InFestasi
Jurnal Bisnis dan Akuntansi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Telp/Hp. 082334432134
Laman: journal.trunojoyo.ac.id/infestasi Email: infestasi@trunojoyo.ac.id

LETTER OF ACCEPTANCE

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yuni Rimawati, S.E., M.S.Ak., Ak., CA.

Jabatan : Pemimpin Redaksi Jurnal InFestasi

Unit Kerja : Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura

Menerangkan artikel dengan judul :

Praktik Akuntansi Manajemen dan Dampaknya pada Kinerja Starup Business Digital dengan penulis:

Nama Penulis : Dyna Rachmawati dan Anjelina (Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Setelah dilakukan reviuw oleh redaksi dan Penyunting Ahli, dinyatakan **memenuhi kriteria dan diterima (*acceptance*)** untuk dipublikan pada Jurnal InFestasi Edisi Vol. 17, No. 01. Juni 2021.

Demikian surat ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Bangkalan, 2 Juni 2021
Pemimpin Redaksi

InFestasi

Yuni Rimawati, S.E., M.S.Ak., Ak., CA

InFestasi
Jurnal Bisnis dan Akuntansi
Jurusan Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Trunojoyo Madura

Jl. Raya Kamal, Po. Box. 02, Kamal, Bangkalan, Jawa Timur
Telp/Hp. 082334432134
Laman: journal.trunojoyo.ac.id/infestasi Email: infestasi@trunojoyo.ac.id

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini mewakili tim penulis :

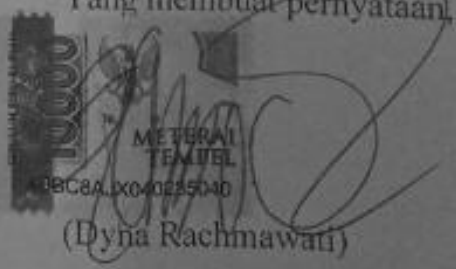
Nama	: Dyna Rachmawati
NIDN/NIK/No Identitas lainnya pada Institusi	: 0712077001/3578085207700001/321.97.0296
Asal Institusi	: Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
Alamat Institusi	: Jl. Dinoyo 42-44 Surabaya 60265

Dengan ini menyatakan bahwa judul artikel :
"Praktik Akuntansi Manajemen dan Dampaknya pada Kinerja *Startup Business Digital*"

Benar bebas dari plagiasi dan belum pernah dipublikasikan pada jurnal, prosiding dan bentuk terbitan ber-ISSN lainnya baik dalam Bahasa Indonesia maupun Bahasa Asing. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku dari Jurnal Bisnis dan Akuntansi (InFestasi). Pengelola Jurnal Bisnis dan Akuntansi (InFestasi) berhak mencabut dan me-retraksi artikel dari OJS dan edisi cetak, serta menolak permintaan review atas artikel saya untuk sepuluh volume mendatang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipertanggung jawabkan sebagai mana mestinya.

Surabaya, 31 Mei 2021
Yang membuat pernyataan,



(Dyna Rachmawati)

Rev_Dyna_Hasil_Revisi_Editor_1.doc

by

Submission date: 25-May-2021 12:26PM (UTC+0700)
Submission ID: 1593687249
File name: Rev_Dyna_Hasil_Revisi_Editor_1.doc (264K)
Word count: 4932
Character count: 32983

PRAKTIK AKUNTANSI MANAJEMEN DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA *STARTUP BUSINESS DIGITAL*

The Management Accounting Practice and its Impact on Startup Business Digital Performance

A B S T R A C T

Management accounting practice (MAP) is a management accounting method used to improve company performance. Previous studies have examined the impact of MAP implementation on the performance of conventional small and medium enterprises (SMEs). However, studies on the implementation of MAP in digital start-up business companies or digital SMEs are still limited. Therefore, the MAP implemented by this digital start-up business is differ from conventional SMEs. This study examines the impact of MAP implementation on the performance of digital business startups. The research data collection method is a survey by sending a questionnaire in the form of google form. The questionnaire is distributed to the digital start-up business community on social media telegram and center of entrepreneur acceleration of Faculty of Entrepreneurship. Respondents who filled out and returned the questionnaire are 56 digital business startups in Indonesia. Testing data using multiple regression analysis. The test results prove that (1) overall MAP and contemporary MAP have a positive impact on the performance of digital start-up businesses; while (2) traditional MAP has no impact on the performance of digital start-up businesses. This indicates that digital start-up businesses use contemporary MAP to improve customer value.

A B S T R A K

Praktik akuntansi manajemen (PAM) adalah metode akuntansi manajemen yang digunakan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Penelitian-penelitian terdahulu telah menguji dampak implementasi PAM terhadap kinerja perusahaan dan usaha kecil menengah (UKM) konvensional. Namun demikian studi mengenai implementasi PAM pada perusahaan *startup business digital* atau UKM digital masih terbatas. Digitalisasinya dapat dalam bentuk produksi dan produk, atau proses keuangannya, atau proses penjualannya. Oleh karena itu, PAM yang diimplementasikan oleh *startup business digital* ini berbeda dengan UKM konvensional. Penelitian ini menguji dampak implementasi PAM terhadap kinerja *startup business digital*. Metode pengumpulan data penelitian adalah survei dengan mengirimkan kuesioner dalam bentuk google form. Kuesioner disebarkan pada komunitas pelaku *startup business digital* pada media sosial telegram dan pusat akselerasi pengusaha Fakultas Kewirausahaan. Responden yang mengisi dan mengembalikan kuesioner sebanyak 56 *startup business digital* di Indonesia. Pengujian data menggunakan analisis regresi majemuk. Hasil pengujian membuktikan bahwa (1) PAM secara keseluruhan dan PAM kontemporer berpengaruh positif terhadap kinerja *startup business digital*; sedangkan (2) PAM tradisional tidak berpengaruh terhadap kinerja *startup business* digital. Ini mengindikasikan bahwa *startup business digital* menggunakan PAM kontemporer untuk meningkatkan layanan konsumen.

