

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Intensitas Persaingan Pasar

2.1.1.1 Pengertian Intensitas Persaingan Pasar

Intensitas ini didefinisikan sebagai tingkat kompetisi yang dihadapi oleh perusahaan. Secara spesifik, intensitas persaingan berkaitan dengan jumlah kompetitor lokal, frekuensi penggunaan teknik marketing (seperti periklanan, aktivitas harga) untuk mendapatkan *market share* dan jumlah dari kompetitor yang menggunakan teknik ini dan intensitas penggunaan teknik ini (Slater dan Nerver, dalam Winda Mugiyarti 2013). Secara tidak langsung persaingan itu sendiri sangat diperlukan dalam sebuah arena bisnis. Persaingan akan memaksa pelaku bisnis untuk selalu mengembangkan perusahaan. Dalam hal ini persaingan menentukan ketetapan aktivitas perusahaan yang dapat menyokong kinerjanya .

Homburg et al dalam Irfan Ikhsan (2003) menyatakan bahwa :

“Intensitas Persaingan Pasar merupakan salah satu faktor penting dalam mengambil keputusan strategis, dimana strategi yang diambil oleh pemilik dilakukan disamping memperhatikan aspek konsumen, juga memperhatikan persepsi dari pemilik perusahaan terhadap kondisi lingkungan yang ada maupun karakteristik perusahaan yang dikelola.”

Menurut Ismail (2012: 42) bahwa :

“Di dalam suatu industri, terjadi persaingan pasar antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Persaingan dalam satu industri menunjukkan perjuangan masing-masing perusahaan yang ada dalam satu industri untuk memperebutkan pangsa pasar maupun pangsa pelanggan.”

Saat ini perusahaan tidak hanya bertumpu pada peningkatan pangsa pasar, karena tidak semua pelanggan perusahaan merupakan pelanggan yang menguntungkan untuk dilayani (Reinartz, W. Dan kumar, V.,2002).

Menurut Hoque (2011:40) dalam Widi, dkk (2013) persaingan pasar adalah:

“Salah satu elemen kunci dari sebuah perusahaan lingkungan eksternal. Persaingan pasar tersebut dilihat dari lima sumber, yaitu persaingan untuk bahan baku, komponen dan peralatan; persaingan untuk tenaga teknis seperti insinyur, akuntan, programmer; Persaingan dalam promosi, iklan dan distribusi; Persaingan dalam kualitas dan berbagai produk; persaingan harga sesuai bisnis utama”

Perusahaan menggunakan berbagai senjata untuk dapat memenangkan persaingan dengan menggunakan harga, desain produk, pengeluaran iklan dan promosi, penggunaan tenaga penjualan, penerapan penjualan langsung, maupun dukungan layanan purna jual.

Menurut Chong dkk., 2001 dalam Hario Widodo 2012 bahwa:

“Intensitas persaingan pasar didefinisikan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat persaingan yang diukur dari jumlah pesaing utama yang beroperasi dalam pasar, frekuensi tingkat perubahan teknologi dalam industri frekuensi pengenalan produk baru, tingkat manipulasi harga, kesepakatan borongan antara pelanggan dan pesaing, perubahan regulasi dan kebijakan pemerintah, intensitas kompetisi harga, intensitas kompetisi produk, promosi produk dan saluran distribusi .

Menurut Gul (1991) dalam Hario Widodo (2012) menyatakan bahwa :

“Intensitas Persaingan Pasar merupakan salah satu faktor ketidak pastian lingkungan. Semakin intensif kompetisi pasar, organisasi akan meningkatkan diferensiasi produk, penurunan siklus hidup produk , memperkenalkan saluran baru, menghadapi peningkatan sensitivitas pasar, serta meningkatkan target produk. Perubahan tersebut menciptakan tantangan kompetitif sehingga unit bisnis akan mengadopsi strategi termasuk diferensiasi produk, pelayanan dan harga.”

Dengan demikian, intensitas persaingan pasar yang tinggi antar perusahaan dalam satu industri merupakan ancaman terhadap laba perusahaan.

2.1.1.2 Kekuatan Persaingan Pasar

Kondisi persaingan pasar dalam suatu industri bergantung pada empat kekuatan dasar. Porter (1998:5) dalam Ismail Solihin (2012) menyebutkan adanya keempat kekuatan persaingan yang akan menentukan profitabilitas perusahaan, karena kelima kekuatan tersebut akan mempengaruhi harga, biaya dan investasi yaitu sebagai berikut :

- “1. *Potential Entrants* (Pesaing Potensial)
2. *Substitutes* (Produk Substitusi)
3. *Buyer* (Pembeli)
4. *Supplier* (Pemasok)”

Menurut Zairi (1992) dalam Tri Jatmiko (2006) menyatakan bahwa terdapat berbagai cara untuk melakukan analisis persaingan dan pasar, yaitu:

1. Analisis persaingan menggunakan produk sebagai titik awal dengan cara melakukan identifikasi kekuatan, kelemahan, kapabilitas desain, dan eksploitasi teknologi
2. Analisis financial yang memberikan indikasi terhadap pesaing, alokasi sumber, hasil-hasil, dan sebagainya.
3. Kecenderungan perubahan lingkungan usaha untuk melihat isu yang lebih luas
4. Dinamika pasar untuk memahami keinginan konsumen, perilaku, daya beli dan sebagainya.

Namun demikian, analisis persaingan hanya merupakan kumpulan fakta jika informasi tersebut tidak diproses dan ditindak lanjuti. Dengan kata lain, analisis persaingan hanyalah bahan mentah yang harus di proses dan di ubah oleh manajemen menjadi kemampuan kompetitif atau informasi yang berguna bagi proses perencanaan strategi dan implementasinya.

Masalah-masalah persaingan berkembang dua atau lebih organisasi berusaha untuk mencapai tujuan-tujuan yang saling bertentangan, seperti setiap organisasi berusaha untuk meningkatkan bagian pasarnya, yang berarti kenaikan bagi organisasi yang satu merupakan penurunan bagi organisasi lain. Karena

keputusan-keputusan yang dibuat oleh suatu pesaing dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan-keputusan para pesaing lain, masalahnya menjadi bagaimana menemukan strategi dan keputusan yang akan memaksimalkan pendapatan di satu pihak dan meminimumkan pendapatan pihak lain (Hani,2012:158).

