

## KEGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI MANAJEMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN

Lasma Rita Rajagukguk\*

*Market competition much more highly in sector of industry requires the company must respond all of chance and threat. To answer this situation, the company need detailed information on a timely basis. The accounting system must provide timely information needed to control day to day operation and to make decisions. Accounting information system divided into two major classifications, are financial accounting information and management accounting information. Management accounting information is concerned primarily for internal users such as managers. Management accounting information can be used in making decisions about how the company can be expected performance in the future.*

### Abstract

*Key words : Management accounting information, performance, competition of market*

Persaingan merupakan kondisi dalam suatu kehidupan sosial yang terjadi setiap adanya dua atau lebih pemain yang ingin mencapai tujuan yang sama. Penelitian telah membuktikan bahwa persaingan telah menjadi kondisi yang ikut menentukan perilaku dan kinerja perusahaan (Weiss, 1963 dan Bain, 1968). Untuk menghadapi persaingan ini, perusahaan harus bisa merespon semua ancaman dan kesempatan yang ada, salah satunya dengan menggunakan semua informasi yang tersedia. Perusahaan harus bisa menciptakan nilai bisnis melalui informasi mengenai produk, pelanggan, dan jasa yang diberikan secara efektif dibandingkan dengan pesaingnya.

Salah satu informasi yang digunakan perusahaan adalah informasi akuntansi, dimana sistem informasi akuntansi ini terdiri dari dua jenis yaitu, informasi akuntansi keuangan dan informasi akuntansi manajemen. Akuntansi keuangan memberikan informasi terutama kepada pihak eksternal seperti para pemegang saham, investor, bank, pemerintah dalam bentuk laporan keuangan seperti laporan laba rugi, laporan arus kas, dan neraca. Sedangkan akuntansi manajemen memberikan informasi terutama kepada para manajer sehingga sering disebut sebagai akuntansi internal.

Informasi akuntansi manajemen disajikan kepada manajemen perusahaan dalam berbagai laporan keuangan seperti anggaran, laporan penjualan, laporan biaya produksi, laporan biaya menurut

\*Penulis adalah  
Dosen Fakultas  
Ekonomi  
Universitas  
Katholik Atma  
Jaya, Jakarta

pusat pertanggung jawaban, laporan biaya menurut aktivitas, laporan biaya mutu (*quality cost report*), laporan biaya daur hidup produk (*product-life-cycle costs*), biaya penambah dan bukan penambah nilai (*value and non-value added costs*), dan laporan biaya pemasaran (Mulyadi, 1993). Akuntansi manajemen memberikan manfaat bagi manajer untuk mengidentifikasi masalah yang ada, menyelesaikan masalah tersebut, dan mengevaluasi kinerja dari seluruh tingkatan manajerial.

Penelitian sebelumnya telah banyak yang melihat penggunaan informasi akuntansi manajemen dalam lingkungan yang bersaing (Kaplan, 1983; Shank dan Govindarajan, 1989; Bromwich, 1990; Bromwich dan Bhimani, 1994; Mia dan Clarke, 1999). Informasi akuntansi manajemen yang digunakan dalam penelitian tersebut lebih banyak melihat pemakaian *benchmarking* serta memonitor informasi yang disediakan oleh sistem akuntansi manajemen dalam hal informasi internal dan historikal. Bromwich sendiri menyarankan penggunaan *benchmarking* dan memonitor penggunaan informasi yang disediakan oleh akuntansi manajemen dapat membantu perusahaan untuk menghadapi tantangan yang berasal dari persaingan pasar dan membantu memberikan nilai tambah bagi perusahaannya dibandingkan para pesaingnya. Bukti yang terjadi di Australia memperlihatkan bahwa semakin meningkatnya persaingan pasar, banyak perusahaan yang menunjukkan kinerja yang baik, seperti perusahaan telekomunikasi terbesar di Australia, Optus dan Telecom Australia melaporkan laba walaupun tingkat persaingan diantara mereka sangat tinggi.

Melihat pada kenyataan di atas, maka dapat dilihat adanya hubungan antara tingkat persaingan yang tinggi dengan kinerja perusahaan. Dalam persaingan pasar yang tinggi, para manajer perusahaan membutuhkan informasi akuntansi manajemen untuk pengambilan keputusan agar dapat memenangkan persaingan dan mencapai tujuan perusahaan yang telah ditentukan sebelumnya.

**Rumusan dan Batasan Masalah** Penggunaan informasi yang relevan mempunyai peranan penting dalam pengambilan setiap keputusan oleh manajer terutama dalam persaingan pasar yang semakin ketat. Manajer mempunyai banyak sumber informasi untuk digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Rumusan dan batasan masalah dalam tulisan ini adalah: Apakah persaingan pasar yang ketat mempengaruhi kinerja perusahaan?

