

# Analisis Kinerja Bisnis, Kinerja Pemasaran, Karakteristik Pemilik-Manajemen, dan Budaya Inovasi Terhadap Penggunaan Strategi Manajemen Akuntansi

Adityas Wahyuningsih<sup>1</sup>, Farinza Tiara Indani<sup>2</sup>, Juwita Andriani<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Siber Muhammadiyah, Indonesia

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received Dec 06, 2024

Revised Dec 18, 2024

Accepted Dec 22, 2024

### Keywords:

Strategi Manajemen Akuntansi  
Kinerja Bisnis  
Kinerja Pemasaran  
Budaya Inovasi  
Karakteristik Pemilik

## ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kinerja bisnis, kinerja pemasaran, karakteristik pemilik-manajemen, dan budaya inovasi terhadap penggunaan strategi manajemen akuntansi pada perusahaan di Jakarta dan Yogyakarta. Dengan menggunakan metode Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) versi 4.0, penelitian ini mengolah data dari 97 sampel yang diperoleh melalui survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja bisnis, kinerja pemasaran, dan budaya inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan strategi manajemen akuntansi. Namun, karakteristik pemilik-manajemen berpengaruh negatif, menunjukkan bahwa faktor kepemilikan dan pengambilan keputusan oleh pemilik cenderung menekan penerapan strategi manajemen akuntansi. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya inovasi, strategi pemasaran yang adaptif, dan kinerja bisnis yang kuat dalam mendukung optimalisasi strategi manajemen akuntansi guna meningkatkan daya saing perusahaan.

*This is an open access article under the [CC BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license.*



## Corresponding Author:

Adityas Wahyuningsih,  
Fakultas Bisnis dan Humaniora,  
Universitas Siber Muhammadiyah,  
Pakuncen, Wirobrajan, Yogyakarta, Indonesia  
Email: [adityas@sibermu.ac.id](mailto:adityas@sibermu.ac.id)

## 1. INTRODUCTION

Persaingan yang ketat di dunia usaha menekan pemilik dan manajerial untuk bertindak strategis, inovatif dan objective terhadap kesempatan dan peluang yang ada. Informasi finansial dan non-finansial akan memberikan referensi terpercaya bagi pemilik dan manajemen dalam mengambil keputusan. (Setiawan & Iskak, 2022). Keputusan bisnis dipertimbangkan sebagai bagian dari sistem manajemen akuntansi di dalam sebuah entitas. Informasi yang akurat dan memadai memiliki pengaruh terhadap pemanfaatan strategi manajemen akuntansi. Menurut Asosiasi akuntan profesional global (ACCA, 2020) manajemen akuntansi menawarkan layanan analisis keuangan yang tidak terbatas untuk organisasi. Manajemen akuntansi membuat, merumuskan dan menilai data keuangan untuk memastikan tim kepemimpinan dan manajerial memiliki figur yang dapat diandalkan untuk memberikan keputusan strategis. Keadaan yang fluktuatif dan menantang seringkali menuntut manajemen secara umum dan manajemen keuangan untuk fleksibel, cepat, terbuka dan andal. (Dau, Tran, Pham, & Nguyen, 2024).

Menurut penelitian (Rawski, 1997) Reformasi strategi manajemen akuntansi terjadi di Cina, berawal dari jenis, jumlah produksi sumber bahan baku dan pelanggan di tentukan oleh pemerintah karena sebagian besar perusahaan dimiliki negara, menjadi industri kecil yang difokuskan untuk memenuhi kebutuhan export. Mempercepat dan meningkatkan hubungan transportasi, komunikasi, sistem perpajakan, dan peraturan yang lebih sederhana, jelas dan stabil dilakukan pemerintah untuk meningkatkan ekonomi lokal China yang berorientasi export. Selain itu, konsep strategi manajemen akuntansi dan pengendalian dari Amerika dijadikan bagian penting dari kurikulum pendidikan

manajemen di sekolah dan universitas di China (Nie, 2005). Perekonomian Cina kini hanya berada di belakang Amerika Serikat, Jepang dan Jerman. Dari sini dapat dikatakan sangat penting peran penggunaan strategi manajemen keuangan untuk kemajuan negara.

