

Akuntansi Manajemen sebagai Katalisator Nilai Bisnis: Pendekatan Strategis pada Pengendalian Biaya dan Kinerja UMKM

Lola Novita^a, Ratna Deli Sari^b

^a Universitas Wira Bhakti, Makassar

^b Universitas Sangga Buana, Bandung

^alolanov71@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi tekanan persaingan ketat yang menuntut efisiensi dan efektivitas bisnis secara berkelanjutan. Artikel konseptual ini bertujuan mengeksplorasi dan merumuskan peran akuntansi manajemen sebagai katalisator nilai bisnis melalui pendekatan manajemen biaya strategis (*Strategic Cost Management/SCM*) pada sektor UMKM. Menggunakan metode tinjauan literatur (*literature review*), kajian ini menyintesis berbagai publikasi akademik terkini yang relevan dengan akuntansi manajemen dan tata kelola organisasi. Hasil sintesis literatur menunjukkan tiga temuan utama. Pertama, terdapat urgensi transformasi paradigma akuntansi manajemen dari sekadar pencatat administratif masa lalu (*backward-looking*) menjadi mitra bisnis strategis (*forward-looking*). Kedua, UMKM harus meninggalkan praktik pemotongan biaya tradisional yang berisiko merusak kualitas produk, lalu beralih pada SCM. Implementasi SCM memfokuskan rasionalitas efisiensi pada eliminasi pemborosan (*non-value-added activities*) dan penerapan biaya target (*target costing*). Ketiga, artikel ini merumuskan sebuah rancangan kerangka konseptual komprehensif yang mengintegrasikan penyediaan informasi multidimensi (*input*), eksekusi instrumen SCM (*proses*), dan pengukuran kinerja melalui adaptasi *Balanced Scorecard* (*output*) untuk menghasilkan penciptaan nilai bisnis (*outcome*). Kesimpulannya, integrasi fungsi akuntansi manajemen memungkinkan UMKM mengendalikan biaya operasional tanpa mendegradasi keunggulan kompetitif. Secara praktis, studi ini merekomendasikan pemilik UMKM untuk meningkatkan literasi keuangan dan mengadopsi teknologi sistem akuntansi guna merancang strategi kinerja yang resilien.

Kata kunci : Akuntansi Manajemen; Nilai Bisnis; Pengendalian Biaya; Manajemen Biaya Strategis; Kinerja UMKM

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) face intense competitive pressures that demand sustainable business efficiency and effectiveness. This conceptual article aims to explore and formulate the role of management accounting as a catalyst for business value through a Strategic Cost Management (SCM) approach within the MSME sector. Utilizing a literature review method, this study synthesizes recent academic publications relevant to management accounting and organizational governance. The synthesis reveals three main findings. First, there is an urgent need to transform the management accounting paradigm from a mere backward-looking administrative record-keeper into a forward-looking strategic business partner. Second, MSMEs must abandon traditional cost-cutting practices that risk degrading product quality and transition to SCM. SCM implementation focuses efficiency rationality on eliminating non-value-added activities and applying target costing. Third, this article formulates a comprehensive conceptual framework that integrates the provision of multidimensional information (input), the execution of SCM instruments (process), and performance measurement through an adapted Balanced Scorecard (output) to generate sustainable business value creation (outcome). In conclusion, integrating management accounting functions enables MSMEs to control operational costs without degrading their competitive advantage. Practically, this study recommends that MSME owners improve financial literacy and adopt accounting system technologies to design resilient performance strategies.

Keyword: Management Accounting; Business Value; Cost Control; Strategic Cost Management; MSME Performance.

PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama diakui sebagai tulang punggung perekonomian nasional, yang tidak hanya menyerap tenaga kerja secara masif tetapi juga mendinamisasi pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, di era bisnis kontemporer yang ditandai oleh volatilitas pasar, disrupsi teknologi, dan persaingan yang hiperkompetitif, kelangsungan hidup UMKM tidak lagi cukup hanya dengan mengandalkan pencapaian laba operasional harian. Dalam perspektif *Resource-Based View* (RBV), keunggulan kompetitif suatu entitas bisnis sangat bergantung pada kemampuannya dalam mengelola dan mendayagunakan sumber daya internal yang unik dan tak ternilai (Zahrotun, F., dkk., 2024). Bagi UMKM, pengelolaan sumber daya ini bermanifestasi pada tuntutan untuk merancang dan mempertahankan penciptaan nilai bisnis (*business value creation*) yang berkelanjutan, alih-alih sekadar bertahan hidup (*survival mode*) (Sari, R.D., et al., 2024).

