

LAPORAN AKHIR

PENELITIAN DOSEN PEMULA (PDP)



***INTELLECTUAL CAPITAL DAN TEKNOLOGI DIGITAL  
TERHADAP KUALITAS INFORMASI AKUNTANSI MANAJEMEN  
UNTUK KEBIJAKAN KOTA KREATIF***

**Tim Peneliti Pengusul**

Daryanto Hesti Wibowo, SE, MA, Ak, CA (Ketua)

NIDN. 0320107201

Heksawan Rachmadi, SE, M.Si, Ak, CA

NIDN. 0303107704

**INSTITUT ILMU SOSIAL DAN MANAJEMEN STIAMI**

**2017**

**HALAMAN**  
**PENGESAHAN**  
**PENELITIAN DOSEN PEMULA**

**Judul Penelitian** : *Intellectual Capital* dan Teknologi Digital terhadap Kualitas Informasi Akuntansi Manajemen untuk Kebijakan Kota Kreatif

**Kode>Nama Rumpun Ilmu** : 562 / Akuntansi

**Bidang Unggulan PT** : Akuntansi

**Topik Unggulan** : Ekonomi Kreatif

**Ketua Peneliti:**

a. Nama Lengkap : Daryanto Hesti Wibowo, SE, MA, Ak, CA

b. NIDN : 0320107201

c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli

d. Program Studi : Ilmu Administrasi STIAMI

e. Nomor HP : 0811925661

f. Alamat surel (e-mail) : wibowodar@gmail.com

**Anggota Peneliti**

a. Nama Lengkap : Heksawan Rachmadi, SE, M.Si, Ak, CA

b. NIDN : 0303107704

c. Perguruan Tinggi : STIAMI

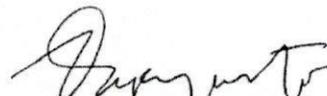
Jakarta, 09-06-2016

Mengetahu,  
Dekan Ilmu Administrasi



Dr. Bambang Irawan, M.Si, MM  
NIK. 200130580

Ketua Peneliti,



Daryanto Hesti Wibowo, SE, MA, Ak, CA  
NIK. 20132010972

Menyetujui,  
Ketua lembaga penelitian



Dr. H. A. H. Rahadian, M.Si  
NIK. 201219447

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan mengetahui peran *intellectual capital* dan teknologi digital terhadap informasi akuntansi manajemen untuk kebijakan kota kreatif di Bandung. Kota tersebut mendapat predikat Kota Kreatif (*Creative City*) yang ditetapkan oleh UNESCO di penghujung 2015. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif berdasarkan survei yang akan dilakukan di Pemerintah Kota Bandung. Penelitian terfokus pada variabel (Y), Kualitas Sistem Informasi Manajemen, variabel (X1), Intellectual Capital yang terdiri dari dua dimensi, Human Capital dan Renewal & Development dan variabel (X2), Teknologi digital dengan dua dimensi, Management Control dan Inovasi. Kajian ini akan menjawab permasalahan bagaimana sistem informasi akuntansi manajemen dapat memenuhi kebutuhan informasi berkualitas bagi penggunaannya dalam industri kreatif untuk proses pengambilan keputusan untuk pengembangan kota kreatif. Kajian membahas industri kreatif pada pemerintah kota yang sangat mendorong industri kreatif sebagai salah satu alternatif sumber perekonomian dan pembangunan masyarakat urban. Hasil kajian ini akan membantu pemerintah kota dalam mengambil keputusan strategis untuk memacu pertumbuhan sektor industri ini. Pada akhirnya menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi manajemen memainkan peran penting dalam mempromosikan akuntabilitas, efisiensi dan efektivitas pelayanan sektor publik, khususnya ekonomi kreatif.

**Kata kunci:** *informasi akuntansi manajemen, intellectual capital, teknologi digital, kebijakan kota kreatif*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	1
RINGKASAN.....	2
DAFTAR ISI .....	3
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	4
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Manajemen.....	9
B. Intellectual Capital.....	9
C. Teknologi Digital.....	10
D. Kerangka Pemikiran.....	12
BAB III METODOLOGI	
A. Data.....	13
B. Operasionalisasi Variabel.....	13
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	15
B. Pembahasan.....	16
BAB V SIMPULAN	
Simpulan.....	19
BAB VI PEMBIAYAAN	
Ringkasan Biaya.....	20
DAFTAR PUSTAKA	

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan jaringan dunia perkotaan dan persaingan telah menyebabkan kota-kota di dunia berubah secara drastis. Dipicu oleh bisnis transnasional dan juga institusi publik, dimungkinkan oleh teknologi informasi dan komunikasi (TIK), jaringan produksi global dan rantai pasokan telah menyebar ke seluruh dunia bagaikan tentakel (Landry, 2008).

Pelayanan sipil (Pemerintah Kota) bertanggung jawab untuk biaya produksi serendah mungkin sesuai dengan spesifikasi, kriteria dan indikator yang ditetapkan dalam sistem politik. Dewan tidak turut campur atas cara produk kota dibuat atau disampaikan. Departemen dikontrak oleh pemerintah kota dan menginformasikan dewan melalui sistem informasi yang transparan tentang kemajuan dan penyimpangan dalam proses produksi. (Hall & Landry, 1997).

