

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

2.1.1.1 Pengertian Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

Menurut Hansiadi (2002) Sistem informasi akuntansi manajemen adalah :

“Suatu mekanisme pengendalian organisasi, serta merupakan alat yang efektif dalam menyediakan informasi yang bermanfaat guna memprediksi konsekuensi yang mungkin terjadi dari aktivitas yang dilakukan”.

Menurut Hansen dan Mowen (2006:4) mendefinisikan Sistem Informasi

Akuntansi Manajemen adalah sebagai berikut:

“Sistem informasi akuntansi manajemen sebagai sistem informasi yang menghasilkan output dengan menggunakan input dan berbagai proses yang diperlukan untuk memenuhi tujuan manajemen”.

Chia (1995) juga menjelaskan sistem informasi akuntansi manajemen merupakan:

“Suatu mekanisme pengawasan organisasi yang dapat memudahkan pengawasan dengan cara membuat laporan dan menciptakan tindakan-tindakan yang nyata terhadap penilaian kinerja dalam organisasi”.

Chia (1995) dalam Ritonga dan Zainuddin (2002) sistem informasi akuntansi manajemen adalah:

“Suatu mekanisme pengawasan organisasi yang dapat memudahkan pengawasan dengan cara membuat laporan dan menciptakan tindakan-tindakan yang nyata terhadap penilaian kinerja dari setiap komponen-komponen dalam organisasi”.

Menurut Bouwwens dan Sbernethy (2000) dalam Evi (2004) menyatakan bahwa:

“Sistem informasi akuntansi manajemen (SIAM) adalah sistem formal yang dirancang untuk menyediakan informasi bagi manajer” Sistem informasi akuntansi manajemen merupakan suatu control organisasi serta merupakan sistem yang efektif dalam menyediakan informasi yang bermanfaat guna memprediksi konsekuensi yang mungkin terjadi dari berbagai aktivitas yang bisa dilakukan (Hong, 1996 dalam Evi, 2004). “

Atkinson (1995) dalam Evi (2004) menjelaskan system informasi akuntansi manajemen (SIAM) adalah:

“Sistem informasi yang mengumpulkan data operasional dan finansial, memprosesnya, menyimpannya, dan melaporkan kepada pengguna”. Salah satu produk yang dihasilkan oleh sistem informasi akuntansi manajemen adalah informasi akuntansi manajemen seperti pengeluaran yang terjadi dalam departemen operasional, perhitungan biaya produksi, jasa, dan aktivitas.

Supriyono (2001:72) menjelaskan:

“Sistem informasi akuntansi manajemen merupakan suatu perangkat manusia dan sumber-sumber modal dalam suatu organisasi yang bertanggungjawab untuk menghasilkan dan menyebarkan informasi yang dipertimbangkan relevan di dalam pembuatan keputusan”.

Dengan demikian sistem informasi akuntansi manajemen dapat membantu perusahaan dalam menghadapi tantangan yang dihasilkan pesaing dalam menghasilkan nilai tambah yang lebih besar dibandingkan pesaingnya, sehingga dengan demikian tujuan utama perusahaan dapat dicapai dengan efektif dan efisien. Sistem informasi akuntansi manajemen (SIAM) merupakan sumber informasi utama yang digunakan

dalam pengambilan keputusan, peningkatan dan pengendalian organisasi. Pemanfaatan sistem informasi akuntansi manajemen yang efektif dapat menciptakan nilai yang dapat dipertimbangkan oleh organisasi saat ini dengan memberikan informasi yang tepat waktu dan akurat tentang aktivitas yang dapat menunjang keberhasilan suatu organisasi.

2.1.1.2 Fungsi Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

Mulyadi (2001) menyatakan bahwa informasi akuntansi manajemen diperlukan oleh manajemen untuk melaksanakan dua fungsi pokok manajemen perencanaan dan pengendalian aktivitas perusahaan. Informasi akuntansi manajemen ini dihasilkan oleh sistem pengolahan informasi keuangan yang disebut akuntansi manajemen. Informasi akuntansi manajemen dibutuhkan oleh manajemen dalam berbagai jenjang organisasi untuk menyusun rencana aktivitas perusahaan di masa yang akan datang.

Menurut Atkinson et al (2001:57) terdapat empat fungsi informasi akuntansi manajemen dalam membantu para manajer menjalankan fungsi-fungsi operasionalnya, yaitu:

Tabel 2.1
Function of management accounting information

No	Function	Uraian
1	Operational Control	Provide feedback information about the efficiency and quality of tasks performed
2	Produk and Customer Costing	Measure the costs of resources used to produce a product or service and market and deliver the product or service to customers.
3	Managemen Control	Provide information about the performance of managers and operating units.
4	Strtegic Unit	Provide information about the enterprise's financial and long run competitive performance, market conditions, customer preferences, and technological innovations.

Sumber: Atkinson et al (2001:57)

Selain beberapa pendapat para ahli di atas Hansen dan Mowen (2009) mengatakan bahwa sistem informasi akuntansi manajemen memiliki tujuan untuk menyediakan informasi yang digunakan dalam perhitungan biaya jasa, produk dan tujuan lain yang diinginkan manajemen untuk menyediakan informasi yang digunakan dalam perencanaan, pengendalian, pengevaluasian dan untuk menyediakan informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan. Hal tersebut sesuai dengan fungsi akuntansi manajemen.

2.1.1.3 Model Operasional Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

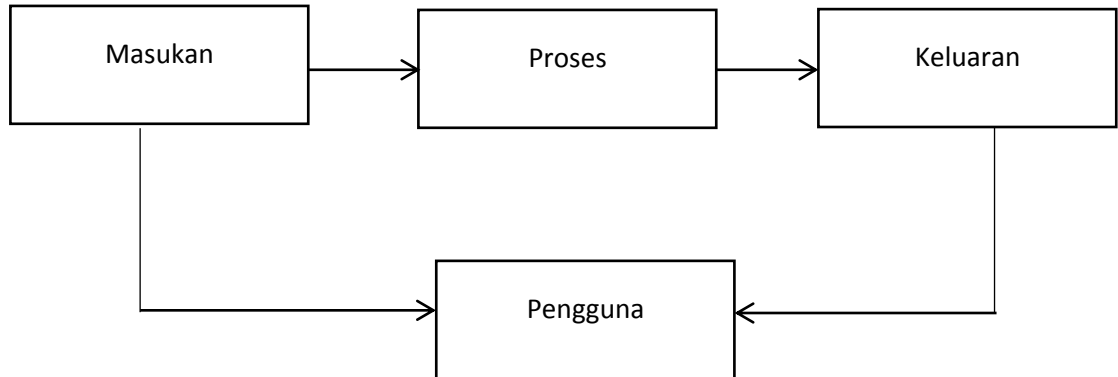
Pengertian sistem informasi akuntansi manajemen yang sebelumnya telah dijelaskan, dikatakan bahwa sistem informasi akuntansi manajemen merupakan sistem informasi yang menghasilkan suatu output dengan menggunakan input dan berbagai proses yang diperlukan dalam memenuhi tujuan manajemen. Output yang dihasilkan merupakan hasil pemrosesan dari masukan-masukan.