Apakah penggunaan informasi akuntansi manajemen oleh manajer mempengaruhi kinerja perusahaan?

Bagaimana pengaruh penggunaan informasi akuntansi manajemen oleh manajer dengan kinerja perusahaan dalam kaitannya dengan kondisi pasar yang ketat?

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kondisi persaingan yang ketat serta penggunaan informasi akuntansi manajemen berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, dan untuk mengetahui sejauh mana perusahaan-perusahaan besar di Indonesia menggunakan informasi akuntansi manajemen dalam kondisi persaingan pasar yang ketat.

## **Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah bagi para manajer perusahaan di Indonesia untuk menggunakan informasi akuntansi manajemen sebagai salah satu sumber informasi untuk pengambilan keputusan disamping informasi akuntansi keuangan yang telah digunakan selama ini.

Adapun hipotesis penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

## **Hipotesis**

- H1 : Semakin tinggi tingkat persaingan pasar dari suatu perusahaan, maka kinerja perusahaan secara keseluruhan akan mengalami peningkatan.
- H2 : Semakin tinggi penggunaan informasi akuntansi manajemen dalam suatu perusahaan, maka kinerja perusahaan secara keseluruhan akan mengalami peningkatan.
- H3 : Semakin tinggi penggunaan informasi akuntansi manajemen dalam suatu perusahaan dalam kondisi persaingan pasar yang tinggi, maka kinerja perusahaan secara keseluruhan akan mengalami peningkatan.

Akuntansi Manajemen sering juga disebut sebagai akuntansi internal karena informasi yang dihasilkan terutama ditujukan untuk para manajemen eksekutif dan karyawan. Akuntansi manajemen tidak terpaku pada suatu aturan atau norma tertentu dalam pembuatan laporannya, dan laporan yang dihasilkan lebih menekankan pada relevan dan fleksibilitas data. Selain mencatat dan melaporkan kejadian yang sudah berlangsung, akuntansi manajemen juga menekankan pada kejadian di masa mendatang sebagai dasar perencanaan pengambilan keputusan.

## **Pengertian Akuntansi Manajemen**

Sistem akuntansi manajemen berbeda dari sistem akuntansi keuangan. Dalam penyajian laporan, akuntansi keuangan harus mengikuti Standar Akuntansi Keuangan (SAK), dimana laporan yang dihasilkan, terutama ditujukan pada pengguna eksternal. Laporan

akuntansi keuangan harus akurat dan tepat waktu yang menekankan pada kejadian masa lalu dan telah berlangsung.

Sistem akuntansi manajemen mempunyai tiga tujuan umum yaitu, (a) menyediakan informasi untuk perhitungan biaya produk dan jasa, (b) menyediakan informasi untuk perencanaan, pengawasan, evaluasi, dan perbaikan yang terus menerus, dan (c) menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan.

Akuntansi manajemen memberikan manfaat bagi manajer untuk mengidentifikasi masalah yang ada, menyelesaikan masalah tersebut dan mengevaluasi kinerja dari seluruh tingkatan manajerial. Akuntansi manajemen mempunyai fungsi-fungsi yang berbeda pada setiap tingkatan manajemen. Hal ini disebabkan oleh tingkat kebutuhan informasi dari masing-masing tingkat manajer.

**Kinerja Perusahaan** Dalam pencapaian strategi suatu perusahaan, salah satu tolak ukur yang dipakai untuk melihat keberhasilan adalah kinerja atau *performance* dari perusahaan tersebut. Semakin tinggi kinerja perusahaan, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut telah berhasil menjalankan strateginya. Kinerja perusahaan dapat diartikan sebagai hasil aktivitas organisasi dalam suatu periode yang dapat diukur dengan menggunakan kinerja finansial dan non finansial.

Jika dilihat dari perusahaan sebagai pemilik *asset* produktif, maka kinerja perusahaan dapat dilihat dengan membandingkan nilai perusahaan yang dihasilkan dengan menggunakan *asset* produktifnya dengan nilai yang diharapkan akan dicapai. Jika nilai yang dihasilkan sama dengan nilai yang diharapkan maka perusahaan menunjukkan kinerja yang normal (*normal performance*). Jika nilai yang dihasilkan dibawah nilai yang diharapkan maka kinerja perusahaan berada di bawah normal (*below-normal performance*), dan sebaliknya jika lebih besar maka kinerja perusahaan dikatakan *above-normal performance*.