Strategi manajemen akuntansi di Indonesia hingga kini juga terus berkembang sejalan dengan tantangan persaingan industry. Budgeting merupakan riset akuntansi keperilakuan pertama kali yang berkembang dari bidang akuntansi manajemen. Akuntansi manajemen dan akuntansi keperilakuan memiliki keterkaitan karena kesuksesan dalam menghasilkan informasi akuntansi manajemen sangat tergantung pada faktor perilaku manusia. Penelitian sudah berkembang pada pengujian terhadap konsep baru dalam akuntansi manajemen seperti activity based manajemen, customer orientation, cross-functional perspective, total quality manajemen, time as competitive element, efficiency dan Ebusiness, ABC system, dan balanced scorecard. Konsep-konsep tersebut diharapkan memberikan manfaat untuk perusahaan dalam implementasinya (Putri, 2008).

Penelitian strategi manajemen akuntansi di Indonesia beberapa kali dilakukan dengan hasil yang berbeda. Penelitian (Rusli, 2021) terhadap restoran di Jakarta, Bandung Surabaya dan Semarang menyatakan strategi manajemen accounting berpengaruh pada kinerja perusahaan dan bisnis strategi, namun bisnis strategi tidak berpengaruh pada kinerja perusahaan. Penelitian (Judijanto, Syamsulbahri, Mu'min, & Suardi, 2024) menyatakan Strategi manajemen keuangan sektor manufaktur Indonesia dipengaruhi oleh inovasi bisnis, ketahanan ekonomi dan kinerja keuangan. Penelitian (Setiawan & Iskak, 2022) menyatakan bahwa karakteristik pemilik-manajemen berpengaruh positif terhadap pembuatan keputusan bisnis.

Pengembangan literatur dan penelitian dalam bidang akuntansi telah memunculkan konsep manajemen strategi akuntansi. Strategi manajemen akuntansi sangat penting untuk membantu perusahaan mencapai tujuannya. Namun, penggunaan strategi manajemen akuntansi sering kali harus ditentukan oleh beberapa faktor. Oleh karena itu, penelitian ini fokus pada faktor kinerja bisnis, kinerja pemasaran, karakteristik pemilik-manajemen dan budaya inovasi perusahaan.

## 2. RESEARCH METHOD

Penelitian menggunakan metode kualitatif untuk mengurai hubungan strategi manajemen akuntansi terhadap kinerja bisnis, kinerja pasar, karakteristik perusahaan dan budaya inovasi pada perusahaan di Yogyakarta dan Jakarta. Metode pengumpulan data menggunakan metode purposive sampling dari karyawan (staff hingga manager) perusahaan di Yogyakarta dan Jakarta. Indikator yang digunakan untuk mengukur variable penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 1.** Indikator Variabel

Variabel	Rujukan	Pertanyaan
Strategi manajemen akuntansi (SMA)	(Dau, Tran, Pham, & Nguyen, 2024)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Semakin besar ukuran perusahaan memiliki penerapan akuntansi manajemen keuangan (pendapatan, biaya dan hasil bisnis) yang lebih baik</li> <li>Tingkat kesadaran dan pengelolaan manajemen yang baik memiliki penerapan manajemen keuangan (penganggaran biaya, peningkatan pendapatan dan performa bisnis) yang baik</li> <li>Pemegang manajemen keuangan di perusahaan saya memiliki level pendidikan dan jam terbang yang sudah tinggi</li> <li>Perusahaan, antar-department memberikan data dan informasi yang lengkap untuk kepentingan manajemen keuangan</li> </ol>