1. PENDAHULUAN

Startup business digital adalah usaha yang tergolong dalam bisnis teknologi informasi yang masih pada tahap *start-up* atau baru terbentuk. Usaha pemula ini berorientasi pada inovasi yang memanfaatkan teknologi (Sheung, 2014). Pengusaha *startup business digital* ini mengubah model bisnis yang semula tradisional menjadi model bisnis baru dengan memanfaatkan teknologi (Pateli dan Giaglis, 2005). Di Indonesia sudah banyak perusahaan *startup business digital* yang berkembang hingga menjadi sebuah *startup unicorn*

dimana kontribusinya juga berpengaruh dalam membangun pertumbuhan ekonomi Indonesia (Sihombing, 2018). Peringkat total *startup business digital* di Indonesia sendiri telah menduduki peringkat kelima di dunia dimana terdapat lebih dari 2000 *startup business digital*.

Tabel 1 Peringkat dan Total *Startup Business Digital* di Dunia

Peringkat	Negara	Jumlah Startups
1	United States	65.544
2	India	8.073
3	United Kingdom	5.355
4	Canada	2.704
5	**Indonesia**	**2.218**
6	Germany	2.106
7	Australia	1.605

Sumber: startupranking.com (2020)

Tabel 1 di atas menunjukkan pentingnya peranan *startup business digital* bagi Indonesia. Bahkan pada masa pandemi covid 19 ini, pemerintah berupaya untuk mendorong usaha kecil menengah (UKM) konvensional dalam memanfaatkan teknologi informasi minimal pada aktivitas pemasarannya. Digitalisasi pada *startup business digital* meliputi 3 aktivitas operasional dalam model bisnis yaitu: produksi, pemasaran, dan keuangan. Digitalisasi produksi adalah penggunaan teknologi digital dalam melakukan kegiatan produksinya. Misalnya dengan menggunakan otomatisasi produksi melalui robot pada industri manufaktur, produksi pengembang software dan aplikasi secara digital. Digitalisasi pemasaran adalah penggunaan teknologi informasi untuk melakukan aktivitas pemasarannya. Aktivitas pemasaran meliputi: promosi, layanan konsumen, penjualan, dan layanan purna jual. Aktivitas-aktivitas tersebut menggunakan teknologi informasi yang dikembangkan sendiri oleh pelaku *startup* atau dapat memanfaatkan platform *online business* seperti: tokopedia, lazada, dan sebagainya. Demikian juga dengan digitalisasi keuangan. Aktivitas keuangan mulai pembayaran kepada pemasok, penerimaan penjualan dari konsumen sampai dengan aktivitas pencatatan atau pembukuan laporan keuangannya menggunakan teknologi informasi (Pateli dan Giaglis, 2005). Dalam usaha *startup business digital,* informasi bergerak sangat cepat dan konsumen memiliki berbagai cara untuk mendapatkan produknya tanpa uang fisik sehingga perusahaan harus mengerti cara mendapatkan *profit* melalui informasi yang relevan (Teece, 2010). Oleh karena itu, *startup business digital* mempunyai aktivitas operasional yang kompleks. Hal ini dikarenakan aset yang dimiliki oleh *startup business digital* didominasi oleh aset tidak berwujud. Efektivitas penggunaan aset tidak berwujud menggunakan ukuran kinerja non keuangan yang sifatnya *forward looking*. *Forward looking* merupakan indikator capaian di masa akan datang. Ukuran kinerja non keuangan yang digunakan oleh *startup business digital* antara lain adalah jumlah produk, jumlah peningkatan konsumen, jumlah peningkatan layanan konsumen dan sebagainya. Layanan konsumen merupakan fokus utama *startup business digital*, sehingga pengusaha pemula di bidang ini seharusnya menerapkan praktik akuntansi manajemen (PAM) yang dapat memberikan informasi untuk mendukung ketepatan pengambilan keputusannya.

PAM adalah metode-metode akuntansi manajemen dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya. Metode-metode tersebut antara lain *cost volume profit analysis*, *target costing*, *kaizen costing*, *value based management*, *value chain analysis* dan sebagainya yang dapat berfungsi sebagai alat penting untuk meningkatkan efisiensi, dan berpotensi memiliki pengaruh penting dalam kinerja serta mengurangi kemungkinan kegagalan bisnis (Mitchell dan Reid, 2000). PAM mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan lingkungan bisnis, intensitas persaingan, serta kemajuan teknologi informasi (Weweru et al., 2005). Pada awalnya, PAM digunakan untuk pengendalian biaya produksi. Contoh metode pada PAM tahap awal antara lain: *budgeting, cost accounting*, *inventory management* dan sebagainya. Metode-metode tersebut berupaya untuk mengendalikan biaya (*cost focused*). PAM pada tahap awal ini disebut dengan PAM tradisional. Dalam perkembangannya, seiring dengan terjadinya pergeseran investasi aset dari berwujud menjadi aset tidak berwujud mendorong adanya metode-metode baru dalam PAM seperti: *value based management, total quality management*, *environmental management accounting*, dan sebagainya. PAM pada tahapan ini disebut sebagai PAM kontemporer yang berfokus pada upaya peningkatan nilai-nilai produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen (*customer focused*). Perbedaan tahapan PAM juga diklasifikasikan berdasarkan kecanggihannya. PAM tradisional merepresentasikan belum adanya peradaptasian

dengan teknologi, sedangkan PAM kontemporer merupakan tahapan PAM yang telah beradaptasi dengan teknologi. Tingkat kecanggihan juga mengacu pada kemampuan perusahaan dalam menyediakan informasi yang relevan untuk perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan untuk penciptaan dan peningkatan nilai perusahaan (Abdel-Kader dan Luther, 2008).