2.1.1.3 Kondisi dalam Lingkungan Persaingan Pasar

Sekelompok ahli ekonomi mulai mengembangkan suatu pendekatan untuk dapat memahami hubungan antar lingkungan perusahaan, perilaku perusahaan dan kinerja perusahaan. Tujuan awal dari pengembangan pendekatan ini adalah untuk menjelaskan berbagai kondisi yang menjadikan persaingan dalam suatu industri tidak berkembang (Barney Hesterly:2008) dalam Ismail (2012) yaitu sebagai berikut:

- “ 1. *Structure (struktur)* dalam pendekatan ini berarti struktur industry yang diukur oleh berbagai faktor seperti jumlah pesaing dalam satu industry, heterogenitas produk dalam satu industry, biaya untuk masuk dan keluar dari industry, dll
2. *Conduct*, berarti strategi yang diimplementasikan oleh suatu perusahaan dalam sebuah industry
3. *Performance* (kinerja) dalam hal ini menunjukkan dua hal yaitu kinerja perusahaan secara inndividual dan kinerja ekonomi secara keseluruhan (Barney dan Hesterly, 2008)”

Porter (1998:6) dalam Ismail Solihin (2012) mengemukakan bahwa:

“Hambatan masuk yang rendah akan mengakibatkan suatu industry mengalami penurunan profitabilitas dengan cepat karena semakin meningkatnya persaingan di antara perusahaan dalam suatu industry, sebaliknya hambatan masuk industry yang tinggi diasumsikan akan dapat mempertahankan daya tarik industry untuk jangka waktu yang panjang.”

2.1.2 Kinerja Perusahaan

2.1.2.1 Pengertian Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan dewasa ini telah menjadi sorotan publik , hal ini karena timbulnya iklim demokratis dan keterbukaan. Disamping itu, selama ini pengukuran keberhasilan maupun kegagalan dari suatu organisasi dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya sulit dilakukan secara objektif . Kesulitan ini karena belum pernah disusun sistem pengukuran kinerja yang dapat menginformasikan tingkat suatu keberhasilan suatu perusahaan.

Kinerja perusahaan adalah hal terpenting dalam perkembangan suatu perusahaan. Semakin baik kinerja perusahaan maka semakin cepat pula tumbuh dan berkembangnya suatu perusahaan.

Menurut Mulyadi (2007:337) pengertian kinerja adalah sebagai berikut :

“Kinerja adalah keberhasilan personel, tim atau unit organisasi dalam mewujudkan sasaran strategik yang telah ditetapkan sebelumnya dengan perilaku yang diharapkan.”

Bernardin dan Russel (1993) dalam Pabundu Tika (2010:121) menyatakan bahwa :

“Kinerja sebagai pencatatan hasil-hasil yang diperoleh dari fungsi-fungsi pekerjaan atau kegiatan tertentu selama kurun waktu tertentu”.

Wahyudin Zarkasyi (2008:48) menyatakan kinerja perusahaan adalah sebagai berikut :

“Sesuatu yang dihasilkan oleh organisasi dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Kinerja perusahaan hendaknya

merupakan hasil yang dapat diukur dengan menggambarkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati”.

Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan adalah tingkat pencapaian hasil yang diperoleh seseorang atau kelompok dalam organisasi atau perusahaan atas berbagai peran dan fungsi kegiatan yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam periode waktu tertentu. Kinerja perusahaan mencerminkan prestasi kerja perusahaan dalam mendapatkan laba agar aktifitas perusahaan dapat berjalan dengan lancar sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Untuk mengetahui kinerja yang dicapai maka dilakukan pengukuran kinerja dan menggambarkan kondisi sesungguhnya suatu perusahaan agar perangkat penting perusahaan seperti pemegang saham dapat mengetahui tindakan apa yang selanjutnya harus dilakukan.

2.1.2.2 Pengukuran Kinerja Perusahaan

Untuk dapat menjamin suatu perusahaan/organisasi berjalan dengan baik, maka perusahaan harus mengadakan suatu evaluasi . Evaluasi tersebut dapat dilakukan dengan cara mengukur kinerja sebagai tolakukur apakah perusahaan sudah mencapai tujuan yang akan ditargetkan sebelumnya dan mengawasi semua aktivitas secara periodik agar tidak terjadi penyimpangan. Pengukuran kinerja merupakan salah satu faktor penting dalam menjamin keberhasilan dan kesuksesan strategi perusahaan. Hasil pengukuran kinerja tersebut dijadikan oleh

pihak perusahaan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan dalam manajemen yang sedang berlangsung maupun yang akan datang.

Patdono (1998) dalam Wibowo (2009:7) menyatakan bahwa pengukuran kinerja dapat didefinisikan sebagai berikut :

“Pengukuran kinerja (*performance measurement*) adalah proses menghitung efisiensi atau efektifitas suatu kegiatan”.

Menurut Moehariono (2012:96) pengertian pengukuran kinerja (*performance measurement*) adalah sebagai berikut:

“Pengukuran kinerja (*performance measurement*) suatu proses penilaian tentang kemajuan pekerjaan terhadap tujuan dan sasaran dalam pengolahan sumber daya manusia untuk menghasilkan barang dan jasa, termasuk informasi atas efisiensi serta efektifitas tindakan dalam mencapai tujuan perusahaan”.

Dengan demikian pengertian pengukuran kinerja adalah suatu usaha formal yang dilakukan untuk mengevaluasi efisiensi dan efektivitas dari aktifitas perusahaan yang telah dilaksanakan dibandingkan dengan standar yang telah ditetapkan pada suatu periode tertentu.

2.1.2.3 Tujuan Pengukuran Kinerja Perusahaan

Pengukuran kinerja merupakan suatu hal yang paling penting dalam proses pengendalian. Menurut Atty Tri Juniarti (2012:60) tujuan pengukuran kinerja adalah sebagai berikut :

“Untuk memotivasi personel dalam mencapai sasaran organisasi dan untuk menilai kepatuhan terhadap standar yang telah ditetapkan sebelumnya, agar sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan”.

Secara umum, tujuan perusahaan mengadakan pengukuran kinerja perusahaan adalah untuk :

- “ 1. Menetapkan kontribusi masing-masing divisi atau perusahaan secara keseluruhan atau atas kontribusi dari masing-masing sub divisi dari suatu divisi (ekonomi/evaluasi segmen).
2. Memberikan dasar untuk mengevaluasi kualitas kerja masing-masing divisi (evaluasi manajerial).
3. Memotivasi para manajer divisi supaya konsisten mengoperasikan divisinya sehingga sesuai dengan tujuan pokok perusahaan (evaluasi operasi).”