Perbedaan ekspektasi atas informasi yang disajikan oleh akuntan manajemen sering menimbulkan kesenjangan antara manajemen dan akuntan. Pierce & O' Dea (2003) membeberkan harapan para manajer atas peran akuntan manajemen yang lebih besar dengan menyediakan informasi yang sesuai dengan kebutuhan manajemen. Sehingga kesenjangan persepsi antara akuntan dan manajer dapat dipersempit. Belkoui (2002) menyatakan bahwa akuntansi manajemen tidak hanya tentang akuntansi tetapi juga mencakup dimensi organisasional, perilaku, pengambilan keputusan dan hal lain yang bersifat strategis sehingga menggeser peran akuntansi manajemen. Demsky (1994) menambahkan bahwa peran manajer yang memiliki skill profesional yang tinggi memerlukan informasi akuntansi manajemen yang tepat guna bagi pengambilan keputusan.

Perdagangan dunia atas barang dan jasa berbasis industri kreatif dalam Special Edition of the United Nations Creative Economy Report, telah membukukan perdagangan sebesar USD 624 milyar pada 2011, merupakan peningkatan lebih dari dua kali lipat dibandingkan dengan tahun 2002. Bersamaan dengan peningkatan itu, kreativitas dan budaya ternyata memiliki nilai non-moneter yang signifikan dalam pembangunan social dalam masyarakat melalui dialog dan pemahaman antar anggota masyarakat.

Di Indonesia, pemerintah sudah meluncurkan *blue print* tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif 2025 pada bulan Juni 2008, dan menjadikan tahun 2009 sebagai Tahun Industri Kreatif. Hal ini merupakan sinyal keseriusan pemerintah dalam mengembangkan industri

kreatif. Persentase kontribusi GDP industri kreatif di beberapa negara berkisar antara 2,8% (Singapura) sampai dengan 7,9% (Inggris) dan tingkat pertumbuhan industri kreatif di beberapa negara berkisar antara 5,7% (Australia) dan 16% (Inggris).

Di Indonesia dalam Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2015-2019, sejak 2010 secara rata-rata tumbuh sebesar 5% per tahun. Bahkan, pada tahun 2013, ekonomi kreatif mengalami pertumbuhan sebesar 5,76% yang sedikit lebih tinggi daripada pertumbuhan ekonomi nasional. Ekonomi kreatif juga berkontribusi cukup besar terhadap pendapatan domestik bruto, rata-rata sekitar 7,1% dari PDB.

Munaf (2015) sebagai Kepala Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia mengungkapkan bahwa ekosistem industri kreatif di Indonesia masih berantakan. sedang melakukan upaya-upaya untuk mengembangkan ekosistem tersebut. Bekraf masih berdiskusi dengan berbagai pihak, seperti mengulas investasi asing mana yang bisa masuk ke Indonesia atau tidak. Hal ini perlu dilakukan untuk kemajuan industri kreatif ke depan.

Menurut Ridwan Kamil, Walikota Bandung yang ingin menjadikan kota yang dipimpinnya itu menjadi kota kreatif, kendala utama dalam industri kreatif Indonesia diantaranya royalti, pengetahuan mengenai hak intelektual, proses distribusi dan regulasi (Kamil, 2009). Selain itu, industri yang baru berkembang ini dihadapkan dengan masalah pendanaan. Namun Kamil (2014) menyatakan bahwa sebenarnya banyak investor besar di Singapura untuk membiayai sektor kreatif di Bandung, tetapi mereka belum mendapatkan informasi yang jelas. Dalam memajukan industri ini Kamil (2015) menyatakan perlu adanya upaya menambah nilai produk (*added value product*) dan menciptakan nilai produk baru (*brand new product value*).

Kreatifitas sudah menjadi konsep utama dalam agenda kerja para manajer kota, agen pembangunan dan perencana yang sedang mencari bentuk baru pembangunan ekonomi urban (Yigitcanlar, 2008). Creative Urban Region (CUR) diartikan sebagai wilayah kreatif perkotaan menyediakan kesempatan berlimpah atas produksi pengetahuan. Dengan potensi yang dimiliki, industri kreatif dapat diharapkan menjadi penggerak ekonomi masyarakat yang berkontribusi pada peningkatan perekonomian daerah.

Saat ini, lebih dari setengah populasi dunia tinggal di kota. Konsep '*Creative Cities*' UNESCO didasarkan pada keyakinan bahwa budaya dapat memainkan peran penting dalam pembaruan perkotaan. Para pembuat kebijakan semakin memperhitungkan peran kreativitas ketika merencanakan kebijakan ekonomi. Tidak hanya industri kreatif meningkatkan kualitas hidup warga dengan berkontribusi terhadap struktur sosial kota dan keragaman

budaya, industri kreatif juga memperkuat rasa kebersamaan dan membantu menentukan identitas bersama.

Hubungan antara negara dan masyarakat dalam hal tanggung jawab bersama menyiratkan cakupan dimensi sosial dalam masyarakat sipil dan cara kerja pasar (Midttun, 2005). Hal ini berarti bahwa domain publik tidak lagi dianggap sebagai milik eksklusif negara, sehingga membutuhkan partisipasi masyarakat baik melalui organisasi bisnis dan masyarakat sipil

Motivasi pengusaha budaya dan kreatif mungkin akan berbeda sesuai dengan individu dan sektor *Cultural Creative Industry* (CCI) di mana mereka beroperasi. Ketegangan antara pencipta karya budaya dan pengusaha, khas dari banyak perusahaan CCI sering tercermin dalam keinginan untuk memprioritaskan nilai budaya penciptaan dengan sedikit motivasi untuk menghasilkan nilai ekonomi (berorientasi penciptaan), sementara pengusaha akan memprioritaskan eksploitasi ekonomi atas nilai budaya (berorientasi pertumbuhan) (Kooyman, 2010).