Penelitian-penelitian terdahulu telah menguji pengaruh PAM terhadap kinerja bisnis pada UKM konvensional (AbRahman dkk., 2016; Chand dan Dahiya, 2010; Maziriri dan Mapuranga, 2017; Pedroso dan Gomes, 2020). Hasil penelitian-penelitian terdahulu tersebut telah membuktikan bahwa PAM berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja pada UKM konvensional. Ini mengindikasikan bahwa UKM konvensional yang mengimplementasikan PAM dapat mengambil keputusan lebih baik karena mendapatkan informasi relevan sehingga hasilnya efektif sebagaimana ditunjukan pada pencapaian kinerja. Sedangkan beberapa penelitian terdahulu lainnya menguji peranan PAM tradisional terhadap kinerja bisnis UKM konvensional karena UKM konvensional (Ahmad, 2017; Armitage dkk., 2016; Azudin dan Mansor, 2018; Mahfar dan Omar, 2004; Prihastiwi dan Sholihin, 2017; Sousa dkk., 2006; Sumkaew dkk., 2012; Zabri, 2015). Hasil penelitiannya juga mengkonfirmasikan bahwa PAM tradisional mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja bisnis UKM konvensional.

Penelitian-penelitian terdahulu telah menguji implementasi PAM terhadap kinerja pada UKM konvensional. Istilah UKM konvensional ini untuk membedakan dengan *startup business digital*. Perbedaannya pada aktivitas operasionalnya. Aktivitas operasional UKM konvensional lebih rendah dalam memanfaatkan teknologi digital dibandingkan *startup business digital*. Belum banyak penelitian yang menguji implementasi PAM pada *startup business digital*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak implementasi PAM terhadap kinerja *startup business digital*. Model pengujian pada penelitian ini terdiri dari dua tahap: (1) PAM secara keseluruhan terhadap kinerja; dan (2) PAM tradisional dan PAM kontemporer terhadap kinerja. Hasil pengujian menunjukkan bahwa pertama, PAM secara keseluruhan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja *startup business digital*. Kedua, PAM kontemporer berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja *startup business digital*. Ketiga, PAM tradisional tidak berpengaruh terhadap kinerja *startup business digital*. Hal ini mengindikasikan bahwa *startup business digital* mempunyai fokus pada upaya peningkatan nilai-nilai produk sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Sedangkan upaya pengendalian biaya bukan merupakan fokus utama *startup business digital*. Berdasarkan hasil wawancara dengan dua pelaku *startup business digital*, hasil penelitian ini mengkonfirmasikan kondisi di lapangan. Pengendalian biaya masih belum bisa dilakukan oleh *startup business digital*, karena mereka masih pada tahapan *startup* atau awal dalam membangun *image* produknya.

Penelitian ini memberikan kontribusi terkait pengembangan ilmu akuntansi manajemen terutama pada implementasi PAM di *startup business digital*. PAM kontemporer masih relevan untuk digunakan pada perusahaan digital.

2. TELAAH LITERATUR

Organizational life cycle (OLC) menyatakan adanya perbedaan karakteristik perusahaan karena perbedaan tahapan hidupnya. OLC membagi tahapan hidup perusahaan menjadi empat yaitu: kelahiran, pertumbuhan, kedewasaan, dan penurunan (Miller dan Friesen, 1983). Tahap kelahiran atau *start-up* adalah tahapan pembentukkan atau berdirinya suatu usaha. Pada tahapan ini masih membutuhkan investasi, pembentukkan *image*, dan sebagainya. Tahap pertumbuhan atau *growth* adalah tahapan perusahaan mengalami masa pertumbuhan dengan ditandai oleh peningkatan penjualan, sehingga perusahaan membutuhkan peningkatan kapasitas produksi. Tahapan kedewasaan atau *maturity* adalah tahapan perusahaan pada titik jenuh dan sudah mencapai puncaknya. Pada tahapan ini, tingkat penjualan mulai mengalami penurunan sedangkan utang sudah semakin tinggi. Tahapan penurunan atau *declining* adalah tahapan dimana perusahaan mengalami penurunan penjualan secara terus menerus. Ini disebabkan oleh adanya produk-produk baru, sehingga konsumen mulai beralih ke produk tersebut. Perbedaan karakteristik berdasarkan tahapan hidup menjadi dasar dalam pengembangan model penelitian ini.

Model penelitian ini berfokus pada tahapan kelahiran atau *start-up*. Usaha pada tahapan ini masih mempunyai skala kecil dan pengelolaannya juga masih mudah serta sederhana. Pada perusahaan *startup business digital*, pelaku usaha mempunyai investasi besar pada aset tidak berwujud karena model bisnisnya mempunyai orientasi pada teknologi digital. Digitalisasi meliputi aktivitas operasional produksi, pemasaran, dan keuangan. Pengelolaan *startup business digital* akan berbeda dengan UKM konvensional terutama terkait penggunaan teknologi dalam aktivitas operasionalnya (Baskoro, 2013). Oleh karena itu indikator-

indikator efektivitas pengelolaan *startup business digital* cenderung ke indikator non keuangan yang bersifat *forward looking*. *Forward looking* adalah indikator yang dapat digunakan untuk memprediksikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Jadi indikator non keuangan mempunyai orientasi masa depan. Berbeda dengan indikator keuangan yang bersifat *backward looking*. *Backward looking* adalah indikator yang menunjukkan kinerja perusahaan pada masa lalu.