2.1.2.4 Manfaat Pengukuran Kinerja Perusahaan

Pengukuran kinerja merupakan hal yang sangat penting dalam manajemen program secara keseluruhan, karena kinerja yang dapat diukur akan mendorong pencapaian kinerja tersebut. Pengukuran kinerja yang dilakukan secara berkelanjutan memberikan umpan balik (*feedback*), yang merupakan hal yang penting dalam upaya perbaikan secara terus menerus dan mencapai keberhasilan dimasa yang akan datang.

Menurut Ismail Nawawi Uha (2013:235) bahwa pengukuran kinerja sangat penting peranannya sebagai alat manajemen untuk :

- “1. Memastikan pemahaman para pelaksana akan ukuran yang digunakan untuk pencapaian kinerja.
2. Memastikan tercapainya rencana kinerja yang telah disepakati.
3. Memonitor dan mengevaluasi pelaksana kinerja dan membandingkan dengan rencana kerja serta melakukan tindakan untuk memperbaiki kinerja.

4. Memberikan penghargaan dan hukuman yang objektif atas prestasi pelaksana yang telah diukur sesuai dengan sistem pengukuran kinerja yang telah disepakati.
5. Menjadi alat komunikasi antar bawahan dan pimpinan dalam rangka upaya memperbaiki kinerja organisasi.
6. Mengidentifikasi apakah kepuasan pelanggan sudah terpenuhi.
7. Membantu memahami proses kegiatan instansi pemerintah.
8. Memastikan bahwa pengambilan keputusan dilakukan secara objektif.
9. Menunjukkan peningkatan yang perlu dilakukan.
10. Mengungkapkan permasalahan yang terjadi.”

Mulyadi (2008:417) mengemukakan bahwa manfaat kinerja perusahaan adalah sebagai berikut :

- “1.Membantu pengambilan keputusan yang berkaitan dengan penghargaan personel, seperti promosi, transfer dan pemberhentian.
- 2.Mengelola operasi organisasi secara efektif dan efisien melalui pemotivasian personel secara maksimum.
- 3.Menyediakan suatu dasar bagi distribusi penghargaan.
- 4.Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan personel dan untuk menyediakan kriteria seleksi dan evaluasi program pelatihan personel.”

Menurut Sumanth (1985) dalam Wibowo (2009:9) menyatakan bahwa manfaat dari pengukuran kinerja perusahaan adalah sebagai berikut :

- “1.Perusahaan dapat memperkirakan efisiensi dalam penggunaan sumber daya
2. Perusahaan dapat merencanakan target performansi untuk masa akan datang secara realistis berdasarkan tingkat performansi sekarang
3. Perusahaan dapat melaksanakan strategi peningkatan kinerja berdasarkan jarak antara performansi aktual dengan performansi yang diharapkan (*performance expectation*).”

2.1.2.5 Metode Pengukuran Kinerja

Terdapat beberapa metode yang dapat dilakukan untuk mengukur kinerja. Pengukuran kinerja tersebut ada yang bersifat umum dan ada pula yang bersifat khusus.

Menurut Wibowo (2009:13) bahwa sistem pengukuran kinerja terdiri dari beberapa metode yaitu :

- “1. Prosedur perencanaan dan kontrol pada proyek pembangunan US. Railroad (1860-1870).
2. Awal abad ke-20, Du Pont Firm memperkenalkan *return of investment* (ROI) dan *the pyramid of financial ratio* serta general motor mengembangkan *innovative management accounting of the time*.
3. Sejak tahun 1925, pengukuran kinerja finansial telah dikembangkan sampai sekarang, diantaranya *discount cash flow* (DCF), *residual income* (RI), *economic value added* (EVA) dan *cash flow return on investment* (CFROI).
4. Keegan et al (1989) mengembangkan *performance matriks* yang mengidentifikasi pengukuran dalam biaya dan non biaya.
5. Maskel (1989) memprakarsai penggunaan *performance measurement* berbasis *world class manufacturing* (WCM) dengan pengukuran kualitas, waktu, proses dan fleksibilitas.
6. Cross dan Linch (1988-1989) mengembangkan hubungan antara kriteria kinerja dalam piramid kinerja.
7. Dixon et.al (1990) mengenalkan *questionnaire* pengukuran kinerja.
8. Brignal et.al (1991) menerapkan konsep *non-finansial*.
9. Azzone et.al (1991) memprakarsai tentang pentingnya kriteria waktu pada penggunaan matrik.
10. Kaplan dan Norton (1992, 1993) memperkenalkan *balance scorecard* sebagai konsep baru pengukuran kinerja dengan empat pilar utama yaitu: finansial, konsumen, internal proses dan inovasi.
11. Pada tahun 2000, Chris Adam dan Andy Neely memperkenalkan suatu pengukuran kinerja yang mengedepankan pentingnya menyelaraskan aspek perusahaan (*stakeholder*) secara keseluruhan dalam suatu *framework* pengukuran yang strategis. Konsep pengukuran kinerja ini dikenal dengan istilah *Performance Prism*.”

Dari beberapa metode yang telah diuraikan di atas dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengukuran *Balance Scorecard*.

2.1.2.6 Pengertian *Balenced Scorecard*

Untuk mengetahui secara jelas mengenai balanced scorecard, dibawah ini akan diuraikan beberapa defenisi:

Mulyadi (2001:1)menyatakan bahwa:

“*Balanced Scorecard* terdiri dari dua kata: (1) kartu skor (*scorecard*) dan (2) berimbang (*balanced*). Kartu scor adalah kartu yang digunakan untuk mencatat skor hasil kinerja personal. Kata berimbang dimaksudkan untuk menunjukkan bahwa kinerja kinerja diukur secara berimbang dari dua aspek; keuangan dan nonkeuangan, jangka panjang dan jangka pendek, intern dan ekstern”.

Berdasarkan defenisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Balanced Scorecard* adalah salah satu system pengukuran kinerja. *Balenced Scorecard* menerjemahkan misi dan strategi ke dalam tujuan dan ukuran. Tujuan dan ukuran ini memandang kinerja dari empat perspektif. Yaitu keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan. Dengan adanya perspektif *Balanced Scorecard* terjadi keseimbangan antara kinerja keuangan dan nonkeuangan, keseimbangan ukuran eksternal dengan ukuran internal dan juga keseimbangan antara kinerja jangka pendek, yaitu melalui perspektif keuangan dengan faktor–faktor yaitu yang menjadi pendorong tercapai kinerja keuangan dan kompetitif jangka panjang yaitu kinerja jangka panjang yang terdiri dari tiga perspektif lainnya.