Hansen dan Mowen (1999) dalam Dewi Fitriyani dan Deny Arnos Kwary (2004:4) mengemukakan pengertian proses sebagai berikut:

“Proses adalah inti dari suatu sistem informasi akuntansi manajemen dan dipergunakan untuk mengubah masukan menjadi keluaran yang memenuhi tujuan suatu sistem. Proses dapat dideskripsikan melalui berbagai kegiatan seperti pengumpulan, pengukuran, penyimpanan, analisis, pelaporan dan pengelolaan informasi. Keluaran mencakup laporan khusus, harga pokok produk, biaya pelanggan, anggaran, laporan kinerja dan komunikasi personal.”

Model operasional sistem informasi akuntansi manajemen diilustrasikan pada gambar di bawah ini:

	Pengumpulan	Laporan Khusus
	Pengukuran	Harga Pokok Produk
Peristiwa ekonomi	Penyimpanan Analisis	Anggaran Laporan Kinerja



Gambar 2.1

Operational model: management accounting information system

(Sumber: Hansen dan Mowen (1999) dalam Dewi Fitriyani dan Deny Arnos

Kwary (2004:4))

Model operasional di atas menjelaskan bahwa sistem informasi akuntansi manajemen tidak terikat oleh kriteria formal yang menjelaskan sifat dari masukan atau proses bahkan keluaran yang dihasilkan. Kriteria tersebut lebih bersifat fleksibel dan berdasarkan tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan melalui upaya dan kinerja manajernya (Hansen dan Mowen, 1999).

2.1.1.4 Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

“Menurut Mulyadi (1997) secara konvensional rancangan sistem informasi akuntansi manajemen terbatas pada informasi keuangan internal yang berorientasi historis. Tetapi, meningkatnya peran sistem informasi akuntansi manajemen untuk membantu manajer dalam pengarahannya dan

pemecahan masalah telah mengakibatkan perubahan system informasi akuntansi manajemen untuk memasukkan data eksternal dan non keuangan kepada informasi yang berorientasi pada masa yang akan datang.”

Aspek pengendalian suatu organisasi yang penting adalah koordinasi berbagai segmen dalam sub-sub organisasi. Karakteristik sistem informasi akuntansi manajemen yang membantu koordinasi mencakup spesifikasi target yang menunjukkan pengaruh interaksi segmen dan informasi mengenai pengaruh keputusan pada operasi seluruh subunit organisasi.

Menurut persepsi manajer informasi yang paling bermanfaat adalah informasi yang memiliki karakteristik berdasarkan penelitian Chenhall dan Morris (1986) yaitu broadscope, timeliness, aggregation, dan integration. Berikut uraian masing-masing karakteristik sistem informasi akuntansi manajemen :

1. Informasi Broadscope

Gordon dan Narayan (1984) dalam Nazarudin dan Fajry (2005) menyatakan sistem informasi akuntansi manajemen dengan lingkup yang luas mampu memberikan informasi yang bersifat internal maupun eksternal organisasi. Dalam melaksanakan tugasnya manajer membutuhkan informasi dari berbagai sumber yang sifatnya luas (Robbins, 1994:8, dalam Juniarti dan Evelyne, 2003).

Dengan demikian manajer membutuhkan informasi yang memiliki cakupan luas dan lengkap yang meliputi aspek ekonomi seperti Gross National Product, total penjualan pasar, dan pangsa pasar suatu industri serta bersifat nonekonomi seperti faktor demografi, perkembangan teknologi, perubahan sosiologis, dan aspek lingkungan (Chia, 1995 dalam Juniarti dan Evelyne, 2003). Lingkup sistem

informasi akuntansi manajemen yang luas mampu memberikan estimasi tentang kemungkinan terjadinya peristiwa di masa yang akan datang (Laksamana dan Muslichah, 2002).

2. Informasi Timelines

Karakteristik Timelines (ketepatan waktu) yang dikonsepsikan dalam penelitian ini memiliki dua subdimensi yaitu frekuensi pelaporan dan kecepatan membuat laporan. Frekuensi diartikan dengan seberapa sering informasi disediakan untuk para manajer, sedangkan kecepatan diartikan sebagai tenggang waktu antara kebutuhan akan informasi dengan tersedianya informasi (Ritongga dan Zainudin, 2002). Informasi dikatakan tepat waktu apabila informasi tersebut mencerminkan kondisi terkini dan sesuai dengan kebutuhan manajer (Bodnar, 1995:399 dalam Juniarti dan Evelyne, 2003).

“Chia (1995) dalam Laksamana dan Muslichah (2002) menyatakan bahwa timing informasi menunjuk pada jarak waktu antara permintaan dan tersedianya informasi dari sistem informasi akuntansi manajemen ke pihak yang membutuhkan.”

“Menurut Prasetyo (2002) informasi yang bersifat timelines adalah informasi yang tersedia ketika dibutuhkan dan sering dilaporkan secara sistematis. Kemampuan para manajer untuk merespon secara cepat terhadap suatu peristiwa dipengaruhi oleh timelines dari sistem informasi akuntansi manajemen.”

“Muslichah (2002) dalam Ekawati (2003) berpendapat bahwa informasi yang timelines akan meningkatkan fasilitas sistem informasi akuntansi manajemen untuk melaporkan peristiwa paling akhir dan untuk memberikan umpan balik secara tepat terhadap keputusan yang telah dibuat. Informasi yang tepat waktu akan membantu manajer dalam pengambilan keputusan (Chusing, 1994:16 dalam Juniarti dan Evelyne, 2003).”

3. Informasi Aggregation (agregasi)

Informasi aggregation merupakan ringkasan informasi menurut fungsi, periode waktu, dan model keputusan (Ritonga dan Zainudin, 2002). Agregasi menunjukkan proses pengurangan volume data. Agregasi diperlukan agar dapat mengurangi atau menghemat biaya dalam penyediaan informasi akuntansi (Ekawati, 2003). Informasi yang disampaikan agregasi berbentuk lebih ringkas, tetapi tetap mencakup hal-hal penting sehingga tidak mengurangi nilai tambah informasi itu sendiri (Bordnar, 1995: Alwi, 2001 dalam Juniarti dan Evelyne, 2003). Informasi yang teragregasi dengan tepat akan memberikan masukan penting dalam proses pengambilan keputusan karena waktu yang dibutuhkan untuk mengevaluasi informasi lebih sedikit dibandingkan dengan informasi yang tidak terorganisir atau informasi yang masih mentah (Nazaruddin, 1998). Bagi organisasi desentralisasi, para manajer membutuhkan informasi yang berkaitan dengan area atau unit yang menjadi tanggung jawab mereka.

Kebutuhan informasi dapat mencerminkan area pertanggung-jawaban yang diperoleh dari informasi teragregasi (Hongren, 1982; Chenhall dan Morris, 1986 dalam Nazaruddin, 1998). Dengan adanya informasi yang akurat mengenai area tanggung jawab fungsional para manajer, maka akan mengurangi kemungkinan terjadinya konflik (Chenhall dan Morris, 1986 dalam Nazaruddin, 1998).

Dengan adanya informasi agregasi akan menyebabkan manajer lebih cepat merespon setiap permasalahan yang ada dalam daerah pertanggung-

jawabannya dan akan lebih meningkatkan tanggung jawab mereka. Informasi ini juga bermanfaat bila digunakan untuk mengevaluasi kinerja.