Ukuran kinerja non keuangan dan keuangan merupakan capaian atas pengelolaan usaha. Pengelolaan usaha dapat dilakukan dengan mengimplementasikan praktik akuntansi manajemen (PAM). PAM adalah metode-metode dalam akuntansi manajemen untuk memberikan informasi sehingga dapat mendukung ketepatan pengambilan keputusan. PAM dibagi menjadi dua jenis, yaitu: PAM tradisional dan PAM kontemporer. PAM tradisional meliputi: *budgeting*, *cost accounting*, *inventory management* dan metode akuntansi manajemen lainnya yang berfokus untuk pengendalian biaya (*cost focused*). Sedangkan PAM kontemporer meliputi: total quality management, value based management, dan metode akuntansi manajemen lainnya yang berfokus untuk meningkatkan nilai-nilai atau kualitas produk sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen (*customer focused*).

PAM akan memberikan informasi relevan yang dapat membantu ketepatan pengambilan keputusan. Hal ini dapat meningkatkan kinerja bisnis perusahaan (Ahmad, 2017). Penelitian-penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa PAM mampu meningkatkan kinerja bisnis UKM konvensional (AbRahman dkk., 2016; Chand dan Dahiya, 2010; Maziriri dan Mapuranga, 2017; Pedroso dan Gomes, 2020). PAM juga akan mampu meningkatkan kinerja bisnis pada perusahaan *startup business digital*. Perusahaan pada tahapan ini juga membutuhkan informasi relevan dan akurat dalam pembentukkan *branding* dan *image* sehingga dapat memudahkannya untuk memperoleh konsumen.

H_1: PAM berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis *startup business digital.*

PAM tradisional mampu memberikan informasi mengenai biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan. Informasi ini dapat mendukung ketepatan pengambilan keputusan sehingga mampu meningkatkan kinerja UKM konvensional konvensional (Ahmad, 2017; Armitage dkk., 2016; Azudin dan Mansor, 2018; Mahfar dan Omar, 2004; Prihastiwi dan Sholihin, 2017; Sousa dkk., 2006; Sumkaew dkk., 2012; Zabri, 2015). PAM tradisional berfokus pada pengendalian biaya dan keuangan. Ini dibutuhkan oleh startup business digital. Pada akhirnya, inovasi dan kreativitas harus mampu diserap oleh pasar. Oleh karena itu, PAM tradisional dapat membantu *startup business digital* untuk mengelola dan memilah serta memilih inovasi yang dibutuhkan oleh konsumen.

H_{1a}: PAM tradisional berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis *startup business digital.*

PAM kontemporer mempunyai orientasi pada peningkatan nilai-nilai atau kualitas produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Peranan PAM kontemporer ini sangat penting supaya mendapatkan informasi untuk perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan (Abdel-Kader dan Luther, 2008). *Startup business digital* mempunyai model bisnis yang berbasis *technology intensive* dalam mendukung kegiatan operasionalnya. Metode-metode dalam PAM kontemporer dapat membantu *startup business digital*, seperti: *total quality management*; *value based management*; *activity based costing*; *balanced scorecard*, dalam menghasilkan produk inovatif yang dibutuhkan oleh konsumen. Ini akan mendukung upaya pencapaian kinerja *startup business digital*.

H_{1b}: PAM kontemporer berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis *startup business digital.*

3. METODE PENELITIAN

Variabel dependen penelitian ini adalah kinerja bisnis. Kinerja bisnis merupakan pencapaian perusahaan terhadap visi misi yang ditujukan dari pelaksanaan kegiatan operasional yang dilakukan (Ahmad, 2017). Kinerja bisnis terdiri dari kinerja keuangan dan kinerja non-keuangan. Indikator variabel kinerja keuangan adalah omset usaha, laba usaha, dan biaya usaha. Sedangkan indikator variabel kinerja non-keuangan loyalitas konsumen, kualitas produk, peningkatan jumlah produksi. Skala pengukuran untuk indikator variabel dependen adalah skala Likert 1-5 (sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

Variabel independen penelitian ini adalah PAM. PAM adalah proses manajemen yang memberikan informasi, kepada bisnis dalam proses perencanaan, evaluasi, pengendalian, dan pengambilan keputusannya. PAM juga digunakan sebagai alat penting untuk meningkatkan efisiensi, dan berpotensi memiliki pengaruh penting dalam kinerja (Mitchell dan Reid, 2000). PAM terdiri dari dua dimensi yaitu PAM

tradisional dan PAM kontemporer. PAM tradisional adalah metode-metode akuntansi manajemen yang mempunyai PAM pada pengendalian biaya (*cost focused*). PAM tradisional mempunyai indikator variabel yaitu: penggunaan aset tidak lancar baik berwujud maupun tidak berwujud, alokasi biaya ke masing-masing produk, penetapan harga jual, penganggaran, anggaran untuk pengendalian, pembukuan, analisis *break-even point*, dan informasi produk yang paling banyak terjual. PAM kontemporer adalah metode-metode akuntansi manajemen yang berfokus pada peningkatan nilai-nilai atau kualitas produk yang dibutuhkan konsumen *(customer focused*). PAM kontemporer mempunyai indikator meliputi *budgeting based activity*, *activity based costing*, kualitas produk, *feasibility analysis*, *market based pricing*, *consumer profitability analysis*, *non-financial performance analysis*, dan *industry analysis*. Skala pengukuran untuk indikator variabel independen adalah skala Likert 1-5 (sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

Uji pilot kuesioner bertujuan untuk memastikan kalimat dalam pernyataan kuesioner menggambarkan kondisi *startup business digital*, kemudahan kalimat tersebut dipahami oleh pelaku *startup business digital* dan lama waktu yang dibutuhkan untuk mengisi kuesioner. Uji ini telah dilakukan pada tanggal 22 Oktober 2020 melalui diskusi pakar. Kuesioner didiskusikan oleh dua orang pakar yang mempunyai profesi sebagai pelaku *startup business digital* dan akademisi pada Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS). Diskusi pakar ini menghasilkan beberapa revisi khususnya penggunaan istilah umum di kalangan pelaku *startup business digital*. Lama waktu pengisiannya berkisar antara 5-10 menit.