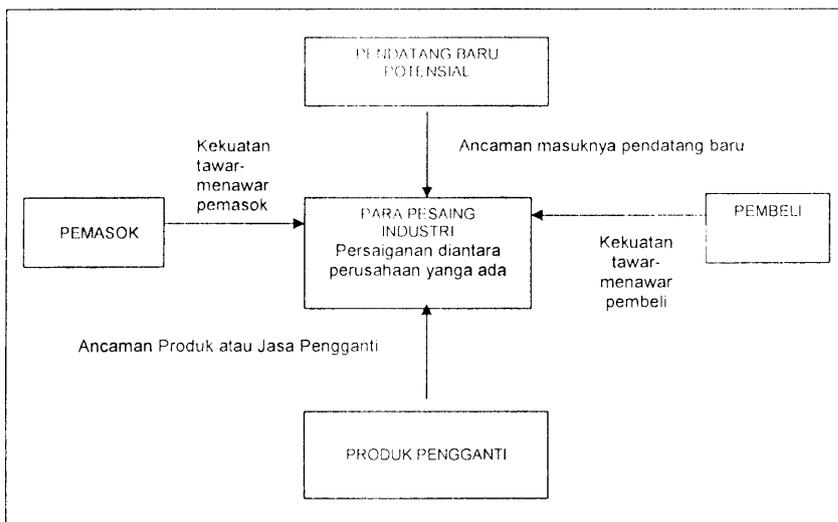
Banyak teknik yang dapat digunakan untuk menentukan kinerja perusahaan. Misalnya saja secara non-finansial kinerja perusahaan dapat dilihat dari ketahanan perusahaan tersebut untuk tetap beroperasi, atau dilihat dari pangsa pasar, keluhan pelanggan, dan jumlah karyawan. Sedangkan untuk menentukan kinerja perusahaan secara finansial dapat berupa ukuran kinerja akuntansi, ekonomi dan pasar yang mencakup antara lain *return on assets* (ROA), *return on equity* (ROE), dan *earning per share* (EPS).

**Persaingan Pasar** Persaingan merupakan suatu kondisi dalam kehidupan sosial yang terjadi setiap kali ada dua atau lebih pemain yang menginginkan hasil

atau tujuan yang sama (misalnya dalam pertandingan) atau untuk meningkatkan bagian mereka dari sumber daya yang terbatas (misalnya pelanggan, wilayah, dan pemungutan suara). Demikian juga dalam dunia industri dimana banyak perusahaan yang menjual produk serta menyediakan jasa yang sama sehingga terjadi persaingan diantara mereka.

Struktur industri dilihat dari jumlah penjual dan tingkat diferensiasi ada empat jenis yaitu monopoli murni, oligopoli, persaingan monopolistik, dan persaingan murni. Perusahaan bersaing dalam sasaran pasar pada suatu kurun waktu tertentu dengan tujuan dan sumber daya yang berbeda. Ada perusahaan dengan skala besar dan ada juga yang kecil. Beberapa perusahaan mempunyai sumber daya yang banyak dan beberapa malah kekurangan modal kerja. Keadaan ini akan membentuk posisi perusahaan sebagai pemimpin pasar (*market leader*), penantang pasar (*market challenger*), pengikut pasar (*market follower*), dan pengisi celah pasar (*market nicher*).

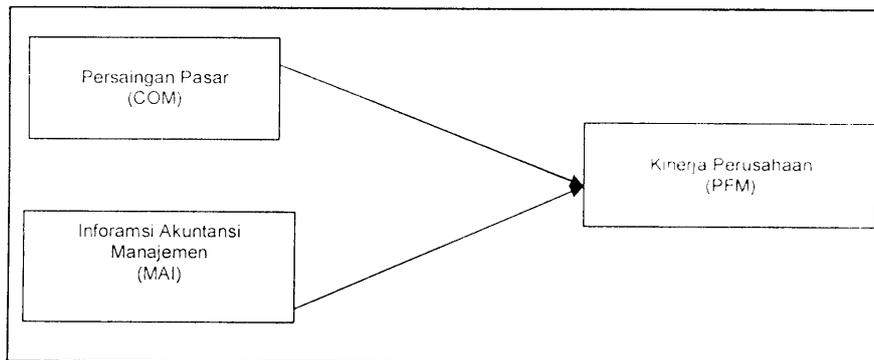
Intensitas persaingan pasar dalam suatu industri berakar pada struktur ekonomi yang mendasarinya dan berjalan di luar perilaku pesaing-pesaing yang ada. Keadaan persaingan dalam suatu industri tergantung pada lima kekuatan persaingan pokok yang menentukan potensi laba diukur dalam bentuk laba atas modal yang ditanamkan dalam jangka panjang (lihat gambar 1). Kelima kekuatan ini mencerminkan bahwa persaingan dalam suatu industri tidak hanya tergantung pada perusahaan yang ada. Pelanggan, pemasok, produk pengganti, dan pendatang baru potensial merupakan pesaing bagi perusahaan-perusahaan dalam suatu industri.