Kinerja Bisnis (KB)	(Truong & Nguyen, 2024)	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Perusahaan memberikan pelatihan yang dibutuhkan manajemen keuangan</li> <li>6. Perusahaan menggunakan sistem yang mumpuni atau sistem terintegrasi untuk manajemen keuangan</li> <li>1. Apakah perusahaan memiliki kemampuan mengembangkan bisnis dalam 3 tahun terakhir?</li> <li>2. Apakah perusahaan Anda memiliki reputasi yang baik di industry?</li> <li>3. Apakah customer menghargai kualitas produk/layanan perusahaan?</li> <li>4. Apakah perusahaan Anda mencapai target penjualan selama 3 tahun terakhir?</li> <li>5. Perusahaan Anda mencapai target keuntungan selama 3 tahun terakhir?</li> </ol>
Kinerja Pemasaran (KP)	(Salah & Ayyash, 2024)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penggunaan e-commerce mulai diperhitungkan&amp;dipertimbangkan oleh perusahaan untuk meningkatkan pemasaran.</li> <li>2. Penggunaan e-commerce mempercepat tingkat pertumbuhan pendapatan.</li> <li>3. Sejak menggunakan e-commerce, perusahaan mampu meningkatkan pasar dan pangsa pasar.</li> <li>4. Keuntungan lebih tinggi setelah menggunakan e-commerce.</li> <li>5. Penggunaan e-commerce meningkatkan interaksi antar perusahaan dan customer.</li> <li>6. Setelah menggunakan e-commerce interaksi perusahaan dengan customer/klien semakin baik.</li> </ol>
Karakteristik Pemilik- Manajerial (KPM)	(Setiawan & Panjaitan, 2024)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah pemilik perusahaan memberikan semangat dan motivasi untuk mencapai tujuan perusahaan?</li> <li>2. Apakah pemilik perusahaan memiliki dan menjalankan visi misi yang strategis?</li> <li>3. Apakah pemilik dalam mengambil keputusan mempertimbangkan pendapat manajerial?</li> <li>4. Apakah pemilik mendukung dan memberikan fasilitas keamanan, kesehatan/asuransi, dan</li> </ol>

		pengembangan diri untuk karyawan?
		5. Apakah pemilik perusahaan mendorong karyawannya kearah positif untuk mencapai tujuan perusahaan?
Budaya Inovasi (BI)	(Salah & Ayyash, 2024)	1. Manajemen secara aktif mencari ide-ide segar dan menyambut rekomendasi inovasi.
		2. Perusahaan kami selalu mencari metode baru untuk diterapkan dalam produksi dan penyediaan layanan
		3. Perusahaan kami selalu update dengan perkembangan jaman.
		4. Perusahaan memperhitungkan dan kadang menolak inovasi yang terlalu beresiko

Skala yang di gunakan adalah skala likert 1-5 dengan penjelasan 1 “sangat tidak setuju” hingga 5 “sangat setuju”. Variabel Y adalah strategi manajemen akuntansi dan variable X adalah kinerja bisnis, kinerja pemasaran, budaya inovasi dan karakteristik pemilik-manajemen. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan Partial Least Squares (PLS). SEM-PLS adalah metode kuat untuk mengetahui hubungan kompleks terutama dengan ukuran sampel kecil. SEM-PLS dapat melakukan pengujian model pengukuran dan struktural bersamaan, berguna untuk mengeksplorasi interaksi variable laten. SEM-PLS secara efisien menyelesaikan masalah terhadap hal-hal yang tidak normal pada data (Truong & Nguyen, 2024) Pengujian hipotesis berdasarkan pada signifikansi p-value dan koefisien nilai  $\beta$ . Hipotesis diterima jika p-value <  $\alpha$  0.005, jika nilai p-value >  $\alpha$  0.05 maka hipotesis tidak diterima (Setiawan & Panjaitan, 2024).