Populasi penelitian adalah *startup business digital* di Indonesia. Teknik pengambilan sampel adalah *non random sampling* dengan metode *convenience sampling*. Sampel penelitian ini adalah pelaku *startup business digital* yang berada di komunitas *startup business* media sosial *telegram (Cafe Startup* dan *1000Startup)* dan yang tergabung dalam Pusat Akselerasi Wirausaha Muda di bawah pengelolaan Fakultas Kewirausahaan UKWMS. Metode pengumpulan data adalah *e-survey* dengan memberikan kuesioner berupa *link google form* pada responden yang peneliti kenal melalui 2 komunitas tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak PAM terhadap kinerja *startup business digital*. Oleh karena itu, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana dan majemuk. Persamaan regresi sederhana dan majemuk masing-masing digambarkan pada persamaan (1) dan (2).

$$KBi = \beta_0 + \beta_1 * PAM_i + \varepsilon_i \quad \ldots\ldots (1)$$

$$KBi = \beta_0 + \beta_1 * PAM_TD_i + \beta_2 * PAM_KT_i + \varepsilon_i \quad \ldots\ldots (2)$$

Keterangan:

KB	= kinerja bisnis
PAM	= praktik akuntansi manajemen
PAM_TD	= praktik akuntansi manajemen tradisional
PAM_KT	= praktik akuntansi manajemen kontemporer
β_0	= konstanta
β_1 dan β_2	= koefisien regresi
ε	= *error term*

Persamaan (1) digunakan untuk menguji H1. H1 terbukti jika β_1 pada persamaan (1) signifikan dan positif. Persamaan (2) digunakan untuk menguji H1a dan H1b. H1a dan H1b terbukti jika β_1 dan β_2 pada persamaan (2) signifikan dan positif.

Pengujian dengan menggunakan analisis regresi membutuhkan beberapa tahapan, yaitu: uji kualitas data, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji kelayakan model, statistik deskriptif, dan uji hipotesis. Statistik deskriptif dan uji hipotesis dibahas pada sub bab 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan.

Uji kualitas data menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa masing-masing indikator variabel mengukur variabel kinerja bisnis dan PAM baik tradisional maupun kontemporer. Uji validitas menggunakan *pearson correlation* antara total skor dengan masing-masing skor indikator variabel dependen dan independen. Hasil pengujian menunjukkan adanya korelasi antara total skor dengan masing-masing skor indikator variabel. Ini berarti bahwa indikator variabel yang digunakan untuk mengukur variabel adalah valid. Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa skor untuk mengukur variabel adalah reliabel. Pengujian menggunakan *cronbach alpha*. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach Alpha*	Kesimpulan
KB	0,803	Reliabel
PAM	0,872	Reliabel
PAM_TD	0,746	Reliabel
PAM_KT	0,816	Reliabel

Keterangan:
KB = kinerja bisnis
PAM = praktik akuntansi manajemen
PAM_TD = praktik akuntansi manajemen tradisional
PAM_KT = praktik akuntansi manajemen kontemporer

Tabel 2 di atas menunjukkan masing-masing variabel mempunyai nilai *cronbach alpha* lebih dari 70%. Ini berarti masing-masing variabel adalah reliabel.

Tahapan berikutnya adalah uji normalitas. Uji ini bertujuan untuk memastikan distribusi nilai eror pada masing-masing persamaan (1) dan (2) adalah normal. Pengujian normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Hasil pengujiannya disajikan pada Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

Persamaan	*Kolmogorov-Smirnov Sign*	Kesimpulan
Persamaan (1)	0,808	Normal
Persamaan (2)	0,820	Normal

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov persamaan (1) dan (2) masing-masing sebesar 0,808 dan 0,820. Nilai tersebut lebih besar dari p-value 0,05 (5%), jadi ini berarti bahwa nilai eror pada persamaan (1) dan (2) terdistribusi normal.

Tahapan selanjutnya adalah uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik pada persamaan (1) hanya uji heteroskedastisitas, sedangkan pada persamaan (2) adalah uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memastikan bahwa nilai eror pada masing-masing persamaan (1) dan (2) tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel independen. Pengujiannya dilakukan dengan uji Glejser. Tabel 4 berikut ini menunjukkan hasil pengujian Glejser pada persamaan (1) dan (2).

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Persamaan	F sign.	Kesimpulan
Persamaan (1)	0,256	Homoskedastisitas
Persamaan (2)	0,521	Homoskedastisitas

Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi F lebih dari p-value 0,05 (5%). Ini berarti bahwa pada persamaan (1) dan (2) terjadi homoskedastisitas.

Tahapan selanjutnya adalah uji multikolinearitas. Uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa antar variabel independen tidak terjadi korelasi. Oleh karena itu, pengujian multikolinearitas hanya dilakukan pada persamaan (2). Pengujiannya menggunakan nilai VIF dan TOL sebagaimana disajikan pada Tabel 5 berikut ini.

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai VIF	Nilai TOL	Kesimpulan
PAM_TD	2,235	0,447	Bebas Multikolinearitas
PAM_KT	2,235	0,447	Bebas Multikolinearitas

Keterangan:
PAM_TD = praktik akuntansi manajemen tradisional
PAM_KT = praktik akuntansi manajemen kontemporer

Tabel 5 di atas menunjukkan bahwa nilai VIF berada di bawah 10, dan TOL di bawah 1 baik untuk variabel PAM_TD maupun PAM_KT. Ini berarti PAM_TD dan PAM_KT tidak berkorelasi atau bebas multikolinearitas.