Sektor kreatif dan budaya menawarkan potensi besar dan tak terduga untuk kemitraan sebagai jembatan pendanaan. Monreal dan Hassan (2013) menegaskan bahwa ia menyediakan prospek investasi yang menarik bagi sektor swasta, namun memerlukan lingkungan dan suara sosial pendekatan yang menghormati dan menguntungkan masyarakat setempat. Untuk merealisasikan potensi yang ada diperlukan penerapan akuntansi dalam organisasi. Menurut Hoque dan Moll (2001) akuntansi memegang peran penting untuk mencapai kauntabilitas, efisiensi dan efektifitas di dalam sektor publik.

Konsep 'kewirausahaan budaya' telah memperoleh pengakuan selama dekade terakhir (Klamer, 2006). Motivasi pengusaha budaya dan kreatif mungkin akan berbeda sesuai dengan individu dan sektor *Cultural Creative Industry* (CCI) di mana mereka beroperasi. Ketegangan antara pencipta karya budaya dan pengusaha, khas dari banyak perusahaan CCI sering tercermin dalam keinginan untuk memprioritaskan nilai budaya penciptaan dengan sedikit motivasi untuk menghasilkan nilai ekonomi (berorientasi penciptaan), sementara pengusaha akan memprioritaskan eksploitasi ekonomi atas nilai budaya (berorientasi pertumbuhan) (Kooyman, 2010). Wibowo (2014) memandang itu menjadi sebuah tantangan untuk menyelaraskan antara dua sektor karena orientasi keuntungan.

Karena adanya gap antara pengusaha dan pencipta karya menjadi tantangan bagi akuntan manajemen untuk menyediakan informasi yang dapat meredakan ketegangan di antara keduanya. Tayles et al (2007) menyebutkan bahwa sistem informasi akuntansi manajemen mencerminkan orientasi perusahaan. Jika perusahaan lebih focus pada intangible dan

*intellectual capital* tentu memerlukan penekanan yang berbeda dengan perusahaan yang memiliki fokus berbeda. Guthrie (2001) menambahkan bahwa *intellectual capital* merupakan hal yang berpengaruh dalam menentukan nilai perusahaan dan kinerja ekonomi nasional. Sehingga kita dapat menyusun metrik yang dapat digunakan untuk mencatat dan melaporkan nilai perusahaan.

Selain *intellectual capital*, sistem pelaporan akuntansi juga dituntut mengakomodasi budaya. Ban Ki-moon (2013), Sekretaris Jenderal PBB menyampaikan dalam sidang umum bahwa terlalu banyak program pembangunan yang gagal karena dalam penyusunannya tidak mempertimbangkan aspek budaya. Perbedaan ekspektasi atas informasi yang disajikan oleh akuntan manajemen sering menimbulkan kesenjangan antara manajemen dan akuntan. Pierce & O' Dea (2003) membeberkan harapan para manajer atas peran akuntan manajemen yang lebih besar dengan menyediakan informasi yang sesuai dengan kebutuhan manajemen. Sehingga kesenjangan persepsi antara akuntan dan manajer dapat dipersempit. Belkoui (2002) menyatakan bahwa akuntansi manajemen tidak hanya tentang akuntansi tetapi juga mencakup dimensi organisasional, perilaku, pengambilan keputusan dan hal lain yang bersifat strategis sehingga menggeser peran akuntansi manajemen. Demsky (1994) menambahkan bahwa peran manajer yang memiliki skill profesional yang tinggi memerlukan informasi akuntansi manajemen yang tepat guna bagi pengambilan keputusan.

Aspek-aspek yang disebutkan di atas perlu dipertimbangkan dalam penyusunan sistem informasi akuntansi manajemen karena akan mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh pengguna laporan. Well & Greilling (2011) menyebutkan bahwa informasi akuntansi dapat mempengaruhi pengambilan keputusan manajerial baik secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi perilaku manajer. Pengaruh itu nantinya akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Sejauh mana ketergantungan dapat ditempatkan pada informasi akuntansi oleh manajer kembali mengemuka sebagai isu dalam perdebatan mengenai relevansi akuntansi manajemen dengan digitalisasi dalam organisasi menjadi lebih signifikan (Boiney 2000; Chandra 2001; Sutton 2000). Dengan perusahaan yang menjadi semakin peduli atas proses dan pengolahan informasi digital yang berkaitan dengan produksi dan pengiriman produk dan layanan digital dan fisik, tantangannya akan terletak pada bagaimana tetap mencukupi kepercayaan dalam pemantauan, pengukuran, dan penilaian aktivitas organisasi. (Bhimani, 2003).

Dengan meningkatnya intensitas pengetahuan dari ekonomi kontemporer dan kebutuhan untuk inovasi dalam rangka mempertahankan keunggulan kompetitif, telah menjadi keharusan bagi negara-negara untuk memasuki ranah kreativitas dengan potensi besarnya itu. Hal ini menjadi lebih mudah dengan kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi (TIK), yang secara progresif menghubungkan negara-negara dan wilayah di seluruh dunia. Peluang demikian diciptakan bagi negara-negara berkembang untuk mengakses pasar global dengan produk kreativitas mereka dan keragaman budaya dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin dan melakukannya secara langsung, tanpa perantara (Unctad, 2008)

## **B. Permasalahan**

Dari fenomena di atas, permasalahan yang dihadapi industri kreatif dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Pemerintah kota belum memiliki sistem informasi akuntansi manajemen yang berkualitas untuk pengembangan kota kreatif.
2. Penggunaan teknologi digital dalam pengembangan industri kreatif urban masih minim.
3. *Intellectual Capital* yang belum dikelola dan diinformasikan dengan baik.

## **C. Tujuan**

Berdasarkan permasalahan di atas, kajian ini akan menjawab permasalahan bagaimana sistem informasi akuntansi manajemen dapat memenuhi kebutuhan informasi berkualitas bagi penggunaannya dalam industri kreatif untuk proses pengambilan keputusan untuk pengembangan kota kreatif.