4. Informasi Integration (integrasi)

Informasi integrasi adalah informasi yang mencerminkan adanya koordinasi antara segmen yang satu dengan segmen yang lain (Prasetyo, 2002). Informasi yang mencerminkan kompleksitas dan saling keterkaitan antara bagian yang satu dengan bagian yang lain (Nazaruddin, 1998). Sistem informasi integrasi mencakup aspek seperti ketentuan target atau aktivitas yang dihitung dari proses interaksi antara subunit satu dengan subunit lainnya akan tercerminkan dalam informasi integrasi (Nazaruddin, 1998).

“Menurut Gordon (2001) dalam Ekawati (2003) informasi integrasi bermanfaat untuk melakukan pengambilan keputusan yang mungkin akan berpengaruh pada bagian lainnya. Oleh karena itu, informasi integrasi akan berperan dalam mengkoordinasikan kebijakan dalam perusahaan agar terjadi keselarasan dalam mencapai tujuan utama perusahaan. Adanya informasi integrasi akan mengakibatkan para manajer untuk mempertimbangkan unsur integrasi didalam melakukan evaluasi kerja (Ansari, 1979 dalam Justriana, 2007).”

Informasi yang terintegrasi berperan sebagai koordinator dalam mengendalikan pengambilan keputusan yang beraneka ragam (Chia, 1995 dalam Juniarti dan Evelyne, 2003). Manfaat informasi yang terintegrasi dirasakan penting saat manajer dihadapkan pada situasi dimana harus mengambil keputusan akan berdampak pada bagian/unit yang lain.

Peran utama dari informasi akuntansi manajemen adalah menyediakan informasi yang memudahkan proses pengambilan keputusan (Angraini, 2003). Informasi akuntansi manajemen sebagai salah satu produk

sistem informasi akuntansi manajemen berperan dalam membantu memprediksi konsekuensi yang mungkin terjadi atas berbagai alternatif tindakan yang dapat dilakukan pada berbagai aktivitas seperti perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan (Nazaruddi, 1998).

“Mia dan Clark (1999) dalam Faisal (2007) menyatakan bahwa penggunaan sistem informasi akuntansi manajemen dapat membantu manajer dan organisasi untuk mengadopsi dan mengimplementasikan rencana-rencana mereka dalam merespon untuk lingkungan persaingan.”

2.1.2 Inovasi

2.1.2.1 Pengertian Inovasi

Inovasi adalah suatu alat, hal, atau gagasan yang baru dimana hal tersebut belum pernah ada sebelumnya, dimana dengan terciptanya hal baru tersebut diharapkan dapat menjadi sesuatu yang menarik dan berguna. Seseorang yang selalu berinovasi maka dapat dikatakan seorang yang inovatif, orang yang melakukan inovasi disebut inovator.

Dalam era globalisasi ini seorang wirausahawan dituntut agar bisa terus berinovasi, menghadirkan hal yang baru, yang unik, yang lebih efisien, dan lebih baik dari produk dan jasa sebelumnya, seorang wirausahawan yang dapat terus melakukan inovasi dalam usahanya maka dapat mempertahankan usahanya hingga dalam umur yang panjang.

Bisa dibayangkan apabila seorang wirausahawan tidak pernah berinovasi dalam produknya tentu masyarakat akan merasa bosan, karena tidak adanya pembaharuan. Selain itu juga persaingan didunia bisnis saat ini sangat ketat, dimulai pesaingan dalam harga, kualitas, dan hal terpenting adalah produknya sendiri (harus ada sesuatu yang baru) bila wirausahawan tidak mampu mempertahankan eksistensi produknya sudah jelas akan tergeser oleh pesaing yang dapat terus berinovasi dalam produknya dan itu dapat mengambil alih perhatian konsumen, jika perhatian konsumen beralih dapat dipastikan produk kita tidak dikonsumsi seperti biasanya dan menjadikan pendapatan perusahaan menurun.

Sesuatu hal yang inovatif bukan hanya melahirkan sesuatu yang baru namun haruslah bermanfaat bagi sang inovator atau orang lain juga, artinya sesuatu yang inovatif tersebut dapat berguna bagi inovator contohnya dapat lebih menghemat, lebih efisien dalam pembuatan produk, dapat menghasilkan keuntungan yang banyak, dan bermanfaat bagi orang lain artinya produk yang berinovasi seharusnya lebih baik lagi dan lebih bermanfaat lagi misalnya bila sebelumnya produk yang dijual kemasannya besar dan berat, produsen berusaha berinovasi membuat kemasan yang ringan dan mudah dibawa-bawa tentunya ini menciptakan sesuatu yang baru dan bermanfaat.

Inovator juga harus bisa berani ambil resiko didalam setiap jalan yang ia ambil, seorang wirausahawan harus bisa memiliki sikap tenang dikala menghadapi kondisi yang sulit sekalipun, seorang wirausahawan yang bisa berinovasi akan

tenang menghadapi situasi apapun karena ia akan terus menciptakan sesuatu yang baru dengan kreasinya, memindahkan sesuatu yang kurang produktif menjadi sumber daya yang produktif sehingga dapat memberikan keuntungan, nilai ekonomis dan yang terpenting manfaat bagi wirausahawan dan orang lain.

Pengertian Inovasi menurut UU No. 18 tahun 2002, Inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan/atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi. Sedangkan menurut para ahli Inovasi adalah sebagai berikut :

“Everett M. Rogers (1983) Mendefinisikan bahwa inovasi adalah suatu ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi.”

“Inovasi adalah ciptaan-ciptaan baru (dalam bentuk materi ataupun intangible) yang memiliki nilai ekonomi yang berarti (signifikan), yang umumnya dilakukan oleh perusahaan atau kadang-kadang oleh para individu (Edquist, 2001, 1999).”

“(Rosenfeld, 2002) Inovasi merupakan eksploitasi yang berhasil dari suatu gagasan baru (the successful exploitation of a new idea; Mitra, 2001 dan the British Council, 2000), atau dengan kata lain merupakan mobilisasi pengetahuan, keterampilan teknologis dan pengalaman untuk menciptakan produk, proses dan jasa baru. Inovasi merupakan fungsi utama dalam proses kewirausahaan.”

“F. Drucker di dalam bukunya Innovation and Entrepreneurship mengatakan inovasi memiliki fungsi yang khas bagi wirausahawan. Dengan inovasi wirausahawan menciptakan baik sumber daya produksi baru maupun pengolahan sumber daya yang ada dengan peningkatan nilai potensi untuk menciptakan modal (Peter F. Drucker, innovation and entrepreneurship).”

“Stephen Robbins (1994), Mendefinisikan, inovasi sebagai suatu gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki suatu produk atau proses dan jasa.”

“Hurley and Hult (1998: 45) mendefinisikan inovasi sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru, dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan pelanggan.”

Dalam berinovasi Robins memfokuskan pada tiga hal utama diantaranya yang pertama gagasan baru yaitu suatu olah pikir dalam mengamati suatu fenomena yang sedang terjadi, termasuk dalam bidang pendidikan, gagasan baru ini dapat berupa penemuan dari suatu gagasan pemikiran, Ide, sistem sampai pada kemungkinan gagasan yang mengkristal. Kedua produk dan jasa yaitu hasil langkah lanjutan dari adanya gagasan baru yang ditindak lanjuti dengan berbagai aktivitas, kajian, penelitian dan percobaan sehingga melahirkan konsep yang lebih konkret dalam bentuk produk dan jasa yang siap dikembangkan dan dimplementasikan termasuk hasil inovasi dibidang pendidikan. Dan yang terakhir upaya perbaikan yaitu usaha sistematis untuk melakukan penyempurnaan dan melakukan perbaikan (improvement) yang terus menerus sehingga buah inovasi itu dapat dirasakan manfaatnya. Sementara itu dalam Inovasi menurut Stephen Robbins (1994) mempunyai 4 (empat) ciri yaitu :

1. Memiliki kekhasan / khusus artinya suatu inovasi memiliki ciri yang khas dalam arti ide, program, tatanan, sistem, termasuk kemungkinan hasil yang diharapkan.