Tahapan terakhir sebelum pengujian hipotesis adalah uji kelayakan model. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa terjadinya kesesuaian antara data dengan model persamaan baik (1) maupun (2). Apabila terjadi kesesuaian maka persamaan (1) dan (2) layak digunakan untuk menarik kesimpulan atas pengujian hipotesis. Uji kelayakan model menggunakan uji koefisien determinasi (R^2) dan uji F. Hasil pengujiannya disajikan pada Tabel 6 berikut ini.

Tabel 6 Hasil Uji Kelayakan Model

Persamaan	Nilai R^2	F sign	Kesimpulan
Persamaan (1)	21%	0,000	Model layak
Persamaan (2)	26%	0,000	Model layak

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R^2 pada persamaan (1) dan (2) masing-masing sebesar 21% dan 26%. Kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen pada persamaan (1) sebesar 21%, sedangkan pada persamaan (2) sebesar 26%. Nilai signifikansi F pada persamaan (1) dan (2) masing-masing sebesar 0,000 atau nilai signifikansinya di bawah 0,05 (5%) yang artinya adalah signifikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model penelitian pada persamaan (1) dan (2) adalah layak.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Responden yang mengisi kuesioner sebanyak 56 pelaku *startup business digital*. Karakteristik responden adalah 93% pria, dan hanya 7% yang wanita. Kisaran usianya adalah 66% mempunyai usia 20 – 30 tahun, 12% berusia 31 – 40 tahun, dan masing-masing 11% pada rentang usia kurang dari 20 tahun dan lebih dari 40 tahun. Tingkat pendidikan responden sebagian besar atau 80% Sarjana (S1), 11% Diploma 3 (D3), 5% Doktor (S3), dan 4% magister (S2). Posisi atau jabatan responden pada *startup business digital* didominasi oleh *chief executive officer* (CEO) sebanyak 57%, 16% menjabat sebagai *chief technology officer* (CTO), 9% sebagai *chief operating officer* (COO), 7% adalah pendiri, 4% *chief marketing officer* (CMO), 7% lainnya (*frontend developer, export manager, board member*, dan *business relation*). Jadi, responden penelitian ini didominasi oleh pria dengan rentang usia 20-30 tahun yang mempunyai tingkat pendidikan S1 dan mempunyai posisi sebagai CEO. Ini mengindikasikan bahwa pelaku *startup business digital* adalah orang muda yang mempunyai kemampuan teknologi untuk mengembangkan model bisnisnya.

Karakteristik *startup business digital* yang menjadi sampel penelitian ini mempunyai bidang usaha adalah 23% IT *service*, 16% *marketplace*, 11% *health-tech*, 11% *edu-tech*, 5% *agro-tech*, 3% *design marketing*, 3% *fin-tech*, 3% *entertainment*, dan 25% lainnya (*travel-tech, smart city, social commerce, food-tech, search for marketplace, software develop*). *Startup business digital* sudah melakukan kegiatan operasionalnya selama 1 – 5 tahun sebanyak 46%, kurang dari 1 tahun 41%, 6 – 10 tahun 9%, dan lebih dari 10 tahun 4%. Pendanaan usaha sebagian besar diperoleh dari investor sebanyak 89%, sedangkan sisanya diperoleh melalui utang bank. Omset *startup business digital* dalam satu tahun terakhir sebagian besar atau 55% masih pada rentang 0-Rp 100 juta, 21% lebih dari Rp 1 miliar, 18% pada rentang Rp 101 juta – Rp 500 juta, dan 6% pada rentang Rp 501 juta – Rp 1 miliar. Jadi, *startup business digital* yang menjadi sampel penelitian ini masih dalam tahapan *startup* dan *growth* sehingga capaian omset usahanya cukup beragam.

Statistik deskriptif yang menunjukkan distribusi frekuensi masing-masing variabel: kinerja bisnis (KB), praktik akuntansi manajemen (PAM), praktik akuntansi manajemen tradisional (PAM_TD), dan praktik akuntansi manajemen kontemporer (PAM_KT) disajikan pada Tabel 7 berikut ini.

Tabel 7 Statistik Deskriptif

	Min.	Maks.	Mean	Std. Deviasi
KB	1,17	5	3,61	0,78
PAM	2.63	5	3,97	0,57

PAM_TD	2,25	5	3,87	0,62
PAM_KT	2,75	5	4,08	0,61

Keterangan:
KB = kinerja bisnis
PAM = praktik akuntansi manajemen
PAM_TD = praktik akuntansi manajemen tradisional
PAM_KT = praktik akuntansi manajemen kontemporer

Tabel 7 di atas menunjukkan distribusi frekuensi dari masing-masing variabel. Kinerja bisnis (KB) mempunyai nilai mean sebesar 3,61 dengan standar deviasi 0,78. Ini berarti *startup business digital* yang menjadi sampel penelitian mempunyai disparitas kinerja yang cukup besar. Atau dengan kata lain, capaian kinerja bisnis antar *startup business digital* yang menjadi sampel sangat beragam. Informasi ini didukung oleh capaian omset *startup business digital* yang menjadi sampel sebagian besar berada pada rentang 0 – Rp 100 dan disusul dengan capaian omset yang lebih dari Rp 1 miliar. Jadi dapat disimpulkan bahwa *startup business digital* yang menjadi sampel penelitian berada pada tahapan *startup* dan *growth*.

Praktik akuntansi manajemen kontemporer (PAM_KT) mempunyai nilai mean (4,08) lebih tinggi dibandingkan mean praktik akuntansi manajemen tradisional (PAM_TD) (3,87). Sedangkan standar deviasi PAM_KT (0,61) lebih rendah dibandingkan PAM_TD (0,62). Ini berarti *startup business digital* yang menjadi sampel penelitian cenderung mengadopsi PAM_KT yang berfokus pada konsumen (*consumer focused*) dibandingkan PAM_TD yang berfokus pada pengendalian biaya atau keuangan (*cost focused*). Sedangkan praktik akuntansi manajemen (PAM) merupakan rata-rata dari PAM_TD dan PAM_KT. Ini dapat dilihat dari nilai meannya yang berada diantara mean PAM_TD dan PAM_KT sebesar 3,97. Standar deviasinya juga paling rendah dibandingkan PAM_TD dan PAM_KT sebesar 0.57, karena nilai PAM merupakan rata-rata dari keseluruhan PAM.