Kajian membahas industri kreatif pada pemerintah kota yang sangat mendorong industri kreatif sebagai salah satu alternatif sumber perekonomian dan pembangunan masyarakat urban. Hasil kajian ini akan membantu pemerintah kota dalam mengambil keputusan strategis untuk memacu pertumbuhan sektor industri ini. Pada akhirnya menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi manajemen memainkan peran penting dalam mempromosikan akuntabilitas, efisiensi dan efektivitas pelayanan sektor publik, khususnya industri kreatif.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Manajemen**

Perbedaan ekspektasi atas informasi yang disajikan oleh akuntan manajemen sering menimbulkan kesenjangan antara manajemen dan akuntan. Pierce & O' Dea (2003) membeberkan harapan para manajer atas peran akuntan manajemen yang lebih besar dengan menyediakan informasi yang sesuai dengan kebutuhan manajemen. Sehingga kesenjangan persepsi antara akuntan dan manajer dapat dipersempit. Belkoui (2002) menyatakan bahwa akuntansi manajemen tidak hanya tentang akuntansi tetapi juga mencakup dimensi organisasional, perilaku, pengambilan keputusan dan hal lain yang bersifat strategis sehingga menggeser peran akuntansi manajemen. Demsky (1994) menambahkan bahwa peran manajer yang memiliki skill professional yang tinggi memerlukan informasi akuntansi manajemen yang tepat guna bagi pengambilan keputusan.

Aspek-aspek yang disebutkan di atas perlu dipertimbangkan dalam penyusunan sistem informasi akuntansi manajemen karena akan mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh pengguna laporan. Well & Greilling (2011) menyebutkan bahwa informasi akuntansi dapat mempengaruhi pengambilan keputusan manajerial baik secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi perilaku manajer. Pengaruh itu nantinya akan mempengaruhi nilai perusahaan.

#### **B. Intellectual Capital**

Intellectual Capital (IC) berperan penting dalam industry kreatif, sehingga manajemen dalam industri ini membutuhkan pasokan informasi dari akuntan manajemen dalam pengelolaannya. Menurut Tayles (2007), manajer menyadari bahwa tingkat dan bentuk IC dalam perusahaan mempengaruhi peneralan akuntansi manajemen. Guthrie (2001) menyakini bahwa IC dalam abad baru ini akan menjadi hal penting dalam penentuan nilai perusahaan bahkan perekonomian nasional. Berdasarkan bukti empiris yang diungkap Sousa & Alves (2012) proses penciptaan nilai (value creation) sangat terkait dengan tingkat IC. Studi tersebut juga meneliti pengaruh mediasi Sistem Akuntansi Manajemen melalui efek positif langsung pada IC.

'Cities' General Intellectual Capital Model' (CGICM) adalah pendekatan transversal yang mencakup semua kegiatan ekonomi kota atau semua mikro-cluster ekonomi dimana

kegiatan ekonomi dirakit. CGICM pada dasarnya didasarkan pada model bagi negara-negara yang dikembangkan oleh Edvinsson dan Malone (1997) dan Bontis (2002).

Kategori IC meliputi: modal keuangan, modal manusia, modal proses, pasar modal, dan pembaharuan dan modal pembangunan. Berdasarkan struktur penting ini, beragam fokus beragam kapital dari indikator akan dirakit sebagai berikut.

#### *Human Capital*

Modal manusia mencakup pengetahuan, kebijaksanaan, keahlian, intuisi, dan kemampuan individu untuk mewujudkan tugas dan tujuan kota. Fokus ini juga mencakup nilai-nilai budaya dan filosofi kota. Modal manusia adalah milik individu, bukan kota.

#### *Process Capital*

Kerjasama dan aliran pengetahuan memerlukan aset intelektual yang terstruktur, sistem informasi, perangkat keras, perangkat lunak, database, laboratorium, struktur organisasi, dan manajemen fokus, yang mempertahankan dan memperkuat output dari modal manusia. Modal struktural tersebut adalah modal yang tetap di kota setelah karyawan pulang.

#### *Market Capital*

Model awal, yang dirancang untuk mengukur aset intelektual organisasi, berhubungan dengan pasar modal dan pelanggan modal, yang artinya, aset yang sama yang tertanam dalam hubungan dengan pelanggan organisasi. Ketika kita membahas pengukuran aset intelektual kota, pelanggan terdiri dari pasar tersebut, kota yang mempertahankan kontak nasional dan internasional. Aset pasar mencerminkan aset umum tertanam dalam hubungan kota dengan pasar internasional. Aset di titik fokus ini antara loyalitas warga kota, kepuasan diungkapkan oleh pelanggan strategis, nilai merek, dan sebagainya.

#### *Renewal and Development Capital*

Hal ini mencerminkan kemampuan kota dan investasi aktual dalam pembangunan dan pembaharuan masa depan melalui eksploitasi kekuatan kompetitif di pasar masa depan. Pembaharuan dan pengembangan aset termasuk investasi dalam penelitian dan pengembangan, paten, merek dagang, perusahaan start-up, dan sejenisnya.