Gambar 1. Kekuatan-Kekuatan Yang Mempengaruhi Persaingan Pasar  
 Sumber : Michael E. Porter, *Competitive Strategy : Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, 1990. (alih bahasa : Agus Maulana)

Dalam menghadapi persaingan pasar, selain perusahaan terus mengembangkan produk yang semakin baik mutu dan kualitasnya, harga yang menarik dan tersedia bagi konsumen, perusahaan juga harus bisa mengkomunikasikannya kepada konsumen dan calon konsumen. Cara-cara pengkomunikasian ini tertuang dalam alat-alat promosi seperti iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*), penjualan perorangan (*personal selling*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*).

**Model Penelitian** Dalam penelitian ini digunakan dua cara, yakni penelitian pertama untuk menguji hipotesa pertama (H1) dan hipotesa kedua (H2), sedangkan penelitian kedua digunakan untuk menguji hipotesa ketiga (H3). Model konseptual yang digunakan untuk menjelaskan variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian pertama digambarkan sebagai berikut:

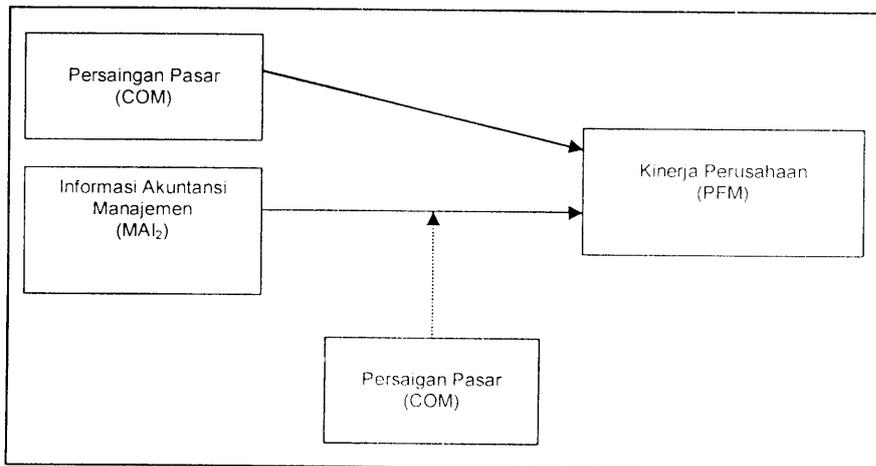


Gambar 2. Model Pengaruh Informasi Akuntansi Manajemen dan Persaingan Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan

Model konseptual di atas dapat dibuat ke dalam persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$PFM = b_0 + B_1COM + b_2MAI + e$$

Sedangkan model konseptual yang digunakan untuk menjelaskan variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian kedua adalah sebagai berikut :



Gambar 3. Model Pengaruh Informasi Akuntansi Manajemen Dalam Persaingan Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan

Model konseptual di atas dapat dibuat ke dalam persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$PFM = b_0 + b_2COM + B_1MAI_2 + b_3MAI_2COM + e$$

Dalam melakukan penelitian untuk menjelaskan hubungan antara penggunaan informasi akuntansi dengan kinerja perusahaan dalam kondisi persaingan pasar yang ketat dan hubungan antara persaingan pasar dengan kinerja perusahaan secara keseluruhan, peneliti menggunakan  $\alpha = 5\%$ , dan program yang digunakan adalah SPSS 11.5.

## Metodologi Penelitian

Rancangan penelitian bersifat deskriptif korelatif, yaitu suatu desain penelitian yang digunakan untuk menjelaskan pengaruh penggunaan informasi akuntansi manajemen dengan kinerja perusahaan dalam lingkungan persaingan pasar. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah teknik *purposive* atau disebut juga teknik *judgemental* dimana unsur populasi yang ditentukan menjadi sampel didasarkan pada tujuan penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari kuesioner yang dibagikan untuk dijawab oleh para manajer akuntansi atau manajer pemasaran dari perusahaan selain lembaga keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Kuesioner yang dibagikan berisi pertanyaan mengenai informasi akuntansi manajemen sehubungan dengan *TQM (Total Quality Management)*, *Budgeting*, *Cost of Production*, *Timing of Production*, dan *Timing of Delivery*. Data sekunder diperoleh dari

laporan keuangan perusahaan-perusahaan tersebut yang sudah diaudit dan terdaftar di Bursa Efek Jakarta yang bergerak di bidang selain lembaga keuangan yaitu data mengenai laba operasional serta biaya promosi tahun 2000.