Dalam upaya mewujudkan visi tersebut, tata kelola keuangan pada UMKM—yang sering kali diabaikan atau dianggap sekadar pelengkap administratif—perlu mengalami transformasi paradigma yang sangat mendasar. Secara historis, praktik akuntansi pada UMKM kerap diposisikan secara sempit sebagai penyedia laporan historis atau sekadar pencatat arus kas masuk dan keluar (*scorekeeper*) demi kepentingan kepatuhan pajak. Padahal, merujuk pada Teori Kontinjensi (*Contingency Theory*), desain dan penggunaan sistem akuntansi manajemen harus disesuaikan dengan konteks spesifik organisasi agar dapat berfungsi efektif (Bakhar et al., 2023). Hal ini berarti literatur modern menempatkan akuntansi manajemen pada peran yang jauh lebih strategis, yakni sebagai mitra bisnis (*strategic business partner*) dan katalisator nilai, bahkan bagi entitas berskala menengah dan kecil (Welsh et al., 2023).

Pergeseran paradigma ini menuntut pelaku UMKM untuk tidak sekadar menyajikan data kuantitatif secara pasif, melainkan harus mampu menerjemahkan informasi biaya dan kinerja menjadi wawasan (*insight*) strategis yang krusial bagi pengambilan keputusan pemilik usaha. Salah satu pilar krusial dalam penciptaan nilai bisnis bagi UMKM adalah efisiensi operasional yang dicapai

melalui instrumen pengendalian biaya. Mengingat keterbatasan kapital yang khas pada sektor ini, masih terdapat miskonsepsi praktik di mana pengendalian biaya kerap dieksekusi sebagai pemotongan biaya (*cost cutting*) secara tanpa perhitungan.

Pemotongan anggaran yang tidak selaras dengan visi strategis justru berpotensi merusak kualitas produk, menurunkan kepuasan pelanggan, dan menggerus daya saing UMKM di pasaran (Rahmawati, D., dkk., 2026). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan manajemen biaya strategis (*strategic cost management*) yang memfokuskan pengendalian biaya pada eliminasi aktivitas yang tidak bernilai tambah (*non-value-added activities*) tanpa mengorbankan target kinerja UMKM. Pendekatan ini relevan dengan pandangan kontemporer bahwa manajemen biaya bukan sekadar instrumen teknis, melainkan filosofi manajerial yang mengarahkan perilaku organisasi menuju efisiensi berkelanjutan (Rahmatullah et al., 2023).

Ketika akuntansi manajemen beroperasi sebagai katalisator, ia tidak hanya berfokus pada efisiensi (pengurangan biaya), tetapi juga pada efektivitas (pencapaian strategi kinerja UMKM) (Sari, R.D., & Siahaan, 2025). Melalui instrumen evaluasi yang disesuaikan dengan skala usaha, akuntansi manajemen mengintegrasikan ukuran keuangan dan non-keuangan untuk memastikan bahwa setiap pengorbanan sumber daya sejalan dengan strategi penciptaan nilai UMKM (Nasrah, 2023).

Meskipun literatur mengenai manajemen biaya dan pengukuran kinerja telah banyak berkembang, masih terdapat urgensi untuk menyintesis secara konseptual bagaimana fungsi akuntansi manajemen secara spesifik menjembatani tegangan antara efisiensi biaya operasional dan efektivitas strategi kinerja pada sektor UMKM. Oleh karena itu, artikel konseptual ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan merumuskan peran akuntansi manajemen sebagai katalisator nilai bisnis bagi UMKM. Melalui sintesis literatur terkini, artikel ini diharapkan dapat memberikan kerangka pemikiran (*framework*) komprehensif bagi akademisi dan praktisi bisnis UMKM mengenai pentingnya integrasi informasi akuntansi manajemen dalam merancang, mengendalikan, dan mengeksekusi strategi usaha yang berkelanjutan.