### **C. Teknologi Digital**

Dengan meningkatnya intensitas pengetahuan dari ekonomi kontemporer dan kebutuhan untuk inovasi dalam rangka mempertahankan keunggulan kompetitif, telah menjadi keharusan bagi negara-negara untuk memasuki ranah kreativitas dengan potensi besarnya

itu. Hal ini menjadi lebih mudah dengan kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi (TIK), yang secara progresif menghubungkan negara-negara dan wilayah di seluruh dunia. Peluang demikian diciptakan bagi negara-negara berkembang untuk mengakses pasar global dengan produk kreativitas mereka dan keragaman budaya dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin dan melakukannya secara langsung, tanpa perantara (Unctad, 2008)

Sejauh mana ketergantungan dapat ditempatkan pada informasi akuntansi oleh manajer kembali mengemuka sebagai isu dalam perdebatan mengenai relevansi akuntansi manajemen dengan digitalisasi dalam organisasi menjadi lebih signifikan (Boiney 2000; Chandra 2001; Sutton 2000). Dengan perusahaan yang menjadi semakin peduli atas proses dan pengolahan informasi digital yang berkaitan dengan produksi dan pengiriman produk dan layanan digital dan fisik, tantangannya akan terletak pada bagaimana tetap mencukupi kepercayaan dalam pemantauan, pengukuran, dan penilaian aktivitas organisasi. (Bhimani, 2003).

Peran akuntan manajemen di masa datang bisa jadi didasarkan atas penyesuaian potensi generasi informasi serta profil informasi untuk memicu respons manajerial lebih kreatif (Boiney 2000; Sutton 2000). Sistem akuntansi manajemen dapat, dalam beberapa kasus, menjadi penentu produksi informasi baru dan penyedia laporan informasi tersintesa yang baru untuk mendorong reaksi manajerial non-standar. Dalam konteks seperti itu, isu-isu pemantauan komparatif akan muncul.

Salah satu teori yang banyak dipakai dalam penelitian tentang penerimaan terhadap teknologi (Technology Acceptance Model) adalah TAM yang dikembangkan oleh Fred Davis dan Richard Bagozzi (Davis & Warshaw, 1992). Teori berpijak pada teori Fishben yaitu theory of reasoned action (TRA), yang membahas perilaku seseorang untuk menerima atau menolak teknologi dalam suatu aktivitas. Penerimaan teknologi mengacu pada persepsi terhadap dimensi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi tentang kemanfaatan (*perceived of usefulness*). Semakin mudah teknologi diadaptasi oleh masyarakat maka semakin mudah juga penerimaan teknologi. Demikian pula dengan persepsi kemanfaatan. Bila teknologi Dianggap memberikan banyak manfaat maka masyarakat akan semakin cepat menerimanya. Li & Huang (2009) juga berpendapat bahwa tujuan dari TAM adalah untuk menjelaskan dan memperkirakan kemungkinan penerimaan suatu teknologi yang didasarkan pada dua dimensi yakni *perceived ease of use* and *perceived of usefulness*.

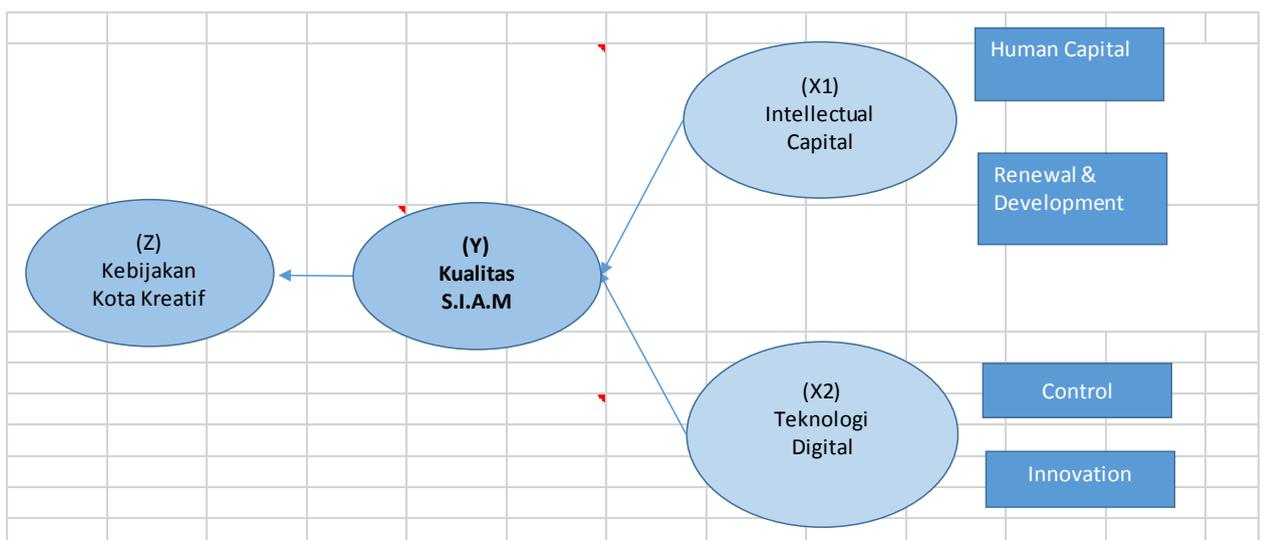
Berdasarkan persepsi pengguna terhadap kedua dimensi dari TAM, proses teori ini dapat dijelaskan dalam diagram sebagai berikut:

Dari diagram di atas terlihat bahwa TAM merupakan pengembangan dari teori perilaku yang mengaitkan antara sikap dan perilaku seseorang terhadap teknologi. Hal ini dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap dimensi *perceived ease of use* dan dimensi *perceived of usefulness*. Kedua dimensi itu dipengaruhi oleh variabel eksternal. Selanjutnya kedua dimensi tersebut mempengaruhi sikap dalam aktivitas penggunaan, perilaku dalam menggunakan dan penggunaan sistem actual.

Proses penerimaan atau penolakan terhadap suatu hal yang dianggap baru seringkali dijumpai dalam masyarakat. Rogers (1995) mengemukakan bahwa jika suatu inovasi diperkenalkan maka akan menimbulkan konsekuensi atas perubahan yang terjadi. Sehingga inovasi yang berkaitan dengan teknologi akan berhadapan dengan resistensi dari penggunanya.