Pengujian hipotesis 1 (H1) dengan menggunakan persamaan (1), sedangkan pengujian H1a dan H1b menggunakan persamaan (2). Hasil pengujian disajikan pada Tabel 8 berikut ini.

Tabel 8 Hasil Pengujian Hipotesis

Persamaan (1): $KB_i = \beta_0 + \beta_1 * PAM_i + \varepsilon_i$			
Variabel	Koefisien	Nilai t (sign)	Kesimpulan
Konstanta	1,131	1,716 (0,092)	
PAM	0,623	3,793 (0,000)	H1 diterima
Persamaan (2): $KB_i = \beta_0 + \beta_1 * PAM_TD_i + \beta_2 * PAM_KT_i + \varepsilon_i$			
Konstanta	1,009	1,555 (0,126)	
PAM_TD	-0,068	-0,308 (0,759)	H1a ditolak
PAM_KT	0,702	3,091 (0,003)	H1b diterima

Tabel 8 menunjukkan bahwa H1 diterima karena nilai β_1 pada persamaan (1) adalah signifikan dan positif. Sedangkan H1a ditolak karena nilai β_1 pada persamaan (2) tidak signifikan. Dan H1b diterima karena nilai β_2 pada persamaan (2) adalah signifikan dan positif.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa H1 diterima. H1 pada penelitian ini adalah PAM mampu meningkatkan kinerja *startup business digital*. Ini mengindikasikan bahwa PAM secara keseluruhan mampu memberikan informasi relevan bagi pelaku *startup business digital* sehingga dapat meningkatkan ketepatan pengambilan keputusan. Ini akan berdampak positif terhadap kinerja. PAM secara keseluruhan mempunyai nilai mean yang merupakan rata-rata dari PAM tradisional dan PAM kontemporer, sehingga disparitas nya atau keberagaman skor pada PAM menjadi rendah. Secara statistik, hal ini dapat mendukung signifikansi PAM terhadap kinerja. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi hasil penelitian terdahulu yang telah membuktikan bahwa PAM mampu meningkatkan kinerja UKM konvensional (AbRahman dkk., 2016; Maziriri dan Mapuranga, 2017; Prihastiwi dan Sholihin, 2017; Pedroso dan Gomes, 2020). Ini berarti PAM mempunyai peranan dalam memberikan informasi relevan untuk kegiatan perencanaan, pengendalian serta upaya peningkatan baik pada UKM konvensional maupun UKM digital atau *startup business digital.*

Hasil pengujian H1a ditolak atau dengan kata lain H1a tidak terbukti secara empiris. PAM tradisional tidak berpengaruh terhadap kinerja startup business digital karena sebagaimana ditunjukkan dengan

karakteristik *startup business digital* yang memang masih berada pada tahapan *startup* dan *growth*. Karakteristik perusahaan pada tahapan ini memang masih dalam tahapan investasi berupa inovasi produk. Kebutuhan dana tidak terbatas hanya pada aktivitas produksi namun juga pemasaran. Ini untuk membentuk *branding* dan upaya-upaya untuk mendapatkan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan pada tahapan ini akan kesulitan untuk melakukan pengendalian biaya. Berdasarkan hasil wawancara dengan dua orang pelaku *startup business digital* mengkonfirmasi hasil penelitian. Sebagian besar *startup business digital* menerapkan strategi *take a bath*. Strategi ini adalah tindakan yang sengaja untuk rugi secara finansial atau istilah lainnya adalah *burning money*. *Burning money* dilakukan dalam bentuk edukasi masyarakat atas produk yang dihasilkan oleh *startup business digital*, promosi, dan kegiatan lainnya untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumen. Contoh: PT. Visionet Internasional yang berada di grup Lippo melakukan strategi burning money untuk memperkenalkan OVO sebagai alat pembayaran. OVO bekerja sama dengan Grab untuk alat pembayarannya. Promosi pada saat itu sangat gencar, konsumen dapat menikmati jasa dengan biaya sampai dengan Rp 0. Edukasi masyarakat ini membutuhkan waktu dan biaya. Saat ini, OVO bisa mendapatkan hasil atas upaya yang dilakukannya pada awal operasi. Periode pengembalian atau *payback period* pada *startup business digital* membutuhkan waktu antara 2-5 tahun. Pada periode tersebut, sulit bagi pelaku *startup business digital* untuk mengendalikan biaya secara ketat. Dan lagi, *mindset* pelaku *startup business digital* yang mengukur efektivitas produknya dari perolehan investor bukan menghasilkan laba. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang telah membuktikan bahwa PAM tradisional mampu meningkatkan kinerja UKM konvensional (Ahmad, 2017; Armitage dkk., 2016; Azudin dan Mansor, 2018; Mahfar dan Omar, 2004; Prihastiwi dan Sholihin, 2017; Sousa dkk., 2006; Sumkaew dkk., 2012; Zabri, 2015). Perbedaan hasil penelitian ini disebabkan oleh aktivitas operasional pada UKM konvensional yang tidak berbasis teknologi digital. Sehingga upaya pengendalian biaya yang dilakukan oleh UKM konvensional cenderung dapat diimplementasikan dibandingkan *startup business digital*.