2.1.2.7 Perspektif-perspektif *Balenced Scorecard*

Kaplan dan Norton (2004:42) memperkenalkan empat perspektif yang berbeda dari suatu aktivitas perusahaan yang dapat dievaluasi oleh manajemen yaitu sebagai berikut:

- “ 1. Perspektif Keuangan
- 2. Persepsi Pelanggan

3. Perspektif Proses Bisnis Internal
4. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan.”

Penjelasan dari keempat kinerja menggunakan *Balance Scorecard* , sebagai berikut:

“ 1. Perspektif Keuangan

Pengukuran kinerja keuangan akan menunjukkan apakah pelaksanaan strategi memberikan perbaikan yang mendasar bagi keuntungan perusahaan . Perbaikan-perbaikan ini tercermin dalam sasaran-sasaran yang secara khusus berhubungan dengan keuntungan yang terukur, pertumbuhan usaha, dan nilai pemegang saham.

2. Perspektif Pelanggan

Filosofi manajemen menunjukkan pentingnya pengakuan atas *Costumer focus* dan *costumer satisfaction*. Perspektif ini merupakan *leading indicator*. Jadi, jika pelanggan tidak puas, mereka akan mencari produsen lain yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Kinerja yang buruk dalam perspektif ini akan menurunkan jumlah pelanggan di masa depan meskipun saat ini kinerja keuangan terlihat baik.

3. Perspektif proses bisnis internal

Kaplan dan Norton dalam Anwar Prabu Mangkunegara (2012:55), membagi proses bisnis internal dalam tiga hal yaitu:

- a. Proses inovasi
- b. Proses Oerasi
- c. Proses Pelayanan Purnajual.

Penjelasan dari ketiga proses yang ada dalam proses bisnis internal yaitu, sebagai berikut:

a. Proses Inovasi

Dalam proses ini unit bisnis menggali pemahaman tentang kebutuhan laten dari pelanggan dan menciptakan produk dan jasa yang mereka butuhkan. Proses inovasi dalam perusahaan biasanya dilakukan oleh bagian *Research and Development* sehingga keputusan pengeluaran suatu produk ke pasar telah memenuhi syarat-syarat pemasaran dan dapat dikomersialkan (didasarkan pada kebutuhan pasar). Aktivitas *Research and Development* ini merupakan aktivitas penting dalam menentukan kesuksesan perusahaan, terutama untuk jangka panjang.

b. Proses Operasi

Proses operasi adalah proses untuk membuat dan menyampaikan produk atau jasa. Aktivitas di dalam proses operasi terbagi dalam dua bagian, yaitu proses pembuatan produk dan proses penyampaian produk kepada pelanggan. Pengukuran kinerja yang terkait dalam proses operasi dikelompokkan pada waktu, kualitas, dan biaya.

c. Proses Pelayanan Purnajual

Proses ini merupakan jasa pelayanan pada pelanggan setelah penjualan produk/ jasa tersebut dilakukan. Aktivitas yang terjadi pada tahap ini, misalnya, penanganan dan perbaikan penanganan

atas barang rusak dan barang yang dikembalikan serta pemrosesan pembayaran pelanggaran. Perusahaan dapat mengukur apakah upayanya dalam pelayanan purnajual ini telah memenuhi harapan pelanggan dengan menggunakan tolak ukur yang bersifat kualitas, biaya, dan waktu seperti yang dilakukan dalam proses operasi. Untuk siklus waktu, perusahaan dapat menggunakan pengukuran waktu dari saat keluhan pelanggan diterima hingga keluhan tersebut diselesaikan.

4. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

Proses pembelajaran dan pertumbuhan ini bersumber dari faktor sumber daya manusia, sistem, dan prosedur organisasi. Perspektif ini adalah pelatihan karyawan dan budaya perusahaan yang berhubungan dengan perbaikan organisasi. Dalam organisasi *knowledge worker*, manusia adalah sumber utama.”

2.1.2.8 Unsur-Unsur yang terdapat dalam Kinerja Perusahaan

Menurut Ismail Nawawi (2012:182) mengemukakan bahwa unsur-unsur yang terdapat dalam kinerja perusahaan, terdiri dari:

- “1. Hasil-hasil Fungsi Pekerjaan
2. Faktor-faktor yang berpengaruh Terhadap prestasi karya pegawai, seperti kemampuan Motivasi, kecakapan, persepsi peranan, dan sebagainya.
3. Pencapaian Tujuan Organisasi
4. Periode Waktu Tertentu
5. Tidak melanggar hukum
6. Sesuai dengan moral dan etika.”

Berdasarkan hal-hal di atas, maka kinerja perusahaan memiliki banyak unsur untuk dapat melakukan penilaian/pengukuran kinerja atas semua aktivitas yang telah dilaksanakan selama berlangsungnya proses pencapaian tujuan/target yang telah ditetapkan sebelumnya ini digunakan juga sebagai standar untuk memperoleh penilaian secara objektif atas kinerja individual maupun kelompok dalam suatu perusahaan.

2.1.2.7 Faktor yang mempengaruhi pencapaian Kinerja Perusahaan

Menurut Anwar Prabu Mangkanegara (2012:18), faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian kinerja, yaitu:

1. Faktor Individu
2. Faktor Lingkungan Organisasi

Penjelasan dari kedua faktor tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Faktor Individu

Secara psikologis individu yang normal adalah individu yang memiliki integritas yang tinggi antara fungsi psikis (rohani) dan fisiknya (jasmaniah). Dengan adanya integritas yang tinggi antara fungsi psikis dan fisik, maka individu tersebut mempunyai konsentrasi diri yang baik, Konsentrasi yang baik ini merupakan modal utama individu manusia untuk mampu mengelola dan mendayagunakan potensi dirinya secara optimal dalam melaksanakan kegiatan atau aktivitas kerja sehari-hari dalam mencapai tujuan organisasi. Pada umumnya individu yang mampu bekerja dengan penuh konsentrasi apabila dia memiliki tingkat intelegensi minimal normal dengan tingkat kecerdasan emosi baik .

2. Faktor Lingkungan Organisasi

Faktor Lingkungan kerja organisasi sangat menunjang bagi individu dalam mencapai prestasi kerja. Faktor lingkungan organisasi yang dimaksud antarlain uraian jabatan yang jelas, autoritas yang memadai, target kerja yang menantang, pola komunikasi kerja efektif, hubungan kerja harmonis, iklim kerja respek dan dinamis, peluang berkarir dan fasilitas kerja yang relatif memadai.