### 3. RESULTS AND DISCUSSIONS

#### Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan kuesioner google form yang di sebar di beberapa perusahaan di Jakarta dan Jogjakarta. Data yang di kumpulkan sebanyak 103 respondent, sedangkan yang dapat diolah 97 data. Responden memiliki rentang usia 19-51 tahun dengan persentase laki-laki 35% dan perempuan 65%. Responden penelitian ini 66,2% staff, SPV 5%, head 7%, manager 10%, direktur 2%, 9,8% lainnya sebagai freelancer, Guru dan Dokter.

#### Model Pengukuran

Pengukuran model yang di lakukan pertama adalah menghitung discriminant validity, convergent validity, dan composite reliability. Menurut (F. Hair, Jr, Ringle, & Sarstedt, 2013) discriminant validity merupakan metode untuk mengetahui perbedaan validitas nilai antar-variable, sedangkan validitas konvergen untuk mengukur kapasitas keakuratan variable. Discriminant validity dapt dilihat dari nilai loading factor dan AVE (Average variance extracted). Indikator yang dinyatakan memiliki tingkat validitas yang tinggi ketika nilai AVE > 0,5. Penelitian bersifat konfirmatori memiliki loading factor lebih dari 0,7, sedangkan nilai 0,6-0,7 bersifat eksploratori masih dapat diterima.

**Tabel 2.** Hasil Loading factors

Variabel	Indikator	Outer loadings	Keterangan
Budaya Inovasi	BI 1	0.853	Valid
	BI 2	0.883	Valid
	BI 3	0.823	Valid
	BI 4	0.805	Valid

Kinerja Bisnis	KB 1	0.812	Valid
	KB 2	0.907	Valid
	KB 3	0.877	Valid
	KB 4	0.801	Valid
	KB 5	0.812	Valid
Kinerja Pemasaran	KP 1	0.841	Valid
	KP 2	0.824	Valid
	KP 3	0.797	Valid
	KP 4	0.808	Valid
	KP 5	0.873	Valid
	KP 6	0.755	Valid
Kinerja Pemilik-Manajerial	KPM 1	0.893	Valid
	KPM 2	0.901	Valid
	KPM 3	0.865	Valid
	KPM 4	0.870	Valid
	KPM 5	0.877	Valid
Strategi manajemen akuntansi	SMA 1	0.826	Valid
	SMA 2	0.806	Valid
	SMA 3	0.814	Valid
	SMA 4	0.878	Valid
	SMA 5	0.651	Valid
	SMA 6	0.655	Valid

**Tabel 3. Discriminant Validity**

	Cronbach's alpha	Composite reliability	Average variance extracted (AVE)
BI	0.863	0.906	0.708
KB	0.902	0.925	0.711
KP	0.901	0.923	0.668
KPM	0.930	0.946	0.777
SMA	0.872	0.900	0.603

Berdasarkan tabel 2 *Loading factor* setiap indikator memiliki nilai lebih dari 0,7 meskipun ada 2 indikator yang memiliki angka 0,6 masih bisa diterima. Maka dapat disimpulkan indikator-indikator dari variable laten memiliki validitas konvergen yang baik dan dapat digunakan untuk pengolahan data. Nilai AVE masing-masing variable diatas 0,5, budaya inovasi 0,708, kinerja bisnis 0,711, kinerja pemasaran 0,668, karakteristik pemilik-manajerial 0,777 dan strategi manajemen akuntansi 0,603. Hal ini menunjukkan variable yang digunakan memiliki kapasitas keakuratan yang baik.