2. Memiliki ciri atau unsur kebaruan, dalam arti suatu inovasi harus memiliki karakteristik sebagai sebuah karya dan buah pemikiran yang memiliki kadar orsinalitas dan kebaruan
3. Program inovasi dilaksanakan melalui program yang terencana, dalam arti bahwa suatu inovasi dilakukan melalui suatu proses yang yang tidak tergesa-gesa, namun kegiatan inovasi dipersiapkan secara matang dengan program yang jelas dan direncanakan terlebih dahulu.
4. Inovasi yang digulirkan memiliki tujuan, program inovasi yang dilakukan harus memiliki arah yang ingin dicapai, termasuk arah dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

Menurut Rully Mujahid (2019) Sifat Perubahan Dalam Inovasi Ada 6

Kelompok Yaitu :

1. Penggantian (substitution) berinovasi pada suatu hal dimana mengalami pergantian yang jelas, misalnya : pergantian jenis aliran musik, bentuk suatu barang atau alat-alat, sistem pembayaran dan lain-lain.
2. Perubahan (alternation) inovasi yang melahirkan suatu perubahan baik pada bentuk, rasa, dan hal lainnya. Misalnya : Mengubah tugas mahasiswa yang tadinya hanya menuntut ilmu dibangku kuliah menjadi dituntut aktif dalam organisasi, memimpin suatu kegiatan seminar, mempromosikan fakultasnya, mewakili kampus kedalam lomba olimpiade dan lain-lain.
3. Penambahan (addition) inovasi yang dilakukan pada produk atau jasa hanya berupa penambahan saja tidak semua dirubah Misalnya : Adanya penambahan syarat untuk bisa dapat meraih beasiswa, adanya penambahan bonus atau hadiah pada suatu pembelian produk dan lain-lain.
4. Penyusunan kembali (restructturing) inovasi yang berupaya menyusun kembali suatu hal menjadi lebih efisien dan lebih baik lagi. Misalnya : Upaya menyusun kembali susunan tata letak meja karyawan, tata letak gedung fakultas, peralatan, menyusun kembali komposisi serta ukuran dan daya tampung kelas, menyusun kembali urutan mata-mata pelajaran/keseluruhan sistem pengajaran, sistem kepegangatan, sistem pembinaan karier baik untuk tenaga edukatif maupun tenaga administratif, teknisi, dalam upaya perkembangan keseluruhan sumber daya manusia dalam sistem pendidikan dan lain-lain.
5. Penghapusan (elimination) Inovasi yang melakukan penghapusan dalam berinovasi, menghilangkan suatu unsure dari produk maupun jasa. Misalnya : menghapus beberapa peraturan yang berlaku, menghapus beberapa syarat yang berlaku dalam kelulusan dan lain-lain.
6. Penguatan (reinforcement) inovasi yang berupaya untuk manambah penguatan dalam produk dan jasanya, agar lebih matang lagi. Misalnya : Upaya peningkatan

atau pemantapan kemampuan tenaga dan fasilitas sehingga berfungsi secara optimal dalam permudahan tercapainya tujuan pendidikan secara efektif dan efisien, penguatan wirausahawaan muda untuk menghadapi MEA dan lain-lain.

2.1.2.2 Tujuan Inovasi

Coyne (dalam Zulfa Nurdin, 2016:51) mengatakan bahwa:

“inovasi dilakukan dengan tujuan menurunkan tingkat biaya, meningkatkan efisiensi, menyampaikan kualitas yang baik pada harga yang sesuai, kemungkinan memperoleh profit dan pertumbuhan. Inovasi merupakan upaya mempertahankan keberadaan organisasi dalam lingkungan. Adanya inovasi organisasi ini diharapkan dapat menanggapi kompleksitas lingkungan terutama dalam persaingan yang ketat dan menciptakan sumber-sumber bagi keunggulan bersaing. Hal tersebut dapat dicapai melalui 1) pengenalan teknologi baru, 2) aplikasi baru dalam produk dan pelayanan, 3) penyumbangan pasar baru, 4) pengenalan bentuk baru organisasi.”

Buffa, Butler, Miller (dalam Zulfa Nurdin, 2016:47) menyatakan bahwa:

“inovasi organisasi merupakan komponen krusial yang perlu ditingkatkan, Ashoff dan Teece dalam Lengenick-Hall inovasi komponen strategis dibanyak perusahaan untuk menanggapi kecepatan perubahan teknologi yang tidak dapat diprediksi, dan dilatar belakangi oleh ketergantungan badan teknologi yang berpengalaman tinggi dan perusahaan yang cepat tanggap dalam hal bentuk produk dan tata cara penyampaian produk. Strategi global tergantung pada kecepatan akselerasi inovasi yang diterjemahkan dalam kerjasama komersial yang menguntungkan.”

2.1.2.3 Karakteristik Inovasi

Inovasi bukan hanya menciptakan sesuatu yang baru, namun juga memiliki karakteristik tertentu sehingga suatu produk layanan atau proses merupakan dapat dikatakan sebagai inovasi. Lalu apakah karakteristik inovasi? Rogers (1983:14-16) mengemukakan lima karakteristik inovasi:

1. Keunggulan relative (*relative advantage*)
Keunggulan relative adalah derajat di mana suatu inovasi dianggap lebih baik/unggul dari yang pernah ada. Hal ini dapat diukur dari beberapa segi, seperti ekonomi, prestise sosial, kenyamanan, dan kepuasan.
2. Kompatibilitas (*compatibility*)
Kompatibilitas adalah derajat di mana inovasi tersebut dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan pengadopsi. Sebagai contoh, jika suatu inovasi atau ide baru tertentu tidak sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku, inovasi itu tidak dapat diadopsi dengan mudah.
3. Kerumitan (*complexity*)
Kerumitan adalah derajat di mana inovasi dianggap sebagai suatu yang sulit untuk dipahami dan digunakan. Beberapa inovasi tertentu ada yang dengan mudah dapat dimengerti dan digunakan oleh pengadopsi dan ada pula yang sebaliknya. Semakin mudah dipahami oleh pengadopsi, semakin cepat suatu inovasi dapat diterima.
4. Kemampuan diujicobakan (*trialability*)
Kemampuan untuk diuji cobakan adalah derajat di mana suatu inovasi dapat diuji coba batas tertentu. Suatu inovasi yang dapat diujicobakan dalam setting sesungguhnya, umumnya akan lebih cepat diadopsi. Jadi, agar dapat dengan cepat diadopsi, suatu inovasi harus mampu mengemukakan keunggulan.
5. Kemampuan untuk diamati (*observability*)
Kemampuan untuk diamati adalah derajat di mana hasil suatu inovasi dapat dilihat orang lain. Semakin mudah seseorang melihat hasil suatu inovasi, semakin besar kemungkinan orang atau kelompok orang tersebut mengadopsi.