**Jumlah Sampel** Unit analisa yang dipilih dalam penelitian untuk dijadikan sampel adalah perusahaan-perusahaan yang sudah *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta yang bergerak di bidang selain lembaga keuangan. Sedangkan responden yang dipilih untuk menjawab kuesioner adalah para manajer bagian akuntansi atau pemasaran dari tingkat pertama hingga tingkat direktur. Perusahaan-perusahaan tersebut kebanyakan bergerak di bidang manufaktur, pertambangan serta beberapa perusahaan jasa seperti properti. Jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 100 buah yang dikirimkan kepada 100 manajer akuntansi atau manajer pemasaran. Sedangkan jumlah kuesioner yang diisi dan dikembalikan sebanyak 37 buah kuesioner.

**Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya** Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah kinerja perusahaan (PFM) sebagai variabel dependen dan sebagai variabel independen adalah informasi akuntansi manajemen (MAI) serta persaingan pasar (COM). PFM yaitu kinerja perusahaan merupakan hasil dari aktivitas perusahaan dalam satu periode yang dapat diukur dengan menggunakan ukuran kerja finansial dan non finansial. MAI yaitu informasi akuntansi manajemen merupakan ukuran seberapa jauh informasi akuntansi manajemen digunakan oleh para manajer sebagai salah satu dasar pengambilan keputusan. Data MAI diperoleh dari jawaban atas kuesioner yang disebar, dan jawaban diukur dengan memberikan nilai tendensi sentral dari kelima indikatornya. Masing-masing indikator diukur dengan menggunakan skala Likert bernilai 1,3,5,7,9. Nilai 1 menunjukkan bahwa informasi akuntansi manajemen yang ada tidak mempengaruhi pengambilan keputusan oleh manajer, sedangkan nilai 9 menunjukkan bahwa informasi akuntansi manajemen yang ada sangat mempengaruhi pengambilan keputusan oleh manajer. Informasi akuntansi manajemen yang disajikan dalam kuesioner dipilih oleh peneliti berdasarkan informasi akuntansi manajemen yang biasa dipakai dan dikenal oleh perusahaan manufakturing di Indonesia. Masing-masing informasi akuntansi diberi bobot berdasarkan *judgmental* yang dinilai dari besarnya pengaruh informasi akuntansi manajemen tersebut dengan bobot sebagai berikut, *Total Quality Management* (20%), *Budgeting* (30%), *Production Cost* (35%), *Timing of Production* (10%), dan *Timing of Delivery* (5%). Dalam penelitian ini hubungan yang

diharapkan timbul antara informasi akuntansi manajemen dan kinerja perusahaan adalah hubungan dengan tanda positif. Hal ini berarti bahwa jika informasi akuntansi digunakan dalam pengambilan keputusan oleh para manager dalam tingkat persaingan pasar yang tinggi, maka kinerja perusahaan juga akan mengalami peningkatan.

Untuk penelitian kedua, data MAI<sub>2</sub> merupakan variabel *dummy* yang diambil berdasarkan data yang didapat dari penelitian pertama. Sebagai nilai patokan dipilih nilai *mean* atau nilai rata-rata dari MAI. Tujuan penulis membuat variabel *dummy* ini adalah untuk melihat penggunaan informasi akuntansi manajemen, bahwa jika bernilai 1 maka perusahaan menggunakan informasi akuntansi manajemen, sedangkan jika bernilai 0 maka perusahaan tidak menggunakan informasi akuntansi manajemen.

COM yaitu persaingan pasar merupakan kondisi di dalam pasar dimana perusahaan mempunyai pesaing-pesaing lain yaitu perusahaan yang menawarkan produk atau jasa yang sama dan juga menginginkan hal yang sama yaitu mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dari penjualan produk atau jasa mereka. Data yang diambil untuk COM diperoleh dari biaya iklan, promosi, dan marketing dari masing-masing perusahaan yang disajikan dalam laporan keuangan tahun 2000. Data yang diperoleh untuk PFM dan COM berbeda ukuran dengan data yang diperoleh dari kuesioner untuk MAI, yang berasal dari skala Likert yang dikalikan dengan masing-masing bobot sehingga menghasilkan nilai jawaban 1 sampai 9. Oleh karena itu peneliti mengubah data dari PFM dan COM ke dalam bentuk logaritma. Tujuannya adalah untuk menyeimbangkan total nilai dari masing-masing variabel. Hubungan yang diharapkan antara persaingan pasar dan kinerja perusahaan adalah hubungan positif, yang berarti jika perusahaan berada dalam kondisi persaingan pasar yang tinggi, maka kinerja perusahaan juga akan mengalami peningkatan secara signifikan.

Penelitian ini diuji dengan menggunakan program SPSS 11.5, dengan metode analisa regresi linear berganda. Pengujian dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel independen yaitu MAI dan COM dengan variabel dependen yaitu PFM secara terpisah. Juga untuk melihat pengaruh dari interaksi kedua variabel independen terhadap PFM.