2.1.3 Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

2.1.3.1 Pengertian Sistem

Menurut Azhar Susanto (2013:22) sistem adalah:

“kumpulan atau *group* dari subsistem/komponen apapun baik fisik atau non fisik yang saling berhubungan satu sama lain dan bekerja sama secara harmonis untuk mencapai satu tujuan tertentu.”

Pengertian sistem menurut Jogiyanto (2005:2) adalah:

“kumpulan dari elemen-elemen yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan-tujuan tertentu.”

Berdasarkan pengertian-pengertian sistem yang telah dikemukakan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sistem adalah sekumpulan komponen-komponen yang terintegrasi, saling berhubungan, dan saling bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

2.1.3.2 Pengertian Sistem Informasi

Sistem informasi menurut Laudon dalam Azhar Susanto (2013:52) adalah:

“komponen-komponen yang saling berhubungan dan bekerja sama untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan menyebarkan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan, koordinasi, pengendalian, dan untuk memberikan gambaran aktivitas di dalam perusahaan.”

Azhar Susanto (2013:52) mengemukakan pengertian sistem informasi

adalah:

“kumpulan dari sub-sub sistem baik fisik maupun non fisik yang saling berhubungan satu sama lain dan bekerja sama secara harmonis untuk mencapai satu tujuan yaitu mengolah data menjadi informasi yang berguna.”

Berdasarkan pengertian sistem informasi di atas, dapat disimpulkan bahwa sistem informasi merupakan sekumpulan komponen yang saling terintegrasi untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan menyebarkan informasi untuk pihak-pihak yang berkepentingan.

2.1.3.3 Pengertian Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Azhar Susanto (2013:72) sistem informasi akuntansi adalah:

“kumpulan (integrasi) dari sub-sub sistem/komponen baik fisik maupun non fisik yang saling berhubungan dan bekerja sama satu sama lain secara harmonis untuk mengolah data transaksi yang berkaitan dengan keuangan menjadi informasi keuangan.”

Menurut Romney dan Steinbart dalam Mardi (2011:4) pengertian sistem informasi akuntansi adalah:

“sistem informasi akuntansi adalah sumber daya dan modal dalam organisasi yang bertanggung jawab untuk persiapan informasi keuangan dan informasi yang diperoleh dari mengumpulkan dan memproses berbagai transaksi perusahaan.”

Definisi sistem informasi akuntansi menurut Bodnar & Hopwood (2010:1)

adalah sebagai berikut:

“Accounting Information System is a collection of resources, such as people, equipment, designed to transform financial and other data into information. This information is communicated to a wide variety of decision makers. AIS perform this transformation wether they are essentially manual systems or throughly computerized”.

Berdasarkan pengertian sistem informasi akuntansi di atas, dapat disimpulkan bahwa sistem informasi akuntansi merupakan suatu sistem dalam sebuah organisasi yang bertanggung jawab untuk penyiapan informasi yang diperoleh dari pengumpulan dan pengolahan data transaksi yang berguna bagi semua pemakai baik di dalam maupun di luar perusahaan.

2.1.3.4 Komponen Sistem Informasi Akuntansi

Agar informasi yang dihasilkan oleh pengolah data akuntansi benar-benar menghasilkan informasi keuangan yang berguna dan dapat dipercaya sesuai dengan tujuan sistem informasi akuntansi maka tidak lepas dari komponen-komponen yang membangun informasi.

Adapun komponen sistem informasi akuntansi yang dikemukakan oleh Azhar Susanto (2013:72) adalah sebagai berikut:

1. *“Hardware* (perangkat keras)
2. *Software* (perangkat lunak)
3. *Brainware* (manusia)
4. *Procedure* (prosedur)
5. *Database* (basis data)
6. *Communication network* (Jaringan komunikasi).”

Komponen sistem informasi akuntansi menurut Azhar Susanto (2013:72) tersebut di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Hardware* (Perangkat Keras)

Hardware merupakan peralatan fisik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan, memasukkan, merespon, menyimpan, dan mengeluarkan hasil pengolahan data dalam bentuk informasi.

Hardware terdiri dari beberapa bagian, yaitu:

a. Bagian input (*Input Device*)

Peralatan input merupakan alat-alat yang dapat digunakan untuk memasukkan data ke dalam komputer. Beberapa contoh peralatan yang dapat digunakan untuk memasukkan data yang berupa gambar, suara, video, dan penunjuk adalah *keyboard*, *mouse*, *scanner*, *touch screen*, *floppy disk*, kamera digital, dan lain sebagainya.

b. Bagian Pengolah Utama dan Memori

Bagian pengolah utama dan memori terdiri dari beberapa komponen. Adapun komponen-komponen tersebut terdiri dari *Central Processing Unit (CPU)*, memori, bus (kabel-kabel tersusun rapi), *cache memory*, dan *mother board*.

c. Bagian Output (*Output Device*)

Peralatan *output* merupakan peralatan-peralatan yang digunakan untuk mengeluarkan informasi hasil pengolahan data. Berbagai macam peralatan *output* yang bisa digunakan adalah printer, layar monitor, *head mount display*, *liquid cristal display projector*, *speaker*, dan lain sebagainya.

2. *Software* (Perangkat Lunak)

Software merupakan kumpulan program digunakan untuk menjalankan komputer. Tanpa *software* komputer tidak akan bisa melaksanakan fungsinya. *Software* dapat dibagi menjadi beberapa kelompok, yaitu:

a. Sistem Operasi (*Operating System*)

Sistem operasi berfungsi untuk mengendalikan hubungan antara komponen-komponen yang terpasang dalam suatu sistem komputer.

b. Interpreter

Interpreter merupakan *software* yang berfungsi sebagai penerjemah bahasa yang dimengerti oleh manusia ke dalam bahasa yang dimengerti komputer (bahasa mesin) perintah per perintah.

c. Kompiler (*Compiler*)

Kompiler berfungsi untuk menerjemahkan bahasa yang dipahami oleh manusia ke dalam bahasa yang dipahami oleh komputer secara langsung satu file.

3. *Brainware* (Manusia)

Brainware merupakan sumber daya yang terlibat dalam pembuatan sistem informasi, pengumpulan dan pengolahan data, pendistribusian dan pemanfaatan informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi tersebut. *Brainware* dapat dibagi menjadi beberapa kelompok, yaitu:

a. Pemilik Sistem Informasi

Pemilik sistem informasi merupakan sponsor terhadap dikembangkannya sistem informasi. Mereka biasanya di samping bertanggung jawab terhadap biaya dan waktu yang digunakan untuk pengembangan serta pemeliharaan sistem informasi, mereka juga berperan sebagai pihak penentu dalam menentukan diterima atau tidaknya sistem informasi.

b. Pemakai Sistem Informasi

Para pemakai sistem informasi merupakan orang-orang yang akan menggunakan sistem informasi yang telah dikembangkan. Para pemakai sistem informasi biasanya kurang memperhatikan biaya yang dikeluarkan dan manfaat yang diperoleh dibandingkan pemilik sistem informasi. Perhatian utama pemakan sistem informasi adalah bagaimana agar sistem informasi dapat membantu pekerjaan mereka.