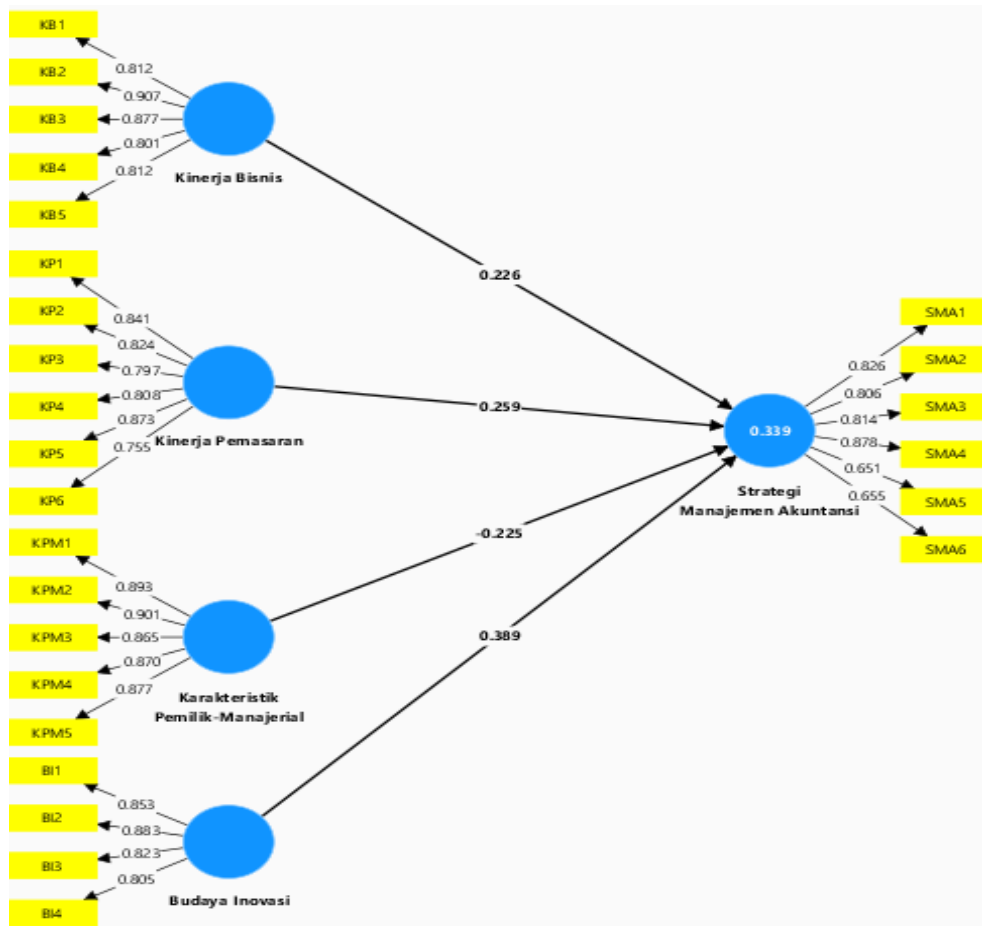
Tabel 3 juga memperlihatkan pengukuran variable potensial yang dilihat dari nilai reliabilitas komposit. Jika nilai komposit reliabiliti lebih dari 0,70 maka kelompok indikator yang mengukur variabel tersebut kuat (F. Hair, Jr, Ringle, & Sarstedt, 2013). Tabel 5 memperlihatkan variabel budaya inovasi 0,906, kinerja bisnis 0,925, kinerja pemasaran 0,923, karakteristik pemilik-manajerial 0,946 dan strategi manajemen akuntansi 0,900. Jadi, bisa dikatakan variable yang digunakan memiliki *composite reliability* yang kuat.

**Tabel 4. Fornell-Larcker Criterion**

	BI	KB	KP	KPM	SMA
BI	0.841				
KB	0.160	0.843			
KP	0.012	0.193	0.817		
KPM	0.008	0.113	0.185	0.881	
SMA	0.426	0.313	0.266	-0.148	0.776

**Hasil Analisis Model Struktural (Inner model)**

Penelitian ini melakukan uji R-square yang digunakan untuk menjelaskan pengaruh variable laten eksogen terhadap variable laten endogen. Semakin tinggi nilai R-square maka model semakin baik dalam memprediksi objek penelitian. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan software SEM-PLS 4.0. Model struktur yang dikaji dalam penelitian dipaparkan pada Gambar 1.