2.1.2.4 Jenis-Jenis Inovasi

Pada proses penerapan kemampuan berinovasi menurut Kuratko, D.F. (2009: 141), Inovasi terdiri dari empat jenis yaitu: penemuan, pengembangan, duplikasi, dan sintesis. Penemuan adalah hal baru yang belum diketahui orang lain. Pengembangan merupakan tahap lanjut dari sesuatu yang sudah ada sebelumnya. Duplikasi merupakan penggandaan atau memperbanyak produk yang sudah ada. Sintesis merupakan penggabungan atau kombinasi konsep dan formula yang sudah ada. Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa jenis inovasi ada 4. Berikut penjelasannya:

1. Penemuan, merupakan sebuah kreasi suatu produk, jasa, maupun proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya.
2. Pengembangan, merupakan kelanjutan atau perbaikan dari penemuan, biasanya pengembangan dapat berupa suatu produk, jasa, maupun proses yang sudah ada. Konsep pengembangan ini cenderung mengaplikasikan sebuah ide pada produk atau jasa yang sudah ada dengan cara yang berbeda.
3. Duplikasi, merupakan kegiatan meniru pada suatu objek yang sudah ada sebelumnya. Meskipun duplikasi ini pada dasarnya adalah meniru, namun tidak semata meniru secara keseluruhan melainkan menambah beberapa sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep yang sudah ada dengan tujuan memenangkan persaingan (lebih unggul).
4. Sintesis, merupakan gabungan atau perpaduan sebuah konsep dan faktor-faktor yang sudah ada menjadi formulasi baru. Proses sintesis ini dilakukan dengan cara pengambilan sejumlah ide atau produk yang sudah ditemukan untuk kemudian dibentuk dan diubah menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru. Contoh dari sintesis adalah pengembangan arloji oleh casio.

2.1.2.5 Prinsip-Prinsip Inovasi

Drucker (1985) mengatakan bahwa dalam melakukan inovasi perlu memperhatikan prinsip inovasi sebagai berikut :

1. Sesuatu yang harus dilakukan
 - a Menganalisis peluang
 - b Apa yang harus dilakukan untuk memuaskan peluang
 - c Sederhana dan terarah
 - d Dimulai dari yang kecil
 - e Kepemimpinan
2. Sesuatu yang tidak harus dilakukan
 - a Mencoba untuk menjadi yang pandai
 - b Mencoba untuk mengerjakan sesuatu yang banyak
 - c Mencoba inovasi untuk masa yang akan datang
3. Kondisi
 - a Memerlukan ilmu pengetahuan
 - b Membangun keunggulannya sendiri
 - c Inovasi adalah efek dari ekonomi dan masyarakat

2.1.2.6 Perbedaan Inovasi

Inovasi sangat berbeda-beda jenisnya menurut Johne (1999) dalam Ojasalo (2008) membedakan tiga jenis inovasi: inovasi produk, proses inovasi, dan inovasi pasar.

- a Inovasi produk memiliki makna paling jelas yaitu menghasilkan
- b Inovasi proses menyediakan sarana untuk menjaga dan meningkatkan kualitas dan untuk menghemat biaya.
- c Inovasi pasar memperhatikan peningkatan target pasar campuran (mixed og target market) dan bagaimana pasar yang dipilih adalah yang terbaik dilayani.
Inovasi organisasi berkaitan dengan desain format organisasi baru dan filosofi manajemen baru.

Sedangkan Meeus dan Edquist (2001) inovasi produk dibagi menjadi dua kategori:

- a. barang baru: barang baru adalah inovasi produk material di sektor manufaktu
- b. layanan baru: jasa adalah tidak berwujud, sering dikonsumsi secara bersamaan untuk produksi mereka dan memuaskan kebutuhan non-fisik dari pengguna

Meeus dan Edquist juga membagi menjadi dua inovasi proses yaitu inovasi kategori-teknologi dan organisasi:

- a inovasi proses teknologi mengubah cara produk yang diproduksi dengan memperkenalkan perubahan teknologi (fisik peralatan, teknik, sistem);
- b inovasi organisasi adalah inovasi dalam struktur organisasi, strategi, dan proses administrasi (Damanpour, 1987). Inovasi inkremental (*Incremental innovation*) memanfaatkan potensi rancangan yang sudah ditetapkan, dan sering memperkuat dominasi kemampuan suatu perusahaan. Inovasi ini meningkatkan kapabilitas fungsional teknologi yang ada dengan cara perbaikan pada skala kecil alam nilai tambah teknologi atau perbaikan pada skla kecil terhadap produk dan proses bisnis yang ada saat ini.

Inovasi *Semiradical* atau *generational* atau inovasi teknologi generasi mendatang adalah inovasi inkremental yang mengarah pada penciptaan sistem baru tetapi tidak berbeda secara radikal.

Inovasi *Radical* memperkenalkan konsep baru yang menyimpang secara signifikan dari praktek-praktek masa lalu dan membantu menciptakan produk atau proses didasarkan pada seperangkat teknik berbeda atau prinsip-prinsip ilmiah dan sering membuka baru pasar, atau sebagai hasil produk atau jasa yang dihasilkan dari cara/metode baru sama sekali.

2.1.3 Kinerja Unit Bisnis

2.1.3.1 Definisi Kinerja

Kinerja adalah istilah umum yang digunakan untuk menunjukkan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode (Mulyadi, 2001 dalam Hanuma, 2011).

“Menurut (Mulyadi, 2007:328 dalam Nugrahayu dan Retnani, 2015), kinerja perusahaan sebagai keberhasilan perusahaan secara keseluruhan dalam mencapai sasaran-sasaran strategik yang telah ditetapkan melalui inisiatif strategik pilihan.”

“Kinerja perusahaan diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk meraih tujuannya melalui pemakaian sumber daya secara efisien dan efektif dan menggambarkan seberapa jauh suatu perusahaan mencapai hasilnya setelah dibandingkan dengan kinerja terdahulu previous performance dan kinerja organisasi lain benchmarking, serta sampai seberapa jauh meraih tujuan dan target yang telah ditetapkan (Muhammad, 2008:14 dalam Nugrahayu dan Retnani, 2015).”

“Kinerja adalah 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 (Wibowo, 2010:7 dalam Tahaka, 2013).”

Dari berbagai definisi kinerja di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan performance atau penampilan atau hasil kerja seseorang maupun organisasi dalam melaksanakan pekerjaan untuk mencapai tujuan serta dapat diukur dengan standar yang telah ditetapkan selama periode tertentu.

2.1.3.2 Pengukuran Kinerja

pengukuran kinerja dapat dijadikan sebagai ukuran keberhasilan suatu organisasi dalam kurun waktu tertentu dan hasil pengukuran kinerja dapat dijadikan sebagai masukan untuk perbaikan dan peningkatan organisasi di masa yang akan datang.

“Pengukuran kinerja merupakan pendekatan sistematis dan terintegrasi untuk memperbaiki kinerja organisasi dalam rangka mencapai tujuan strategi organisasi dan mewujudkan visi dan misinya (Mahmudi, 2005:15 dalam Pratiwi dan Mildawati, 2014).”