**Teknik  
Analisis  
Data**

Semua data yang memenuhi syarat untuk diuji yang berasal dari jawaban kuesioner mengenai penggunaan informasi akuntansi manajemen dan data yang diambil dari laporan keuangan masing-

**Analisis  
dan  
Pembahasan**

masing perusahaan mengenai persaingan pasar dan kinerja perusahaan secara keseluruhan digambarkan dalam tabel statistik berikut ini.

**Tabel 1**  
**Statistik Deskriptif Variabel Penelitian I**

Dimention	Mean	Median	Minimum	Maximum	Standard Deviation
MAI	7.7351	8.00	4.40	9.00	1.27022
COM	9.91216	10.12	7.46	11.820	1.141189
PFM	10.66297	10.93	7.51	12.510	1.093076

**Tabel 2**  
**Statistik Deskriptif Variabel Penelitian II**

Dimention	Mean	Median	Minimum	Maximum	Standard Deviation
MAI <sub>2</sub>	0.54	1.00	0.00	1.00	0.505
COM	9.91216	10.12	7.46	11.820	1.141189
PFM	10.66297	10.93	7.51	12.510	1.093076
MAI <sub>2</sub> .COM	4.6757	8.00	0.00	9.00	4.37959

Berdasarkan data dari tabel 1 dan 2 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata dari data yang diperoleh mengenai penggunaan informasi akuntansi manajemen (MAI dan MAI<sub>2</sub>), persaingan pasar (COM), dan kinerja perusahaan (PFM) pada perusahaan sampel berada diantara nilai minimum dan maximum dengan standar deviasi dibawah nilai rata-rata. Hal tersebut mengidentifikasikan bahwa jawaban responden dan data yang diambil dari laporan keuangan tidak menimbulkan bias, dengan kata lain data yang diperoleh cukup relevan dan akurat untuk diuji. Data yang masuk dalam pengolahan data untuk masing-masing variabel MAI, COM, PFM, dan MAI<sub>2</sub>.COM adalah 37 data dan tidak ada yang hilang.

**Uji** Sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesa, peneliti terlebih dahulu melakukan pengujian terhadap kualitas data yang diperoleh dari para responden dan laporan keuangan. **Diagnosa Data** Uji diagnosa data ini dimaksudkan untuk melihat apakah model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas dan tidak mengandung multikolinieritas.

**Tabel 3**  
**Uji Diagnosa Data Penelitian I**

Dimention	Pearson Correlations	VIF	Kolmogorov-Smirnov
MAI	0.515	1.589	0.158*
COM	0.638	1.589	

\* *significant level* pada  $p = 0.05$   
Variabel dependen : PFM

**Tabel 4**  
**Uji Diagnosa Data Penelitian II**

Dimention	Pearson Correlations	VIF	Kolmogorov-Smirnov
MAI <sub>2</sub>	0.384	250.357	0.149*
COM	0.638	1.443	
MAI <sub>2</sub> .COM	0.391	255.581	

\* *significant level* pada  $p = 0.05$   
Variabel dependen : PFM

Dari uji diagnosa data diperoleh hasil bahwa distribusi variabel dalam penelitian pertama dan kedua adalah normal. Dalam penelitian pertama tidak terjadi masalah multikolinieritas dengan nilai  $VIF < 5.000$ , tetapi dalam penelitian kedua terjadi masalah multikolinieritas yang serius pada variabel MAI<sub>2</sub> dan MAI<sub>2</sub>.COM dengan nilai VIF masing-masing 250.357 dan 255.581 ( $VIF > 10$ ). Peneliti tidak mempermasalahkan lebih lanjut mengenai multikolinieritas tersebut, karena pada umumnya dalam variabel interaksi semacam itu kandungan multikolinieritas diindikasikan kuantitasnya tinggi.

Hubungan yang tercipta antara variabel independen dengan variabel dependen pada penelitian pertama menunjukkan adanya korelasi, dengan nilai *pearson correlations* diatas 0.5, dan tingkat signifikansi pada uji korelasi jauh dibawah 0.5 yang berarti variabel tersebut memiliki hubungan linear yang signifikan. Pada penelitian kedua ditemukan bahwa korelasi antara variabel MAI<sub>2</sub> dan variabel interaksi MAI<sub>2</sub>.COM mempunyai korelasi yang lemah yaitu dibawah 0.5, dan tingkat signifikansi pada uji korelasi penelitian kedua ini memperlihatkan bahwa variabel MAI<sub>2</sub> dan variabel interaksi MAI<sub>2</sub>.COM tidak berkorelasi secara signifikan dengan variabel lainnya karena nilainya lebih besar dari 0.05.