4. *Procedure* (Prosedur)

Prosedur adalah rangkaian aktivitas atau kegiatan yang dilakukan secara berulang-ulang dengan cara yang sama. Prosedur berfungsi sebagai pedoman bagi suatu organisasi dalam menentukan aktivitas apa saja yang harus dilakukan dalam menjalankan suatu fungsi tertentu. Dengan adanya prosedur yang memadai maka dapat dilakukan pengendalian terhadap aktivitas perusahaan.

5. *Database* (Basis Data)

Database merupakan kumpulan data-data yang tersimpan di dalam media penyimpanan di suatu perusahaan (arti luas) atau di dalam komputer (arti sempit).

6. *Communication Network* (Jaringan Komunikasi)

Jaringan telekomunikasi merupakan kumpulan *hardware* dan *software* yang sesuai (*compatible*) yang disusun untuk mengkomunikasikan berbagai macam informasi dari satu lokasi ke lokasi lain. Adapun komponen-komponen yang membangun jaringan telekomunikasi adalah:

- a. Komputer (*host*) untuk mengolah informasi
- b. Terminal yang memantau peralatan *input/output* untuk mengirim dan menerima data.
- c. Saluran komunikasi (kabel, telepon, udara).
- d. Pengolah komunikasi (*communication processor: modem, controller, multiplexer, dan front end processor*) yang membantu mengirimkan dan menerima data.
- e. *Software* komunikasi yang mengontrol aktivitas *input, output*, dan mengelola fungsi lainnya dalam jaringan komunikasi.

2.1.3.5 Pengertian Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

Menurut Marcus Heidman (2008:42) menjelaskan pengertian sistem informasi akuntansi manajemen adalah:

“sistem informasi akuntansi manajemen adalah sistem formal yang memberikan informasi dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal untuk manajer.”

Menurut Hansen dan Mowen dalam Nindy Fristilla (2013) sistem informasi akuntansi manajemen adalah:

“suatu sistem yang menghasilkan keluaran (*output*) dengan menggunakan masukan (*input*) dalam berbagai proses yang diperlukan untuk memenuhi tujuan tertentu manajemen.”

Baldric Siregar, Bambang Suropto, et al (2013:05), mendefinisikan sistem informasi akuntansi manajemen adalah:

“sistem informasi yang mentransformasi *input* dengan menggunakan proses untuk menghasilkan *output* yang dibutuhkan untuk mendukung pengambilan keputusan.”

Berdasarkan pengertian sistem informasi akuntansi manajemen di atas, dapat disimpulkan bahwa sistem informasi akuntansi manajemen adalah suatu sistem yang dirancang untuk mengolah *input* yang berupa data keuangan dan non keuangan menjadi *output* dalam bentuk informasi bagi para manajer dalam menjalankan aktivitas manajerial.

2.1.3.6 Tujuan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

Sistem informasi akuntansi manajemen tidak terkait oleh suatu kriteria formal yang menjelaskan sifat dari masukan, proses, dan keluarannya. Kriteria tersebut fleksibel dan berdasarkan pada tujuan yang hendak dicapai manajemen. Adapun tujuan umum sistem informasi akuntansi manajemen yang dikemukakan oleh Kautsar Riza Salman dan Muhammad Farid (2016:2) adalah:

1. “Menyediakan informasi untuk penghitungan biaya jasa, produk, atau objek lainnya yang ditentukan oleh manajemen.
2. Menyediakan informasi yang dipergunakan dalam perencanaan, pengendalian, pengevaluasian, dan perbaikan berkelanjutan.
3. Menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan.”

Ketiga tujuan ini menunjukkan bahwa manajer dan pengguna lainnya perlu memiliki akses ke informasi akuntansi manajemen dan mengetahui bagaimana cara menggunakannya. Informasi akuntansi manajemen dapat membantu mereka mengidentifikasi suatu masalah, menyelesaikan masalah, dan mengevaluasi kinerja (informasi akuntansi dibutuhkan dan dipergunakan dalam semua tahap manajemen, termasuk perencanaan, dan pengambilan keputusan).

2.1.3.7 Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

Menurut Mulyadi (2001:53) secara konvensional rancangan sistem akuntansi manajemen terbatas pada informasi keuangan internal yang berorientasi historis. Dengan meningkatnya peran sistem akuntansi manajemen untuk membantu para manajer dalam pengarahan dan pemecahan masalah telah mengakibatkan perubahan sistem akuntansi manajemen untuk memasukan data eksternal dan non keuangan ke dalam informasi yang berorientasi ke masa yang akan datang. Menurut Chenhall dan Morris (1986) mengemukakan bahwa:

“ Karakteristik sistem informasi akuntansi manajemen dimana informasi yang paling bermanfaat menurut persepsi manajer adalah informasi yang memiliki karakter, yaitu :

- “1. Informasi *Broad Scope*
2. Informasi *Aggregation*
3. Informasi *Intergration*”
4. Informasi *Timelines*

Penjelasan dari karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen adalah sebagai berikut:

1. *Broadscope*

Dalam melaksanakan tugasnya manajer membutuhkan informasi dari berbagai sumber yang sifatnya luas (Robbins, 1994:8). Manajer membutuhkan informasi yang memiliki karakteristik *broadscope* yaitu informasi yang memiliki cakupan yang luas dan lengkap (*completeness*) yang biasanya meliputi aspek ekonomi (pangsa pasar, produk domestik bruto, dan total penjualan) dan aspek non-ekonomi, misalnya kemajuan teknologi, perubahan sosilogis, dan demografi (Chie,1995:814). Disamping itu, lingkup sistem akuntansi manajemen (SAM) yang luas akan memberikan estimasi tentang kemungkinan terjadinya peristiwa di masa yang akan datang didalam ukuran probabilitas.

2. Agregasi

Informasi disampaikan dalam bentuk yang lebih ringkas, tetapi tetap mencakup hal-hal penting sehingga tidak mengurangi nilai informasi itu sendiri (Bordnar,1995; Alwi 2001). Informasi yang teragregasi akan berfungsi sebagai masukan yang berguna dalam proses pengambilan keputusan, karena lebih sedikit waktu yang diperlukan untuk mengevaluasinya, sehingga meningkatkan efisiensi kerja manajemen (Chia,1995:815).