“Pengukuran kinerja adalah salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan karena merupakan usaha memetakan strategi ke dalam tindakan pencapaian target tertentu (Giri, 1998 dalam Dewi, 2015). Sistem pengukuran kinerja dapat dijadikan sebagai alat pengendalian organisasi, karena pengukuran kinerja diperkuat dengan menetapkan reward dan punishment system (Ulum, 2009 dalam Dewi, 2015).”

Menurut (Horngren, 1998 dalam Dewi, 2015), pada dasarnya ukuran kinerja

yang baik mempunyai karakteristik sebagai berikut:

1. Berhubungan dengan tujuan perusahaan
2. Mempunyai perhatian yang seimbang antara jangka pendek dan jangka panjang
3. Menggambarkan aktivitas kunci manajemen
4. Dipengaruhi oleh tindakan karyawan
5. Siap dipahami oleh karyawan
6. Digunakan dalam evaluasi dan bermanfaat bagi karyawan
7. Bertujuan logis dan merupakan pengukuran yang mudah

8. Digunakan konsisten dan teratur

Pengukuran kinerja diperlukan untuk mengetahui tinggi rendahnya kinerja seseorang atau organisasi. Pengukuran kinerja ini merupakan hal yang penting untuk dilakukan karena hasil pengukuran suatu kinerja berpengaruh pada pengambilan keputusan dan kebijakan manajemen terkait dengan pencapaian visi dan misi organisasi atau perusahaan. Hasil pengukuran kinerja juga memberikan informasi atas pencapaian atau prestasi perusahaan dalam menjalankan strategi perusahaan. Apabila dari hasil pengukuran kinerja tersebut perusahaan mengalami kendala dalam menjalankan strategi yang ditetapkan perusahaan sebelumnya, perusahaan dapat memperbaiki berbagai sisi dari kinerja perusahaan yang diukur.

Pengukuran kinerja atau organisasi menurut Anwar Prabu (2012:47) diukur dengan Balance Scorecard yang terdiri dari:

- 1 Perspektif keuangan.
- 2 Perspektif pelanggan.
- 3 Perspektif Proses bisnis internal.
- 4 Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan.

Penjelasan dari ke empat pengukuran kinerja tersebut adalah sebagai berikut:

1 Perspektif Keuangan

Kinerja keuangan akan menunjukkan apakah perencanaan dan pelaksanaan strategi memberikan perbaikan yang mendasar bagi keuntungan perusahaan. Pengukuran kinerja keuangan mempertimbangkan adanya tahapan dari siklus kehidupan bisnis, yaitu:

- a Growth (tahap pertumbuhan)

Dalam tahap ini, perusahaan biasanya beroperasi dengan arus kas yang negatif dengan tingkat pengembalian modal yang rendah. Tolak ukur kinerja yang cocok dalam tahap ini adalah tingkat pertumbuhan pendapatan atau penjualan.

b Sustain (tahap bertahan)

Tahap kedua ini, perusahaan masih melakukan investasi dan reinvestasi dengan mengisyaratkan tingkat pengembalian terbaik. Sasaran keuangan pada tahap ini diarahkan pada besarnya tingkat pengembalian atas investasi yang dilakukan.

c Harvest (tahap panen)

Pada tahap ini, perusahaan benar-benar memanen atau menuai hasil investasi di tahap-tahap sebelumnya. Tidak ada lagi investasi besar, baik ekspansi maupun pembangunan kemampuan baru, kecuali pengeluaran untuk pemeliharaan dan perbaikan fasilitas. Sasaran keuangan utama dalam tahap ini adalah memaksimalkan arus kas masuk dan pengurangan modal kerja.

2 Perspektif Pelanggan

Kinerja yang buruk dari perspektif ini akan menurunkan jumlah pelanggan dimasa depan meskipun saat ini kinerja keuangan terlihat baik. Ada dua kelompok pengukuran perspektif pelanggan, yaitu:

a *Customer Core measurement*, memiliki beberapa komponen pengukuran:

- 1) *Market Share*, mencerminkan bagian yang dikuasai perusahaan atas keseluruhan pasar yang ada, meliputi jumlah pelanggan, jumlah penjualan, dan volume unit penjualan.

- 2) *Customer retention*, mengukur tingkat dimana perusahaan dapat mempertahankan hubungan dengan konsumen.
 - 3) *Customer acquisition*, mengukur dimana suatu unit bisnis mampu menarik pelanggan baru atau memenangkan bisnis baru.
 - 4) *Customer satisfaction*, mengukur tingkat kepuasan pelanggan terkait dengan kriteria kinerja spesifik dalam volume proposisi.
 - 5) *Customer profitability*, mengukur laba bersih dari seorang pelanggan atau segmen setelah dikurangi biaya yang khusus diperlukan untuk mendukung pelanggan tersebut.
- b) *Customer value proposition*, merupakan pemicu kinerja yang terdapat pada *core value proposition* yang didasarkan pada:
- 1) *Product/ service attributes*

Meliputi fungsi dari produk atau jasa, harga, dan kualitas. Perusahaan harus mengidentifikasi apa yang diinginkan pelanggan atas produk yang ditawarkan.
 - 2) *Customer relationship*

Menyangkut perasaan pelanggan terhadap proses pembelian produk yang ditawarkan perusahaan. Konsumen biasanya menganggap penyelesaian order yang cepat dan tepat waktu sebagai faktor yang penting bagi kepuasan mereka.
 - 3) *Image and reputation*

Menggambarkan faktor-faktor intangible yang menarik seorang konsumen untuk berhubungan dengan perusahaan. Membangun image dan reputasi dapat dilakukan melalui iklan dan menjaga kualitas seperti yang dijanjikan.

3 Perspektif Proses Bisnis Internal

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

a Proses inovasi

Dalam proses ini, unit bisnis menggali pemahaman tetag kebutuhan laten dari pelangga dan menciptakan produk dan jasa yang mereka butuhkan yang biasanya dilakukan oleh bagian *Research* dan *Development*.

b Proses Operasi

Merupakan proses untuk membuat dan menyampaikan produk atau jasa. Pegukuran kinerja yang terkait dalam proses operasi dikelompokan pada waktu, kualitas, dan biaya.

c Proses Pelayanan Purnajual

Proses ini merupakan jasa pelayanan pada pelanggan setelah penjualan produk/jasa tersebut dilakukan. Perusahaan dapat mengukur apakah upayanga dalam pelanan 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 dapat terselesaikan.

4 Perspektif Pembelajaran dan pertumbuhan

Proses pembelajaran dan pertumbuhan ini bersumber dari faktor sumber daya manusia, sistem, dan prosedur organisasi. Proses ini dapat diukur melalui kriteria sebagai berikut:

- a Kemampuan pegawai, mencakup tingkat kepuasan pegawai, tingkat perputaran pegawai, besarnya pendapatan perusahaan per pegawai, nilai tambah pegawai, dan tingkat pengembalian balas jasa.
- b Kemampuan sistem informasi, meliputi ketersediaan informasi yang dibutuhkan, tingkat ketepatan informasi yang tersedia, dan jangka waktu perolehan informasi.
- c Motivasi, pemberdayaan, dan keserasian individu perusahaan. Tolak ukurnya adalah jumlah saran pegawai, jumlah saran yang direalisasikan, jumlah saran yang berhasil guna, dan jumlah pegawai

2.1.3.3 Tujuan dan Manfaat Pengukuran Kinerja

Tujuan pengukuran kinerja perusahaan menurut (Tangkilisan, 2007:174 dalam Nugrahayu dan Retnani, 2015) adalah sebagai berikut:

- a Untuk memastikan pemahaman para pelaksana dan ukuran yang digunakan untuk pencapaian prestasi
- b Memastikan tercapainya skema prestasi yang disepakati
- c Untuk memonitor dan mengevaluasi kinerja dengan perbandingan antara skema kerja dan pelaksanaannya
- d Untuk memberikan penghargaan maupun hukuman yang obyektif atas prestasi pelaksanaan yang telah diukur, sesuai dengan metode pengukuran yang telah disepakati

- e Menjadikannya sebagai alat komunikasi antara bawahan dan pimpinan dalam upaya memperbaiki kinerja perusahaan
- f Mengidentifikasi apakah kepuasan pelanggan sudah terpenuhi
- g Membantu proses kegiatan perusahaan
- h Untuk memastikan bahwa pengambilan keputusan telah dilakukan secara obyektif
- i Menunjukkan peningkatan yang perlu dilakukan
- j Mengungkapkan permasalahan yang terjadi

“Manfaat pengukuran kinerja adalah untuk memperoleh informasi yang akurat dan valid tentang perilaku dan kinerja anggota organisasi (Mulyadi dan Setiawan, 1999:227 dalam Pratiwi dan Mildawati, 2014).“

Manfaat pengukuran kinerja menurut (Mulyadi, 2001 dalam Hanuma dan

Kiswara, 2010) adalah sebagai berikut:

- a Mengelola operasi organisasi secara efektif dan efisien melalui pemotivasian karyawan secara maksimum.
- b Membantu pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan karyawan seperti promosi, pemberhentian dan mutasi.
- c Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan dan untuk menyediakan kriteria seleksi dan evaluasi program pelatihan karyawan.
- d Menyediakan umpan balik bagi karyawan mengenai bagaimana atasan mereka menilai kinerja mereka.
- e Menyediakan suatu dasar bagi distribusi penghargaan.

Dalam pengukuran kinerja, diperlukan alat ukur yang tepat untuk mengukur kinerja. Sistem pengukuran kinerja yang efektif adalah sistem pengukuran yang dapat memudahkan manajemen untuk melaksanakan proses pengendalian dan memotivasi manajemen untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerjanya.

2.1.3.4 Indikator Kinerja

Secara konseptual Lembaga Administrasi Negara/ LAN (2001:9) menjelaskan bahwa:

“Indikator kinerja adalah ukuran kuantitatif dan/atau kualitatif yang menggambarkan tingkat pencapaian suatu sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan. Indikator kinerja harus merupakan sesuatu yang akan dihitung dan diukur serta digunakan sebagai dasar untuk menilai dan melihat tingkat kinerja baik dalam tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, maupun tahap setelah kegiatan selesai dan berfungsi.”

Ada beberapa jenis indikator kinerja yang sering digunakan dalam pelaksanaan pengukuran kinerja organisasi, Indikator Kinerja yang dimaksud oleh LAN-RI (1999:7) adalah:

1. Masukan (inputs) adalah segala sesuatu yang dibutuhkan agar pelaksanaan kegiatan dapat berjalan untuk menghasilkan keluaran. Indikator ini dapat berupa dana, sumber daya manusia, informasi, kebijakan atau perundang-undang, dan sebagainya.
2. Keluaran (outputs) adalah segala sesuatu yang dicapai dari suatu kegiatan yang dapat berupa fisik atau non fisik.
3. Hasil (outcomes) adalah segala sesuatu yang mencerminkan berfungsinya keluaran kegiatan pada jangka menengah (efek langsung).
4. Manfaat (benefits) adalah sesuatu yang terkait dengan tujuan akhir dari pelaksanaan kegiatan.
5. Dampak (impacts) adalah pengaruh yang ditimbulkan baik positif maupun negatif pada setiap tingkatan indikator berdasarkan asumsi yang ditetapkan.

Indikator kinerja merupakan sesuatu yang akan dihitung dan diukur. Indikator kinerja ini disusun sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan dan harus dapat menggambarkan tingkat keberhasilan pencapaiannya.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa peneliti terdahulu mengenai sistem akuntansi manajemen, kinerja unit bisnis, dan intensitas kompetisi pasar. Penelitian tersebut memiliki hasil yang berbeda dan penelitian tersebut dapat digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian ini.

Tabel 2.2
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Entar Sutisman, Gde Hambara Putra	Pengaruh Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Produksi	X: Sistem Akuntansi Manajemen (X1: Pengendalian X2: koordinasi perencanaan) Y: Kinerja Produksi	Pelaksanaan sistem akuntansi manajemen pada PT X berdasarkan presentase jawaban dari hasil kuisisioner menunjukan hasil yang baik, pelaksanaan kinerja produksi pada PT X berdasarkan presentase frekuensi jawaban dari hasil kuisisioner menunjukan hasil yang

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
				<p>baik, pengaruh ketiga variabel independen terhadap variabel dependen adalah 0,679 atau 70% hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut memberikan andil yang cukup besar terhadap variabel dependen sedangkan sisanya sebesar 30% dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari penelitian ini</p>
2	Harry Prabowo, Tresno Eka Jaya	Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Manajemen, Strategi, dan Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Manufaktur Dalam Memasuki Era Perdagangan	X1: Sistem Informasi Akuntansi Manajemen X2: Strategi X3: Inovasi Y: Kinerja Operasional Perusahaa	Sistem informasi akuntansi manajemen berpengaruh positif terhadap kinerja operasional perusahaan, strategi berpengaruh

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
		Bebas		positif terhadap kinerja operasional perusahaan, dan inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja operasional perusahaan
3	Entar Sutisman, Gde Hambara Putra	Prngaruh Sistem Akuntansi Manajemen terhadap Kinerja Produksi Pada PT.X	X: Sistem Akuntansi Manajemen (X1: penendalian, X2: Koordinasi X3: Perencanaan) Y: Kinerja Produksi	Pengendalian berpengaruh positif terhadap kinerja produksi, Koordinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja produksi, Perencanaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja produksi
4	Melanthon Rumapea, Jaminta Sinaga, Ririn Elvani Saragih	Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen, Metode Pengukuran	X1: Sistem Informasi Akuntansi Manajemen X2: Pengukuran Kinerja	Sistem Informasi Akuntansi Manajemen dan Pengukuran Kinerja

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
		Kinerja Dan Sistem Penghargaan Terhadap Kinerja Manajerial Pada Rumah Sakit Estomihi Medan	X3: Sistem Penghargaan Y: Kinerja Manajerial	berpengaruh positif terhadap Kinerja manajerial sedangkan Sistem Penghargaan tidak berpengaruh terhadap Kinerja Manajerial
5	Susni Handayani	Pengaruh Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen: <i>Broad Scope, Timeliness, Aggregated, Dan Integrated</i> Terhadap Kinerja Manajerial UMKM. Studi Pada UMKM Di Desa Wedoro, Kab. Sidoarjo)	X: Sistem Informasi Akuntansi Manajemen Y: Kinerja Manajerial	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi Manajemen yang bersifat <i>broadscope, timeliness, integrated, dan aggregate</i> berpengaruh terhadap Kinerja Manajerial yang diukur menggunakan instrumen <i>self-rating</i> yang dicerminkan dalam 4 (empat) indikator, yaitu peningkatan pendapatan,