**Hasil Pengujian Hipotesa**

Hasil pengujian yang dilakukan untuk hipotesa pertama dan kedua dapat dilihat pada tabel 5. Hasil pengujian dengan tingkat signifikan COM pada nilai  $p = 0.003$  ( $p < 0.05$ ), menunjukkan bahwa persaingan pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan. Hasil pengujian ini mendukung hipotesa pertama dan konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mia dan Clarke (1999).

**Tabel 5**  
**Hasil Regresi Penelitian I**

Expected Sign	Dimension	Coefficients
+	MAI	0.173 (1.234)
+	COM	0.494 (3.166)*
$R^2 = 0.432$		$F = 12.949^*$

*t value in parentheses significant level at  $p = 0.05$*

Hasil pengujian hipotesa kedua menunjukkan tingkat signifikansi MAI pada nilai  $p = 0.226$  ( $p > 0.05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan informasi akuntansi manajemen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan. Hasil pengujian ini tidak mendukung hipotesa kedua dan tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan Mia dan Clarke (1999) dan Kenis (1979).

Hasil analisa regresi pada tabel 5 dengan nilai  $F$  statistik pada nilai  $p = 0.000$  menunjukkan bahwa hubungan antara kinerja perusahaan sebagai variabel dependen dengan persaingan pasar dan penggunaan informasi akuntansi manajemen sebagai variabel independen dapat dijelaskan dengan baik oleh model analisa regresi yang digunakan dalam penelitian. Namun hasil pengujian  $F$  statistik tersebut tidak didukung dengan tingkat signifikansi pada variabel MAI sebesar 0.226 yang mengidentifikasi tidak terdapat hubungan antara variabel MAI dengan variabel PFM. Sedangkan tingkat signifikansi pada variabel COM sebesar 0.003 mengidentifikasi ada hubungan antara variabel COM dengan variabel independen. *R-square* menghasilkan nilai sebesar 43,2% mengidentifikasi variasi perubahan variabel dependen dapat dijelaskan sebesar 43,2% oleh variabel independen dan sisanya sebesar 56,8% dijelaskan oleh faktor lain. Hal ini juga menunjukkan bahwa hubungan antara variabel adalah lemah.

Hasil pengujian hipotesa ketiga dapat dilihat pada tabel 6, menunjukkan tingkat signifikansi COM pada nilai  $p = 0.001$  ( $p < 0.05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa persaingan pasar memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan, sedangkan tingkat signifikan MAI<sub>2</sub> dan MAI<sub>2</sub>.COM pada nilai p = 0.793 dan 0.826 menunjukkan bahwa penggunaan informasi akuntansi manajemen dalam kondisi persaingan pasar yang tinggi tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan. Hasil pengujian ini tidak mendukung hipotesa ketiga dan tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan Mia dan Clarke (1999).

**Tabel 6**  
**Hasil Regresi Penelitian II**

Expected Sign	Dimention	Coefficients
+	MAI <sub>2</sub>	1.208 (0.265)
+	COM	0.577 (3.767)*
+	MAI <sub>2</sub> .COM	- 0.118 (- 0.222)
R <sup>2</sup> = 0.414		F = 7.779*

\* *t value in parentheses significant level at p = 0.05*

Hasil analisis regresi pada tabel 6 dengan nilai *F* statistik pada nilai p = 0.000 menunjukkan bahwa hubungan antara kinerja perusahaan sebagai variabel dependen juga persaingan pasar dan penggunaan informasi akuntansi manajemen serta interaksi antara penggunaan informasi akuntansi manajemen dengan persaingan pasar sebagai variabel independen dapat dijelaskan dengan baik oleh model analisa regresi yang digunakan dalam penelitian. Namun hasil pengujian *F* statistik tersebut tidak didukung dengan tingkat signifikansi pada variabel MAI<sub>2</sub> dan MAI<sub>2</sub>.COM sebesar 0.793 dan 0.826 yang mengidentifikasi tidak terdapat hubungan antara variabel MAI<sub>2</sub> dan variabel interaksi MAI<sub>2</sub>.COM dengan variabel PFM. Sedangkan tingkat signifikansi pada variabel COM sebesar 0.001 mengidentifikasi ada hubungan antara variabel COM dengan variabel independen. *R-square* menghasilkan nilai sebesar 41.4% mengidentifikasi variasi perubahan variabel dependen dapat dijelaskan sebesar 41.4% oleh variabel independen, dan sisanya sebesar 58.6% dijelaskan oleh faktor lain. Hal ini juga menunjukkan bahwa hubungan antara variabel adalah lemah.

