	Total	50	100.0			

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	17.04	2.611	.403	.215	.748
Q2	17.08	2.034	.559	.321	.701
Q3	17.04	2.529	.526	.348	.708
Q4	16.84	2.382	.594	.380	.683
Q5	17.12	2.516	.551	.332	.700

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21.28	3.553	1.885	5

**UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL PENGGUNAAN
KARAKTERISTIK INFORMASI SISTEM AKUNTANSI MANAJEMEN**

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.800	.805	5

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	16.80	2.939	.625	.447	.750
Q2	17.02	3.040	.579	.356	.764
Q3	16.98	2.714	.622	.438	.748
Q4	16.90	2.704	.631	.414	.745
Q5	17.10	2.867	.481	.241	.798

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21.20	4.245	2.060	5

UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas Residual

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.38018201
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.095
	Negative	-.072
Kolmogorov-Smirnov Z		.675
Asymp. Sig. (2-tailed)		.753
a. Test distribution is Normal.		

2. Uji Homogenitas

Correlations

			KP	SC	SAM
Spearman's rho	KP	Correlation Coefficient	1.000	.437**	.628**
		Sig. (1-tailed)	.	.001	.000
		N	50	50	50
	SC	Correlation Coefficient	.437**	1.000	.519**
		Sig. (1-tailed)	.001	.	.000
		N	50	50	50
	SAM	Correlation Coefficient	.628**	.519**	1.000
		Sig. (1-tailed)	.000	.000	.
		N	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

HASIL PENELITIAN

1.Substruktur 1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.595 ^a	.354	.340	1.673	1.889

a. Predictors: (Constant), SC

b. Dependent Variable: SAM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.362	2.709		2.718	.009
	SC	.650	.127	.595	5.128	.000

a. Dependent Variable: SAM

2.Substruktur 2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.607 ^a	.369	.342	2.430	2.372

a. Predictors: (Constant), SAM, SC

b. Dependent Variable: KP

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.000	4.227		2.129	.038
	SC	.196	.229	.123	.856	.396
	SAM	.764	.210	.526	3.646	.001

a. Dependent Variable: KP

Uji F**ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	162.182	2	81.091	13.729	.000 ^a
	Residual	277.598	47	5.906		
	Total	439.780	49			

a. Predictors: (Constant), SAM, SC

b. Dependent Variable: KP

Uji Koefisien Determinasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.607 ^a	.369	.342	2.430	2.372

a. Predictors: (Constant), SAM, SC

b. Dependent Variable: KP