**Gambar 1. Inner Model**

Kriteria nilai R<sup>2</sup> 0,75 diartikan model yang dibangun kuat, 0,5 dikatakan moderat dan 0,25 model lemah (Ghazali, 2016). Hasil pengujian data penelitian ini dipaparkan pada Tabel 5. Berdasarkan Tabel 5 hasil uji R-Square sebesar 0.339 atau 33,9%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa faktor budaya inovasi, kinerja bisnis, kinerja pemasaran, karakteristik pemilik-manajerial mempengaruhi strategi manajemen akuntansi sebesar 33,9 % dan sisanya 66,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.

**Tabel 5. R-Square**

	R-square
Strategi_Manajemen Akuntansi	0.339

**Uji Hipotesis**

Pengujian untuk menganalisis kausalitas sehingga diketahui hubungan antar-variabel. Pengujian hipotesis dapat mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak. Hipotesis ditolak atau diterima dapat dilihat dari nilai p-value. Jika p-value < 0,05 maka hipotesis diterima, sedangkan p-value > 0,05 hipotesis ditolak atau tidak mendukung. Tabel 6 memperlihatkan hasil uji hipotesis penelitian ini. Hipotesis pertama memiliki nilai p-value 0,005 yang berarti hipotesis diterima. Kinerja bisnis berpengaruh pada strategi manajemen akuntansi. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Huyen, 2024); (Raksudjarit, et al., 2024); (Setiawan & Iskak, 2022). Hipotesis ke 2 memiliki p-value 0,001, hipotesis

diterima. Kinerja pemasaran berpengaruh terhadap strategi manajemen keuangan. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya (Sriyono, Effendi, & Sirait, 2023), (Roslender & Hart, 2002). Hipotesis ke 3 memiliki p-value  $0,027 < 0,05$  dengan nilai original sampel  $-0,225$  yang berarti hipotesis berpengaruh negatif. Hasil ini mengatakan bahwa karakteristik pemilik-manajerial berpengaruh negatif terhadap strategi manajemen akuntansi. Penelitian ini mendukung penelitian (Nainggolan, Surachman, Aisjah, & Sumiyati, 2023). Hipotesis terakhir memiliki nilai p-value  $0,000 < p\text{-value}$ , hipotesis diterima. Budaya Inovasi berpengaruh terhadap strategi manajemen akuntansi, yang sejalan dengan penelitian (Setiawan & Iskak, 2022), (Judijanto, Syamsulbahri, Mu'min, & Suardi, 2024).

**Tabel 6.** Hasil uji hipotesis

Variabel	Original sample	Sample mean	Standard deviation	T statistics	P values	Keterangan
Kinerja Bisnis -> Strategi Manajemen Akuntansi	0.226	0.233	0.080	2.807	0.005	diterima
Kinerja Pemasaran -> Strategi Manajemen Akuntansi	0.259	0.265	0.080	3.225	0.001	diterima
Karakteristik Pemilik-Manajerial -> Strategi Manajemen Akuntansi	-0.225	-0.230	0.102	2.209	0.027	diterima
Budaya Inovasi ->Strategi Manajemen Akuntansi	0.389	0.395	0.070	5.566	0.000	diterima