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
				Penghematan biaya, peningkatan kepuasan pelanggan dan peningkatan penggunaan aset. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun UMKM yang merupakan jenis usaha yang tidak besar, namun tetap membutuhkan informasi yang luas, tepat waktu, terintegrasi serta menyeluruh yang dapat membantu manajer dalam pengambilan keputusan yang tepat sehingga berdampak adanya peningkatan kinerja manajerial terkait efisiensi terkait biaya namun tetap memperhatikan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
				kepuasan pelanggan sehingga meningkatkan pendapatan UMKM tersebut dalam kondisi lingkungan yang <i>uncertainty</i> .
6	Sambudi Hamali	Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Pada Industri Kecil Pakaian Jadi Kota Bandung	X: Inovasi Y: Kinerja Bisnis	Hasil pengujian menunjukkan inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

4.21 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja

Menurut Outley (1980), perlu adanya kesesuaian sistem informasi akuntansi manajemen agar dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Keberhasilan sistem informasi akuntansi manajemen tergantung bagaimana sistem itu dijalankan,

kemudahan bagi para pemakainya, kinerja dan pemanfaatan sistem informasi akuntansi manajemen yang dilakukan (Goodhue,1995).

“Wuryaningrum (2007) menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi manajemen yang diimplementasikan dalam organisasi seharusnya dapat memberikan manfaat pada kinerja organisasi serta dapat memberikan kenyamanan bagi pemakainya. Keberhasilan sistem juga tergantung pada sikap dan kepercayaan pemakai sistem terhadap sistem informasi, yang tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik sistem yang melekat, tetapi lebih kepada sejauh mana sistem tersebut dipercaya dapat memenuhi kebutuhan tugas mereka dan sesuai dengan kebutuhan tugas mereka.”

Goodhue dan Thomson (1995) menyatakan bahwa kesesuaian tugas dengan sistem akan mengarahkan individu untuk mencapai kinerja yang lebih baik. Penerapan sistem informasi akuntansi manajemen yang tidak sesuai dengan kebutuhan akan memberikan manfaat bagi peningkatan kinerja. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Goodhue dan Thompson (1995) yang sebelumnya mencoba melihat hubungan sistem informasi dengan kinerja. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa sistem informasi akuntansi manajemen mempunyai peran positif terhadap kinerja. Penelitian Kirmizi (2001) menemukan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara sistem informasi akuntansi manajemen dengan kinerja perusahaan.

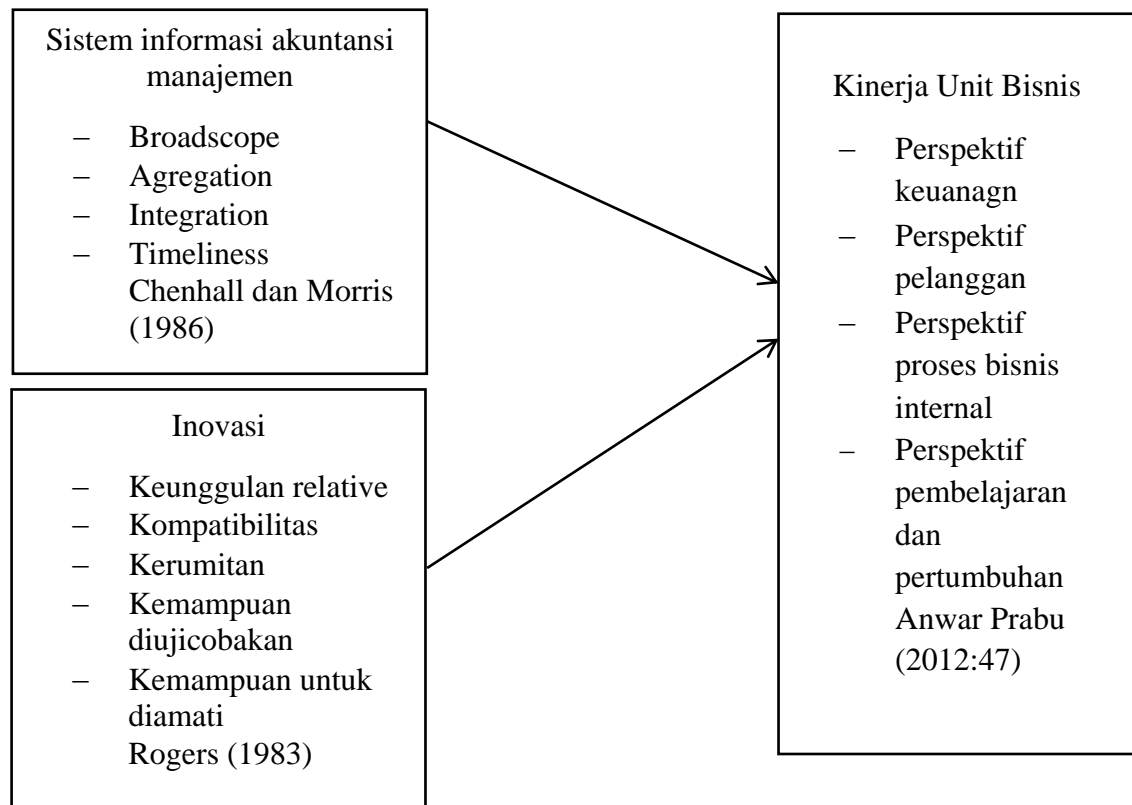
Sistem informasi akuntansi manajemen berperan dalam kinerja perusahaan (Chong dan Chonh, 1997; Ajibolade et al., 2010). Penelitian ini menunjukkan luasnya scope dari sistem informasi akuntansi manajemen berpengaruh positif terhadap kinerja. Sistem informasi akuntansi manajemen yang mencakup ruang lingkup, ketepatan waktu, integritas dan agresi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan (Salah, et al., 2013; Hamzah, 2013).

2.2.2 Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja

Inovasi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan berdasarkan resources-based theory. Inovasi adalah faktor penting bagi sebuah perusahaan untuk secara efektif bersaing di pasar domestik dan global sebagai serta komponen penting dalam strategi dari sebuah organisasi (Davila, 2000).

Perusahaan dengan rata-rata inovasi yang tinggi dapat membangun keunggulan kompetitif dan mencapai kinerja yang tinggi (Hurley dan Hult, 1998; Davila 2000; Weerawardena, 2004, Ratmono dan Nahartyo, 2012). Penelitian terdahulu membuktikan secara empiris bahwa dengan inovasi yang tinggi maka akan menghasilkan kinerja perusahaan yang tinggi (Weerawardena, 2004; Bisbe dan Otley, 2004; Jankala 2010). Banyak penelitian kuantitatif telah menunjukkan hubungan positif antara inovasi dan beberapa ukuran kinerja perusahaan (Rosenbusch et. al., 2011; Anderson et. al., 2014; Nelson, et. al., 2015; Ulrich, 2016)

Berdasarkan penjelasan di atas maka kerangka pemikiran dapat dilihat dengan gambar



Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran

4.22 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:64) yang dimaksud dengan hipotesis adalah: “...jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.”

Sedangkan menurut Sudjana (2012:219) pengertian hipotesis adalah:

“...asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu yang sering dituntut melakukan pengecekan”.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh positif Sistem Informasi Akuntansi Manajemen terhadap Kinerja Unit Bisnis

H2: Terdapat pengaruh positif Inovasi terhadap Kinerja Unit Bisnis.