Masalah multikolinearitas dan tingkat signifikansi yang lebih besar dari yang telah ditetapkan (p = 0.05) berpeluang kuat terjadi karena adanya pengaruh yang kuat antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hal ini dapat mengakibatkan terjadi bias dimana variabel independen yang satu menjadi variabel dependen bagi variabel independen lainnya untuk menutupi kelemahan salah satu variabel independen tersebut.

**KESIMPULAN DAN IMPLIKASI** Dari hasil pengujian yang telah dilakukan untuk melihat hubungan antara persaingan pasar dengan kinerja perusahaan menunjukkan adanya hubungan yang signifikan. Hubungan yang tercipta antara kedua variabel tersebut adalah hubungan positif yang berarti jika suatu perusahaan berada dalam kondisi persaingan pasar yang tinggi maka kinerja perusahaan pun akan cenderung meningkat secara keseluruhan. Dengan adanya kondisi persaingan ini perusahaan akan semakin terpacu untuk memenangkan persaingan dengan segala macam cara. Sehingga jika perusahaan berada dalam kondisi persaingan yang tinggi, tidak hanya peningkatan mutu dan kualitas produk atau jasa saja yang harus diperhatikan tetapi juga cara-cara untuk mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan. Bukti nyata yang dapat dilihat adalah dengan semakin berkembangnya dunia periklanan dan media serta pameran-pameran yang menjadi alat promosi bagi perusahaan dan sarana untuk menyampaikan pesan secara langsung kepada konsumen.

Hasil pengujian untuk melihat pengaruh antara penggunaan informasi akuntansi manajemen dengan kinerja perusahaan secara keseluruhan serta interaksi antara penggunaan informasi akuntansi manajemen dan persaingan pasar dengan kinerja perusahaan secara keseluruhan menunjukkan hubungan yang lemah dan dapat dikatakan tidak adanya hubungan. Hal ini menunjukkan bahwa jika perusahaan berada dalam kondisi persaingan pasar yang tinggi, manajer cenderung tidak menggunakan informasi akuntansi manajemen dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Dalam hal ini bisa dilihat kemungkinan bahwa penggunaan informasi akuntansi manajemen belum terlalu banyak digunakan dalam perusahaan-perusahaan besar. Para manajer diyakini kurang menyadari banyaknya jenis informasi akuntansi manajemen itu sendiri dan banyak teknologi-teknologi baru seperti *activity-based costing* dan *balance scorecard* yang masih sangat gagap untuk diterapkan di Indonesia. Perusahaan lebih mementingkan informasi akuntansi keuangan daripada informasi akuntansi manajemen terutama karena pertumbuhan pasar modal yang demikian pesat, sehingga kebutuhan untuk menyampaikan laporan keuangan bagi pihak eksternal lebih menjadi fokus bagi para manajer.

Dari hasil penelitian ini, penulis ingin merekomendasikan perusahaan-perusahaan untuk menyertakan penggunaan informasi akuntansi manajemen dan menghimbau kepada para manajer terutama di bagian akuntansi untuk lebih memperdalam bidang akuntansi manajemen dan menggunakan informasi tersebut sebagai salah satu dasar pengambilan keputusan untuk meningkatkan kinerja perusahaan, karena dalam kondisi persaingan pasar yang tinggi

perusahaan harus selalu waspada dan cepat tanggap akan situasi yang terjadi.

- Atkinson, Anthony. Et al. 2001. **Management Accounting**, third edition. New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Barney, Jay B. 2002. **Gaining and Sustaining Competitive Advantage**, second edition. New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Berliner, Callie and James A. Brimson. 1988. **Cost Management for Today's Advanced Manufacturing**. Boston: Harvard Business School Press.
- Hansen, Don R. and Maryanne M. Mowen. 1999. **Management Accounting**. Cincinnati: South-Western College Publishing.
- Hilton, Ronald W., M. W. Maher and Frank H. Selto. 2000. **Cost Management: Strategies for Business Decisions**. Boston: Irwin Mc Graw-Hill.
- Horngren, Charles T., George Foster, Srikant M. datar. 2002. **Cost Accounting: A Managerial Emphasis**. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Horngren, Charles T., Gary L. Sundem and William O. Stratton. 2002. **Introduction to Management Accounting**. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kotler, Philip. 2000. **Marketing Management**, the millennium edition. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Marchand, Donald A. 2000. **Competing with Information: A Manager's Guide to Creating Business Value with Information Content**. Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.
- Mia, Lokman and Brian Clarke. 1999. "Market Competition, Management Accounting Systems and Business Unit Performance". **Management Accounting Research**: Vol. 10, issue 2 (June 1999): 137-158.
- Mulyadi. 1997. **Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa**. Yogyakarta: STIE.
- Porter, Michael E. 1998. **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries**. New York: The Free Press.
- Santoso, Singgih dan Fandy Tjiptono. 2002. **Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS**. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

## DAFTAR RUJUKAN