#### 4. CONCLUSION

Hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 6 yang memperlihatkan kinerja bisnis berpengaruh positif terhadap penggunaan strategi manajemen akuntansi dengan nilai p-value 0,005. Hal ini membuktikan kemampuan mengembangkan bisnis, reputasi yang baik, kualitas produk atau layanan, pencapaian target dipengaruhi oleh penggunaan strategi manajemen akuntansi. Menurut (Raksudjarit, et al., 2024) Peningkatan daya saing secara finansial dan non-finansial dipengaruhi oleh strategi manajemen akuntansi yang baik. Penelitian ini juga sejalan dengan (Setiawan & Iskak, 2022) strategi manajemen keuangan yang baik di pengaruhi oleh history kinerja bisnis yang baik. Perusahaan yang berorientasi pada pasar akan meningkatkan kinerja pemasaran (Sriyono, Effendi, & Sirait, 2023). Peningkatan kinerja pemasaran dan akuntansi melalui strategi manajemen dapat meningkatkan keunggulan kompetitif, strategis dan berkelanjutan (Roslender & Hart, 2002). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian ini, kinerja pemasaran dipengaruhi oleh penggunaan strategi manajemen akuntansi. E-commerce sebagai alat baru strategi perusahaan terbukti mampu meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan intensitas komunikasi dengan konsumen dan meningkatkan pendapatan perusahaan. (Nainggolan, Surachman, Aisjah, & Sumiyati, 2023) Karakteristik Pemilik-manajemen berpengaruh negatif terhadap penggunaan strategi manajemen keuangan. Semakin besar kepemilikan di perusahaan, pemilik atau manajemen cenderung memilih portofolio modal yang sedikit atau yang tidak memiliki hutang, karena kepetingan mereka terhadap asset mereka di perusahaan. Sehingga penggunaan strategi manajemen keuangan yang baik diperlukan untuk mendapatkan struktur modal yang diinginkan. Sejalan dengan hasil penelitian ini, karakteristik pemilik-manajemen berpengaruh terhadap penggunaan strategi manajemen akuntansi. E-commerce salah satu bentuk budaya inovasi terbukti berpengaruh terhadap kinerja pemasaran (Salah & Ayyash, 2024). Kinerja pemasaran yang baik dipengaruhi oleh penggunaan strategi manajemen akuntansi yang baik. Penelitian (Judijanto, Syamsulbahri, Mu'min, & Suardi, 2024) mengatakan bahwa inovasi bisnis juga dipengaruhi oleh kebijakan manajemen keuangan, sejalan dengan penelitian ini.

#### REFERENCES

- Acquaah, M. (2013). Management control systems, business strategy and performance: A comparative analysis of family and non-family business in a transition economy in sub-Saharan Africa. *Journal of Family Business Strategy*, 131-146. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.jfbs.2013.03.002
- Arce, C. G., Valderrama, D. A., Barragan, G. A., & Santillan, J. K. (2024). Optimizing Business Performance: Marketing Strategies for Small and Medium Businesses using Artificial Intelligence Tools. *Migration Letter*, 21, 193-201.