3. Integrasi

Informasi yang mencerminkan kompleksitas dan saling keterkaitan antara bagian satu dan bagian lain (Nazaruddin, 1998: 147) . Informasi yang terintegrasi berperan sebagai koordinator dalam mengendalikan pengambilan keputusan yang beraneka ragam (Chia, 1995:815). Manfaat informasi yang terintegrasi dirasakan penting saat manajer dihadapkan pada situasi dimana harus mengambil keputusan yang akan berdampak pada bagian/unit yang lain.

4. *Timeliness*

Menyatakan ketepatan waktu dalam memperoleh informasi mengenai suatu kejadian (Echols, 1996: 593). Informasi dikatakan tepat waktu apabila informasi tersebut mencerminkan kondisi terkini dan sesuai dengan kebutuhan manajer (Bordnar, 1995:399). Informasi yang tepat waktu akan membantu manajer dalam pengambilan keputusan . Jadi *timeliness* mencakup frekuensi pelaporan dan kecepatan pelaporan. (Chusing, 1994:16).

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa peneliti terdahulu mengenai Intensitas Persaingan Pasar, Kinerja perusahaan, Teknologi Informasi dan sistem akuntansi manajemen. Penelitian tersebut memiliki hasil yang berbeda dan penelitian tersebut dapat digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian ini.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

NO	Penelitian	Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Hasil Penelitian
1.	Linda christiani sudarmadji (2012)	Peranan Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Kinerja Unit Bisnis Dalam Berbagai Tingkatan Kompetisi Pasar	KinerjaUnit Bisnis, Tingkat kompetisi Pasar, Sistem Akuntansi Manajemen	Penggunaan SAM pada kinerja unit bisnis dapat mempengaruhi tingkat persaingan penjualan. Informasi <i>Benchmarking</i> dan <i>monitoring</i> dapat memberikan umpan balik pada aspek-aspek yang berbeda saham, volume

				penjualan,profitabilitas ,dan produktivitas, sehingga meningkatkan kinerja organisasi.
2.	Maya Imaniar DR Wahyu Meiranto (2009)	Peran moderasi intensitas kompetisi pasar pada penggunaan Informasi sistem akuntansi manajemen terhadap kinerja unit Bisnis dan kepuasan kerja	Informasi SAM, Kinerja unit bisnis dan kepuasan kerja , Intensitas kompetensi pasar	Penelitian ini berhasil mengkonfirmasi hasil penelitian Musmini (2003) dan memberikan bukti empiris bahwa terdapat pengaruh langsung antara intensitas kompetisi pasar terhadap kinerja unit bisnis dan kepuasan kerja. Penelitian ini tidak berhasil membuktikan bahwa semakin tinggi intensitas kompetisi pasar, maka penggunaan informasi SAM akan meningkatkan kinerja unit bisnis dan kepuasan kerja.
3.	Siti Alliyah Riskin Hidayat (2015)	Pengaruh intensitas kompetisi pasar Terhadap kinerja manajer ukm Melalui informasi sistem akuntansi manajemen	Intensitas kompetisi Pasar, Informasi SAM, Kinerja manajer UKM	Bahwa Intensitas Kompetisi Pasar (IKP) berpengaruh positif signifikan terhadap Sistem Akuntansi Manajemen (SAM). Yang berarti bahwa kompetisi/persaingan pasar yang tinggi pada perusahaan, perusahaan menggunakan banyak informasi SAM dalam memformulasi, mengimplementasi

				maupun memonitor strateginya untuk menghadapi persaingan.
4.	Noor Hamid Ustadi (2004)	Pengaruh intensitas persaingan pasar terhadap Kinerja unit perusahaan: informasi sistem akuntansi Manajemen sebagai variabel intervening	Intensitas persaingan Pasar, Informasi SAM, Kinerja Unit perusahaan	Meningkatnya persaingan pasar maka dibutuhkan penggunaan informasi SAM oleh manajer, disamping itu hasil ini juga menunjukkan bahwa dengan adanya kecukupan penggunaan informasi SAM akan meningkatkan kinerja unit perusahaan. meningkatnya penggunaan informasi SAM maka meningkat pula ketidakpastian lingkungan
5.	Winda mugiyarti (2013)	Pengaruh Penggunaan Informasi sistem akuntansi Manajemen terhadap kinerja unit bisnis dan kepuasan kerja	Informasi SAM, Kinerja Unit dan kepuasan Kerja	variabel informasi sistem akuntansi manajemen mempunyai pengaruh secara bersama- sama dan signifikan terhadap kinerja unit bisnis. variabel informasi sistem akuntansi manajemen mempunyai pengaruh secara bersama -sama dan signifikan terhadap kepuasan kerja
6.	Yulius Kurnia Susanto dan Gudono (2007)	Pengaruh Intensitas Kompetisi Pasar Terhadap	Intensitas Kompetisi Pasar, Informasi	Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa dalam kondisi intensitas

		Hubungan Antara Penggunaan Informasi Sistem Akuntansi Manajemen Dan Kinerja Unit Bisnis Dan Kepuasan Kerja	Sistem Akuntansi Manajemen, Kinerja unit dan kepuasan kerja	kompetisi pasar tinggi penggunaan informasi SAM yang <i>sophisticated</i> akan meningkatkan kinerja unit bisnis dan kepuasan kerja akan tetapi dalam kondisi intensitas kompetisi pasar rendah akan menurunkan kinerja unit bisnis dan kepuasan kerja
7.	Isma Coryanata (2011)	Penggunaan Teknologi Informasi Dan Sistem Akuntansi Manajemen Sebagai Pemoderasi Dalam Hubungan Antara Intensitas Persaingan Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan	Teknologi Informasi, Sistem Akuntansi Manajemen, Intensitas Persaingan Pasar dan Kinerja perusahaan	semakin tingginya persaingan pasar, maka kinerja perusahaan juga akan semakin tinggi nantinya. intensitas persaingan pasar jika dipengaruhi dengan adanya penggunaan system akuntansi manajemen dan penggunaan teknologi informasi terhadap kinerja perusahaan. penggunaan system akuntansi manajemen dan penggunaan teknologi informasi yang disebut dengan variable moderating, semuanya ikut mempengaruhi hubungan antara intensitas persaingan pasar dengan kinerja perusahaan secara signifikan
8.	Desmiyawati Nur Azlina(2013)	Hubungan Strategi, Ketidakpastian lingkungan, dan kinerja, informasi broadscope sistem akuntansi	Strategi, Ketidakpastian Lingkungan, Kinerja, Informasi Broadscope.	•Karakteristik informasi SAM <i>broad scope</i> akan lebih meningkatkan kinerja pada kondisi ketidakpastian lingkungan tinggi daripada ketidakpastian

		manajemen sebagai variabel intervening		lingkungan rendah
--	--	--	--	-------------------

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Intensitas Persaingan Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan

Dalam rangka mempertahankan keunggulan bersaing, sebuah organisasi perlu menyesuaikan diri dengan cepat terhadap lingkungan pasar. Jika suatu entitas dihadapkan pada persaingan pasar yang kompetitif, namun gagal mengadopsi dan mengimplementasikan strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan tersebut, maka berdampak pada kinerja yang memburuk.