#### D. Kerangka Pikir Penelitian

Gambar 1. Kerangka pikir



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Rancangan penelitian yang akan digunakan untuk menganalisis penelitian mengenai “Intellectual Capital dan Teknologi Digital terhadap Kualitas Informasi Akuntansi Manajemen adalah tipe penelitian penjelasan (*explanatory / confirmatory research*), karena penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel dengan melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

#### **A. Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah terstruktur dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi dari komite audit sebagai responden dalam penelitian ini. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga bagian. Bagian pertama berisikan sejumlah pertanyaan yang berhubungan dengan intellectual capital, bagian kedua berisikan sejumlah pertanyaan yang berhubungan dengan teknologi digital, bagian ketiga berisikan sejumlah pertanyaan yang berhubungan dengan kualitas informasi akuntansi manajemen. Kuesioner yang dikirimkan disertai dengan surat permohonan serta penjelasan tentang tujuan penelitian yang dilakukan. Petunjuk pengisian kuisisioner dibuat sederhana dan sejelas mungkin untuk memudahkan pengisian jawaban sesungguhnya dengan lengkap. Pengiriman kuisisioner dengan langsung mendatangi responden.

#### **B. Operasionalisasi Variabel**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif berdasarkan survei yang akan dilakukan di Pemerintah Kota Bandung. Penelitian terfokus pada variabel (Y), Kualitas Sistem Informasi Manajemen, variabel (X1), Intellectual Capital yang terdiri dari dua dimensi, Human Capital dan Renewal & Development dan variabel (X2), Teknologi digital dengan dua dimensi, Management Control dan Inovasi.

Operasional variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Operasional variabelnya

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
X1 Intellectual Capital	1.Human Capital	1.1.Pengetahuan Ekonomi kreatif	Ordinal	1
		1.2.Pendidikan	Ordinal	1
		1.3.Pengalaman	Ordinal	1
		1.4.Pelatihan	Ordinal	1
	2.Relation Capital	2.1.Hubungan dengan organisasi kreatif	Ordinal	1
		2.2.Hubungan dengan bank	Ordinal	1
		2.3.Pemasaran	Ordinal	1
	3.Structural Capital	3.1.Anggaraan	Ordinal	1
X2 Penerimaan Teknologi	Kemanfaatan penggunaan teknologi	1. Efektivitas	Ordinal	1
		2. Efisiensi		
	Kemudahan penggunaan teknologi	1. Penggunaan internet	Ordinal	1
		2. Penggunaan media sosial	Ordinal	1
		3. Proses pembayaran	Ordinal	1
Y Kualitas Informasi Akuntansi Manaejemen	1.Tepat waktu	1.1.Ada dibutuhkan saat	Ordinal	1
	2.Akurat	2.1.Tepat	Ordinal	1
	3.Konsisten	3.1.Tidak berubah	Ordinal	1
	4.Fleksibel	4.1.Mudah dikembangkan	Ordinal	1
			<b>Jumlah</b>	<b>16</b>

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. HASIL

Survei modal intelektual, teknologi dan informasi manajemen akuntansi yang berkualitas di Bandung. Hal itu dilakukan untuk memiliki deskripsi tentang praktik mereka dalam pengembangan kota kreatif. Kuesioner dikirimkan ke perusahaan jasa di industri kreatif. Sementara wawancara dilakukan kepada Kepala Bidang Ekonomi Kreatif, Pemkot Bandung.

Table 2. Hasil Survei: Intellectual Capital, Kualitas Informasi dan Teknologi

No.	Variables	Score	Category
1.	Intellectual Capital	71,43%	Good
2.	Information Quality	69,33%	Good
3.	Technology	68,00%	Good

Berdasarkan survei tersebut, ketiga variabel tersebut masuk dalam kategori "Baik". Namun, nilainya menunjukkan bahwa hanya Intellectual Capital (IC) yang berdiri cukup di atas batas. Sedangkan yang lain, Kualitas dan Teknologi Informasi berada di antara yang "Baik" dan "Cukup".

Intellectual Capital (IC) memainkan peran penting dalam industri kreatif, sehingga manajemen di industri ini membutuhkan persediaan informasi dari manajemen akuntan dalam manajemen. Menurut Tayles (2007), manajer menyadari bahwa tingkat dan bentuk IC di perusahaan mempengaruhi penerapan akuntansi manajemen. Guthrie (2001) percaya bahwa IC di abad baru ini akan sangat penting dalam menentukan nilai perusahaan dan bahkan ekonomi nasional. Berdasarkan bukti empiris yang diungkapkan Sousa & Alves (2012) proses penciptaan nilai sangat terkait dengan tingkat IC. Studi ini juga meneliti pengaruh Sistem Akuntansi Manajemen mediasi melalui efek positif langsung pada IC. 'Kota' Model Intelektual Intelijen Umum (CGICM) adalah pendekatan transversal yang mencakup semua kegiatan ekonomi kota atau semua ekonomi berkumpul mikro-cluster dimana kegiatan ekonomi. CGICM pada dasarnya didasarkan pada model untuk negara-negara yang dikembangkan oleh Edvinsson dan Malone (1997) dan Bontis (2002).