- Dau, H. H., Tran, N. T., Pham, Q. N., & Nguyen, C. H. (2024). Factors Affecting The Application of Management Accounting Of Revenue, Costs, And Business Results. *Corporate & Business Strategy review*, 5(1), 216-225. doi:10.22495/cbsrv5i1art20
- Elwisam, & Lestari, R. (2019). Penerapan strategi pemasaran, inovasi produk kreatif dan orientasi pasar untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKU. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 277-286.
- F. Hair, Jr, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). Editorial Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Rigorous Applications, Better Results and Higher Acceptance. *Long Range Planning*, 1-12.
- Gazi, M. S. (2024). Optimizing Regional Business Performance: Leveraging Business and Data Analytics in Logistics & Supply Chain Management for USA's Sustainable Growth. *Journal of Business and Management Studies*, 6(2), 144-152. doi:10.32996/jbms.2024.6.2.14
- Ghazali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS:23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huyen, V. T. (2024). Applying Strategic Management Accounting Techniques at Garment Enterprises in Northern Vietnam. *International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies*, 956-960.
- Judijanto, L., Syamsulbahri, Mu'min, H., & Suardi, S. (2024, Februari). Pengaruh Kinerja Keuangan, Inovasi Bisnis, Ketahanan Ekonomi terhadap Manajemen Keuangan pada Industri Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 3(1), 39-47.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2005). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, F., Han, N. Y., & Kurnianingsih, H. T. (2024). Kinerja manajerial: Peranan strategic management accounting dan pengaruh intelektual capital terhadap kinerja keuangan. *Proceeding of national conference on accounting & finance*, (pp. 260-267).
- Nainggolan, B. M., Surachman, S., Aisjah, S., & Sumiyati, S. (2023). Managerial ownership and company characteristics as determinants of capital structure. *Proceedings of the International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2023* (pp. 307-313). Indonesia: Social Science, Education and Humanities Research 817. doi:https://doi.org/10.2991/978-2-38476-202-6\_42
- Nie, K. (2005). Developing an Instrument for Assessing Chinese Business Strategy Orientation from Western Theoretical Underpinning. *Research and Practice in Human Resource Management*, 13(1), 92-99.
- Pertiwi, D. Y., & Siswoyo, B. B. (n.d.). Pengaruh orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Kripik Buah di Kota Batu. *Seminar Nasional dan The 3rd Call for Syariah Paper*, (pp. 231-238).
- Putri, I. D. (2008). Implikasi Riset Akuntansi Keperilakuan Terhadap Pengembangan Akuntansi Manajemen. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 1-17.
- Raksudjarit, S., Namburi, N., Tobrakhon, P., Kaewfai, J., Waranantakul, W., & Wareebor, J. (2024). THE POWER OF STRATEGIC MANAGEMENT ACCOUNTING FOR ENHANCING PERFORMANCE EFFICIENCY OF THE FOOD INDUSTRY. *Asian Administration and Management Review*, 7(1), 92-101.
- Ramdan, M. R., Aziz, N. A., Abdullah, N. L., Samsudin, N., Singh, G. S., Zakaria, T., . . . Ong, S. Y. (2022). SMEs Performance in Malaysia: The Role of Contextual Ambidexterity in Innovation Culture and Performance. *Sustainability*, 1-18.
- Rawski, T. G. (1997). China's State Enterprise Reform - An Overseas Perspective. *China Economic Review*, 8(1), 89-98.
- Roslender, R., & Hart, S. J. (2002). Integrating Management Accounting and Marketing In The Pursuit of Competitive Advantage: The Case For Strategi Management Accounting. *Critical Perspectives on Accounting*, 13, 255-277. doi:doi:10.1006/cpac.2001.0477
- Rusli, Y. M. (2021). Peran Strategi Management Accounting Terhadap Hubungan Antara Strategy dan Organizational Performance dalam menghadapi Pandemi Covid-19. *Media Ilmiah Akuntansi*, 9(1), 25-44.
- Salah, O. H., & Ayyash, M. M. (2024). E-commerce adoption by SMEs and its effect on marketing performance: An. *Journal of Open Innovation: Technology, Market,* 10(1), 1-13. doi:https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100183
- Setiawan, A. S., & Iskak, J. (2022). Strategic Management Accounting: Historical Business Performance, Owner-Management Characteristics,. *Jurnal Akuntansi*, 27(02), 197-217. doi:http://dx.doi.org/10.24912/ja.v27i2.1243
- Setiawan, A. S., & Panjaitan, D. (2024). Owner/Management characteristics, Business Characteristics, and Business Decision-Making. *Jurnal Riset Akuntansi Keuangan*, 9, 70-84.
- Situmorang, C. V., & Simanjuntak, A. (2021). Pengaruh Strategic Management Accounting dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar, dan Kualitas Pimpinan terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal akuntansi dan bisnis*, 7(2), 100-108. doi:http://dx.doi.org/10.31289/jab.v7i2.4312
- Sriyono, Effendi, M. I., & Sirait, A. (2023). The Practice Of Strategic Management Accounting In Public Sector Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 21-39.
- Truong, B. T., & Nguyen, P. V. (2024). Driving business performance through intellectual capital, absorptive capacity,. *Asia Pacific Management Review*, 64-75. doi:https://doi.org/10.1016/j.apmr.2023.06.004

- Turner, M. J., Way, S. A., Hodari, D., & Wittemen, W. (2017). Hotel property performance: The role of strategic management accounting. *International Journal of Hospitality Management*, 33-43. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.02.001>
- Zhou, Y., Zhou, Y., Zhang, L., Zhao, X., & Chen, W. (2022). Effects of Top Management Team Characteristics on Patent Strategic Change and Firm Performance. *Front Psychol*, 12, 1-10.