Maya Imaniar DR (2009) menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara intensitas kompetisi pasar terhadap kinerja unit bisnis. karena berdasarkan Implikasi memberikan gambaran tentang kondisi persaingan pasar yang kompetitif, hendaknya ditangkap sebagai peluang untuk meningkatkan kinerja unit bisnis.”

Menurut Yulius Kurnia Susanto (2014) bahwa:

“ Kondisi intensitas kompetisi pasar tinggi akan meningkatkan kinerja perusahaan. Semakin intensif kompetisi pasar, organisasi akan meningkatkan differensiasi produk, penurunan siklus hidup produk, memperkenalkan saluran baru, menghadapi peningkatan sensitivitas pasar, serta meningkatkan target produk (Rolfe, 1992). Implikasi penelitian ini adalah bahwa perancang organisasi perlu mempertimbangkan kondisi ketidak pastian (seperti intensitas kompetisi pasar) dalam rangka mempermudah pengambilan keputusan dan mengevaluasi aktivitas managerial yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja managerial, kepuasan kerja, dan kinerja unit bisnis. “

Menurut Isma Coryanata (2011) bahwa:

“Persaingan suatu perusahaan harusnya berorientasi pada pasar dalam pengertian seharusnya menemukan keinginan *customers* dan menciptakan

nilai *superior customer* untuk kepuasan mereka. Mereka juga mengatakan bahwa suatu organisasi seharusnya *carefully* mengukur keuntungan dan biaya yang diharapkan serta mengejar keuntungan terhadap peningkatan orientasi strategi pasar, peningkatan orientasi pasar mungkin akan menghalangi kinerja.”

2.2.2 Pengaruh Intensitas Persaingan Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan dengan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen sebagai Pemoderasi

Salah satu alat yang digunakan manajemen untuk membantu menghadapi persaingan pasar adalah Sistem informasi Akuntansi Manajemen yang merupakan fasilitas fungsi pendukung yang menghasilkan informasi yang relevan dan tepat waktu untuk perencanaan, pengendalian, pembuatan keputusan dan evaluasi kinerja Informasi ini memungkinkan manajemen untuk mengimplementasikan strategi dan melakukan aktivitas operasional yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi secara keseluruhan. Sistem informasi Akuntansi Manajemen membantu perusahaan untuk menghadapi tantangan pasar kompetitif yang berfokus pada peningkatan nilai tambah perusahaan agar melebihi kompetitornya. Kesesuaian antara Sistem informasi Akuntansi Manajemen dengan kebutuhan pembuat keputusan akan meningkatkan kualitas keputusan yang akan diambil dan pada akhirnya akan meningkatkan kinerja unit bisnis. Penggunaan Sistem informasi Akuntansi Manajemen dapat membantu perusahaan untuk mengimplementasikan rencanarencana mereka dalam merespon lingkungan bersaingnya.

Menurut winda mugiyarti (2013) menyatakan bahwa :

“Sistem Informasi Akuntansi Manajemen membantu perusahaan menghadapi tantangan pasar kompetitif yang berfokus pada peningkatan nilai tambah

perusahaan agar melebihi kompetitornya. Kesesuain antara Sistem informasi Akuntansi Manajemen dengan kebutuhan pembuat keputusan akan meningkatkan kualitas keputusan yang akan diambil dan pada akhirnya akan meningkatkan kinerja unit bisnis.

Menurut Yulius dan Gudono (2007) menemukan bahwa

“SAM merupakan sistem informasi yang mengumpulkan data keuangan dan nonkeuangan yang kemudian data tersebut diproses, disimpan dan dilaporkan kepada manager untuk dasar pengambilan keputusan. Manager menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen untuk pengambilan keputusan tentang *product pricing*, *forecasting* permintaan pasar, *market planning*, pembelian bahan baku, *product palanning* dan peningkatan infrastruktur organisasi.

Menurut Gul, 1991; dalam Susanto dan Gudono, 2007 bahwa :

“ Kondisi intensitas kompetisi pasar yang tinggi bila banyak persaingan penjualan sehingga tidak dapat memperoleh laba terlalu tinggi karena mereka saling bersaing untuk menarik pelanggan dengan harga yang lebih rendah, tetapi tetap mendapatkan keuntungan. Dampaknya bagi perusahaan kurang maksimal keuntungan yang didapat dalam menjalankan kinerja unit bisnis, sehingga mengalami penurunan laba. Sebaliknya, kondisi intensitas kompetisi pasar yang rendah bila kurangnya persaingan penjualan, dampaknya bagi perusahaan akan meningkatkan pemasukan yang diterima. Dalam kondisi intensitas kompetisi pasar yang tinggi, manajer memerlukan informasi SAM yang *sophisticated* untuk membuat keputusan yang lebih tepat sehingga meningkatkan kinerja unit bisnis. Sementara itu, untuk menghadapi intensitas kompetisi pasar yang rendah, informasi akuntansi tradisional atau informasi SAM yang *less sophisticated* lebih tepat digunakan oleh manajer untuk pengambilan keputusan. Apabila manajer menggunakan informasi SAM yang *sophisticated* untuk menghadapi kondisi intensitas kompetisi pasar yang rendah, maka kinerja unit bisnis menurun. Hal tersebut disebabkan oleh informasi SAM yang digunakan terlalu berlebihan

Maka berdasarkan hal-hal yang telah dikemukakan, model paradigma penelitian mengenai penelitian yang akan dilakukan dapat dijelaskan dalam gambar 2.2 berikut ini:

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

2.2 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka penulis mengambil hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Pengaruh Intensitas Persaingan Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan

H₂ : Pengaruh Intensitas Persaingan Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen Sebagai Pemoderasi