Model modal intelektual memegang beberapa janji yang relevan untuk membuat akuntansi manajemen lebih dapat dipahami. Ini adalah:

- Perumusan dasar untuk mengembangkan alat dan konsep akuntansi manajemen selain sebagai turunan dari akuntansi keuangan atau dari perspektif modal keuangan
- Konsep konektivitas dan jaringan yang terkait dengan unit (meso-level) analisis yang meningkatkan relevansi akuntansi pengelolaan.
- Kemungkinan untuk menerapkan akuntansi manajemen terhadap tuntutan layanan dan perusahaan berorientasi orang yang berbeda

Meski IC itu bagus, responden menilai bahwa pemerintah daerah belum memainkan peran penting dalam membantu usaha industri kreatif mendapatkan pembiayaan dari perbankan. Mereka juga mengharapkan untuk memiliki lebih banyak bagian dari anggaran kota untuk mendukung bisnis mereka.

Mengenai kualitas informasi, responden menemukan informasi ekonomi kreatif yang disediakan pemerintah kota perlu ditingkatkan. Ini harus sesuai dengan kebutuhan pemilik bisnis kreatif. Artinya informasi harus lebih komprehensif meliputi aspek luas yang terkait dengan bisnis.

Responden menganggap teknologi belum diterapkan secara efektif dalam mempromosikan ekonomi kreatif di dalam kota. Penggunaan media sosial dan teknologi digital lainnya harus dimanfaatkan ke tingkat optimal.

## **B. PEMBAHASAN**

Hubungan antara negara dan masyarakat dalam hal tanggung jawab bersama menyiratkan dimensi sosial dalam lingkup masyarakat sipil dan cara kerja pasar (Midttun, 2005). Ini berarti bahwa domain publik tidak lagi dianggap sebagai milik eksklusif negara, sehingga memerlukan partisipasi masyarakat melalui organisasi bisnis dan masyarakat sipil. Motivasi wirausahawan budaya dan kreatif mungkin berbeda menurut individu dan sektor Industri Kreatif Kreatif (CCI) tempat mereka beroperasi.

Ketegangan antara pencipta karya budaya dan pengusaha, yang khas dari banyak perusahaan CCI sering tercermin dalam keinginan untuk memprioritaskan penciptaan nilai budaya dengan

sedikit motivasi menghasilkan nilai ekonomi (oriented creation), sementara pengusaha akan memprioritaskan eksploitasi ekonomi nilai budaya (pertumbuhan -orientasi) (Kooyman, 2010). Untuk mengkonfirmasi hubungan antara pengatur kota dan pengusaha kreatif, wawancara dengan Kepala Bidang Ekonomi Kreatif, Pemkot Bandung disampaikan. Dia menyadari bahwa modal intelektual secara signifikan berkontribusi pada keberhasilan menjadi Kota Desain sebagai bagian dari Unesco Creative City Network (UCCN) pada tahun 2015. Orang-orang di Jawa Barat menyebut orang Sunda sangat tertarik pada seni dan budaya. Selain itu, Walikota, Ridwan Kamil sebenarnya adalah seorang arsitek pemenang penghargaan internasional yang telah menaruh perhatian besar dalam seni dan desain. Kekuatan itu membentuk perpaduan seperti itu yang menjadikan Bandung sebagai kota kreatif internasional.

Pemerintah kota telah bekerja sama dengan Bandung Creative City Forum (BCCF), sebuah asosiasi yang mewakili seniman dan pengusaha dalam industri kreatif. Melalui hubungan ini, informasi dibagi dua arah yang terhubung dengan usaha kreatif. Konsep Triple Helix adalah proyek percontohan yang berjalan bersama untuk melampirkan otoritas, akademisi dan pemilik di industri kreatif. Diharapkan sinergi antar pihak membuat industri ini lebih efektif dan efisien.

Dalam skala nasional, otoritas kota telah mengembangkan hubungan dengan Indonesian Creative City Networks (ICCN). Ini adalah platform bagi kota-kota kreatif di Indonesia untuk bekerja sama dalam sektor ekonomi yang menjanjikan ini. Ini termasuk Pekalongan, sebuah kota di Jawa Tengah, kota kreatif Unesco lainnya untuk kerajinan dan seni rakyat sejak tahun 2014.

Bandung Creative Hub (BCH) merupakan terobosan di kota kreatif. Bangunan artistik 6 lantai milik pemerintah kota telah selesai pada 2017. Ini adalah rumah bagi orang yang berprestasi kreatif untuk menghasilkan karya seni atau produk kreatif lainnya. Pemerintah menyediakan fasilitas seperti itu: kamar, studio, teater dengan bebas mendukung industri secara serius.

Mengenai kebijakan ekonomi kreatif, otoritas kota menyesuaikan cetak biru nasional, Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2015-2019. Ini berfokus pada peningkatan daya saing ekonomi kreatif. Karena itu, akan ada sinergi dengan sektor lain dalam meningkatkan keterjangkauan nasional.

Visi tersebut diimplementasikan dalam misi utama: (1) meningkatkan ketersediaan sumber daya manusia dan material untuk ekonomi kreatif; (2) meningkatkan pertumbuhan dan daya saing; (3)

menghasilkan lingkungan yang mendukung untuk ekspansi ekonomi kreatif. Visi dan misi strategi nasional dalam ekonomi kreatif tercermin dalam pencapaian otoritas kota Bandung seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

## **BAB V**

### **SIMPULAN**

Sistem informasi akuntansi manajemen berperan penting dalam meningkatkan akuntabilitas, efisiensi dan efektifitas dalam penataan kota kreatif. Sistem akuntansi manajemen diperlukan untuk memenuhi kebutuhan pengambilan keputusan untuk pengembangan kota kreatif dengan Intellectual Capital and Technology.

Berdasarkan survei tersebut, ketiga variabel tersebut masuk dalam kategori "Bagus". Namun, nilainya menunjukkan bahwa hanya Intellectual Capital (IC) yang berdiri cukup di atas batas. Sedangkan yang lain, Kualitas dan Teknologi Informasi berada di antara yang "Baik" dan "Cukup".