Hasil pengujian H1b diterima. PAM kontemporer mampu meningkatkan *kinerja startup business digital*. PAM kontemporer berfokus pada upaya peningkatan nilai-nilai atau kualitas produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Hasil wawancara dengan dua orang pelaku *startup business digital* mengkonfirmasikan hal tersebut. Pelaku startup business digital menerapkan konsep *value based management*. Konsep ini berorientasi pada konsumen. Jadi pelaku bisnis digital harus mampu menghasilkan produk yang dapat menjawab kebutuhan masyarakat dan sekaligus menjadi solusi atas masalah dalam masyarakat. Contoh: Go-Jek hadir ketika ada masalah kemacetan pada jalan-jalan di kota besar khususnya Jakarta pada saat itu. Pengembangan produk Go-Jek seputar pemberian jasa transportasi. Saat ini, produk Go-Jek sudah berkembang pada penyediaan tenaga kebersihan untuk rumah tangga, kesehatan, dan masih banyak lagi. Ruang Guru merupakan contoh sukses *startup business digital* dalam bidang pendidikan. Ruang Guru memberikan solusi bagi orang tua yang kesulitan untuk mendampingi putra putrinya belajar di rumah. Kesuksesan Ruang Guru semakin nyata pada masa pandemi covid 19 ini. Go-Jek dan Ruang Guru saat ini sudah menjadi perusahaan besar dan sukses. Namun pada tahapan *start-up*, pelaku bisnis digital "agak mengabaikan" fokusnya pada pengendalian finansial. Pelaku-pelaku bisnis ini lebih berfokus pada upaya pengembangan produknya. Apabila mereka mengalami kendala dalam pengembangan produknya, mereka tidak segan-segan untuk meningkatkan kemampuan dan kompetensi individu pada perusahaannya. Ini dilakukan supaya mereka dapat mengembangkan produk yang dibutuhkan oleh konsumen.

5. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Praktek akuntansi manajemen (PAM) mampu meningkatkan kinerja *startup business digital*. PAM mempunyai manfaat untuk menghasilkan informasi yang dibutuhkan untuk mendukung pengambilan keputusan sehingga mampu meningkatkan kinerja *startup business digital*. PAM tradisional bukan merupakan faktor yang dapat meningkatkan kinerja *startup business digital*, namun PAM kontemporer. Ini mengindikasikan bahwa *startup business digital* cenderung mengadopsi PAM kontemporer dibandingkan PAM tradisional. PAM kontemporer mempunyai fokus pada upaya peningkatan kualitas produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Ini sesuai dengan *startup business digital* yang pada tahapan *startup* dan *growth* terus menerus berupaya untuk mengembangkan produknya agar sesuai dengan kebutuhan konsumen. Tahapan startup dan growth masih membutuhkan banyak dana untuk promosi, inovasi produk, dan pengembangan kualitas individu, sehingga *startup business digital* mengalami kesulitan apabila fokus pada pengendalian biaya. Ini menjelaskan mengapa PAM tradisional tidak berpengaruh terhadap kinerja pada *startup business digital*.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah masih minimnya respon karena sebagian responden berasal dari komunitas *startup business digital* dimana latar belakang dari perintis juga berbeda-beda, sehingga perlu diperjelas kembali tujuan penelitian ini untuk dipercaya oleh responden. Keterbatasan waktu dalam pengumpulan responden yang membuat penelitian ini minim responden.

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini sebaiknya untuk penelitian berikutnya, perlu memperhitungkan waktu yang diperlukan dalam penyebaran kuesioner. Saran praktis, perusahaan *startup business digital* sangat perlu untuk mempertimbangkan adopsi PAM terutama PAM kontemporer yang diadopsi dengan penerapan teknologi karena PAM kontemporer terbukti dapat meningkatkan kinerja bisnis terutama pada saat masa pandemi. Data dari responden juga merupakan data dimana responden menjawab terkait dengan keadaan saat ini sehingga hasil data terbukti bahwa pengadopsian PAM dapat meningkatkan kinerja bisnis secara keuangan maupun non-keuangan terutama dalam masa pandemi.

Rev_Dyna_Hasil_Revisi_Editor_1.doc

ORIGINALITY REPORT

10%	9%	3%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	lib.ibs.ac.id Internet Source	2%
2	repository.unika.ac.id Internet Source	1%
3	123dok.com Internet Source	1%
4	www.scribd.com Internet Source	1%
5	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	1%
6	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1%
7	docobook.com Internet Source	<1%
8	jurnal.umrah.ac.id Internet Source	<1%
9	jurnalfe.ustjogja.ac.id Internet Source	<1%

10	ocs.unud.ac.id Internet Source	<1 %
11	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
12	es.scribd.com Internet Source	<1 %
13	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	<1 %
14	mafiadoc.com Internet Source	<1 %
15	worldwidescience.org Internet Source	<1 %
16	www.aci-europe.org Internet Source	<1 %
17	Aryan Eka Prastya Nugraha, Novika Wahyuhastuti. "START UP DIGITAL BUSINESS: SEBAGAI SOLUSI PENGGERAK WIRAUSAHA MUDA", JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS, 2017 Publication	<1 %
18	Sonya Dwi RachmawatiI, Heti Mulyati, Megawati Simanjuntak. "PEMASARAN BERBASIS HUBUNGAN PADA KERJASAMA PERGURUAN TINGGI NEGERI: KASUS INSTITUT PERTANIAN BOGOR", TADBIR MUWAHHID, 2019	<1 %

	Publication	
19	arieflampung.blogspot.com Internet Source	<1 %
20	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	<1 %
21	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
22	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
23	journal.perbanas.ac.id Internet Source	<1 %
24	jurnal.stie-banten.ac.id Internet Source	<1 %
25	simdos.unud.ac.id Internet Source	<1 %
26	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
27	"Management Accounting in China and Southeast Asia", Springer Science and Business Media LLC, 2021 Publication	<1 %
28	repository.unikama.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes	On	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	On		