

PERSEPSI *CHIEF OF STORE* ATAS INFORMASI AKUNTANSI KEUANGAN DITINJAU DARI PENDIDIKAN, MOTIVASI DAN KEPRIBADIAN PADA LINGKUNGAN PERUSAHAAN TOKO WARALABA ALFAMART SIDOARJO

Muhammad Taufik Hariyono

Abstrak

PT.Sumber Alfaria Trijaya,Tbk (Alfamart) adalah salah satu pemain bisnis retail terkemuka yang ada di Indonesia yang menawarkan suatu bisnis mitra usaha kepemilikan (waralaba). Selama periode tahun 2014 -2016 pada toko Waralaba Alfamart Sidoarjo mengalami kenaikan dan penurunan *Surplus Kas* yang di terima oleh *Franchisee*, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah tingkat pemahaman seorang *Chief Of Store* disetiap toko milik *Franchisee* terhadap informasi akuntansi keuangan. Kelancaran arus informasi akuntansi pada toko waralaba sangat bermanfaat bagi *Franchisee* untuk mengetahui bagaimana perkembangan tokonya, dan berapa keuntungan yang diperoleh pada periode tertentu. Hal ini dikarenakan perbedaan *internal set factors individuality Chief Of Store* seperti pendidikan, motivasi, dan kepribadian yang mempengaruhi adanya perbedaan antara setiap *Chief Of Store* sehingga bisa terjadi perbedaan persepsi atas informasi akuntansi keuangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara empiris apakah faktor pendidikan, motivasi, dan kepribadian mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi *Chief Of Store* atas informasi akuntansi keuangan.

Untuk penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling* dengan cara *Simple Random Sampling* dan *Cluster Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 Responden di Lingkungan Perusahaan toko Waralaba Alfamart Sidoarjo. Sumber data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda IBM SPSS 2.0

Berdasarkan hasil analisis diperoleh kesimpulan bahwa pendidikan, motivasi, dan kepribadian terbukti mempunyai pengaruh terhadap persepsi *Chief Of Store* atas informasi akuntansi keuangan pada lingkungan perusahaan toko Waralaba Alfamart Sidoarjo. Disimpulkan pula bahwa variabel Pendidikan adalah variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap persepsi *Chief Of Store* atas informasi akuntansi keuangan.

Key Word: Pendidikan, Motivasi, Kepribadian, Persepsi *Chief Of Store* Atas Informasi Akuntansi Keuangan, Waralaba