Otoritas kota menyesuaikan cetak biru nasional, Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia. Ini berfokus pada peningkatan daya saing ekonomi kreatif melalui pengembangan jaringan dengan organisasi masyarakat kreatif dan Bandung Creative Hub sebagai fasilitas penting untuk mendukung bisnis kreatif di kota.

**BAB VI**  
**PEMBIAYAAN**

Ringkasan biaya aktual pelaksanaan penelitian tersusun dalam Tabel. 3 dengan komponen sebagai berikut.

Tabel 3. Ringkasan biaya aktual pelaksanaan penelitian

<b>NO</b>	<b>Jenis Pengeluaran</b>	<b>Usulan Biaya Rp</b>	<b>Biaya Aktual Rp</b>
1	Honorarium Pelaksana. Maksimal (30%)	7.020.000	5.376.618
2	Bahan habis pakai dan peralatan. Maksimal (40%)	9.620.000	7.367.958
3	Perjalanan. Maksimal (40%)	4.500.000	3.446.550
4	Lain Lain. Maksimal (40%)	2.950.000	2.259.405
	<b>JUMLAH</b>	<b>24.090.000</b>	<b>18.450.531</b>

Dana penelitian aktual sesuai dengan anggaran dana penelitian yang disetujui tersurat dalam Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian bagi dosen perguruan tinggi swasta Kopertis Wilayah III tahun anggaran 2017 Nomor 0442/K3/KM/ 2017 tanggal 24 Mei 2017.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahrens, T. and Chapman, C. (2004). 'Accounting for Flexibility and Efficiency: A Field Study of Management Control Systems in a Restaurant Chain', *Contemporary Accounting Research*, 21(2): 271–302.
- Belkaoui, Ahmed. 2002. *Behavioral Management Accounting*. Quorum Books.
- Bhimani, Alnoor. 2003. *Management Accounting in Digital Economy*. Oxford University Press.
- Boiney, L. G. 2000. *New Roles for Information Technology: Managing Internal Knowledge and External Relationships*. *Review of Accounting Information Systems*, 4/3: 1–10.
- Bouwens, J and Abernethy, M.A. 2000. The Consequences of Customization on Management Accounting System Design in Accounting, Organizations and Society 25 (3): pp. 221-241
- Chenhall, R.H. 2003. Management Control Systems Design within its Organizational Context: Finding from Contingency-based Research and Directions for the Future, in: *Accounting, Organizations & Society* 28 (2/3) pp. 127-168.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Demsky, Joel. 1994. *Managerial Uses of Accounting Information*. Yale University.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2007. *Studi Industri Kreatif Indonesia*, Depdag.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2007. *Program Kerja Pengembangan Industri Kreatif Nasional 2009 - 2025*, Depdag.
- Edvinsson, L., Malone, M. S. 1997. *Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding its Hidden Brainpower*. New York: Harper Business.
- Guthrie, James. 2001. *The Management, Measurement And The Reporting Of Intellectual Capital*. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 2 Iss: 1, pp.27 – 41
- Hall, P and Landry, C. 1997. *Innovative and Sustainable Cities*. Dublin: European Foundation for Improvement of Living and Working Condition.
- Hoque and Moll. 2001. *Public Sector Reform Implications for Accounting, Accountability And Performance Of State Owned Entities – Australian Perspectives*. *The International Journal of Public Sector Management* Vol.14 No. 4. 2001
- Horngren, C.T et al. 2002. *Introduction to Management Accounting* (12<sup>th</sup> ed.). Upper Sadle River, NJ. Prentice Hall.
- Kooyman, R. (Ed.). 2010. *The Entrepreneurial Dimension of The Cultural and Creative Industries*. Utrecht School of Arts (HKU).

- Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology: Methods & Techniques, 2nd ed.* New Delhi: New Age International
- Landry, Charles. 2008. *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators.* 2<sup>nd</sup> edition. Earthscan.
- Laudon, Kenneth C. and Laudon, Jane, P. 2012. *Management Information System: Managing Digital Firm.* 12<sup>th</sup> Edition. Pearson Prentice Hall.
- Midttun, A. 2005. *Realigning Business, Government and Civil Society: Emerging Embedded Relational Governance Beyond The (Neo) Liberal and Welfare State Models.* Corporate Governance, Vol. 5 No. 3, pp. 159-74.
- Pierce and O’Dea. 2003. *Management Accounting Information And The Needs Of Managers: Perceptions Of Managers And Accountants Compared.* The British Accounting Review. [Volume 35, Issue 3](#), September 2003, Pages 257–290
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach, 4th ed.* New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Shauki, E.R. *Metode Penelitian Terapan.* Bandung: IAI Jabar – Unpad.
- Sousa and Alves. 2012. *About the relations between Management Accounting Systems, Intellectual Capital and Performance.*
- Stair, Ralph M and Reynolds, George W. 2010. *Principles of Information Systems.* 9<sup>th</sup> Edition. Boston.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Bisnis Kombinasi.* Bandung: CV Alfabeta.
- UNCTAD. 2008. Creative Economy Report. *The Challenge of Assessing Creative Economy: towards Informed Policy Making.*
- Wall and Greilling. 2011. *Accounting Information For Managerial Decision-Making In Shareholder Management Versus Stakeholder Management.* Springer Verlag.
- Yigitcanlar, Tan et al. 2008. *Creative Urban Region: Harnessing Urban Technologies to Support Knowledge City Initiatives.* Information Science Reference.
- Yin, R. K. (2003). *Case Study Research: Designs and Method.* Thousands Oaks, CA: Sage