Oleh karena itu, artikel konseptual ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan merumuskan peran akuntansi manajemen sebagai katalisator nilai bisnis bagi UMKM. Melalui sintesis literatur terkini, artikel ini diharapkan dapat memberikan kerangka pemikiran (*framework*) komprehensif bagi akademisi dan praktisi bisnis UMKM mengenai pentingnya integrasi informasi akuntansi manajemen dalam merancang, mengendalikan, dan mengeksekusi strategi usaha yang berkelanjutan.

Secara lebih spesifik, untuk mengurai kompleksitas tersebut, artikel ini difokuskan pada tiga rumusan masalah utama:

- a) Bagaimana peran akuntansi manajemen bertransformasi dari sekadar instrumen pencatatan administratif menjadi katalisator penciptaan nilai bisnis (*value creation*) pada sektor UMKM?
- b) Bagaimana pendekatan manajemen biaya strategis (*strategic cost management*) dapat diimplementasikan oleh UMKM untuk mengendalikan biaya operasional tanpa mendegradasi kualitas produk dan efektivitas kinerja?
- c) Bagaimana rancangan kerangka konseptual (*conceptual framework*) yang mampu mengintegrasikan fungsi akuntansi manajemen ke dalam penyusunan strategi kinerja UMKM yang berkelanjutan?

METODE

Penelitian ini merupakan studi konseptual yang menggunakan pendekatan tinjauan literatur (*literature review*) atau riset kepustakaan (*library research*). Karena sifatnya yang non-empiris, penelitian ini tidak melibatkan pengumpulan data primer dari lapangan, melainkan berfokus pada analisis dan sintesis data sekunder secara mendalam. Pendekatan ini dipilih untuk mengeksplorasi, mengkaji, dan merumuskan kerangka pemikiran konseptual mengenai peran akuntansi manajemen dalam penciptaan nilai, pengendalian biaya strategis, dan peningkatan kinerja pada konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Sumber data sekunder yang digunakan dalam kajian ini meliputi artikel jurnal ilmiah nasional dan internasional yang telah melalui proses *peer-reviewed*, buku teks referensi utama (*textbooks*), serta publikasi akademik lain yang relevan dengan disiplin ilmu akuntansi manajemen dan tata kelola bisnis.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur pada berbagai basis data akademik digital, seperti Google Scholar, Directory of Open Access Journals (DOAJ), Garuda (Garba Rujukan Digital), serta portal jurnal internasional lainnya. Pencarian literatur dibidik menggunakan kombinasi kata kunci spesifik, antara lain: "akuntansi manajemen UMKM", "penciptaan nilai bisnis", "manajemen biaya strategis", "pengendalian biaya", dan "kinerja UMKM". Untuk memastikan relevansi dan kebaruan konsep, literatur yang ditelaah difokuskan pada publikasi yang diterbitkan dalam rentang waktu 5 hingga 10 tahun terakhir, didukung oleh beberapa literatur klasik yang memuat teori fundamental (seperti *Resource-Based View* dan Teori Kontinjensi).

Teknik analisis data yang diterapkan adalah analisis deskriptif kualitatif yang mengacu pada metode sintesis literatur. Tahapan analisis meliputi: (1) mereduksi literatur dengan menyaring artikel yang paling relevan dengan rumusan masalah; (2) mengekstraksi dan menyajikan data berupa konsep-konsep kunci dari berbagai literatur; serta (3) menarik kesimpulan dengan menyintesis berbagai temuan teoretis tersebut menjadi sebuah rancangan kerangka konseptual baru (*conceptual framework*). Melalui tahapan ini, berbagai pandangan teoretis diintegrasikan untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif dan utuh mengenai fungsi akuntansi manajemen sebagai katalisator bisnis bagi UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan sintesis literatur dan telaah konseptual yang telah dilakukan, pembahasan dalam artikel ini dikonstruksi untuk menjawab tiga rumusan masalah utama yang berfokus pada integrasi akuntansi manajemen di sektor UMKM (Novita, 2025). Pemaparan hasil sintesis ini dibagi menjadi tiga sub-pembahasan pokok.

Transformasi Peran Akuntansi Manajemen pada UMKM: Dari Pencatat Administratif Menuju Katalisator Nilai Bisnis

Secara tradisional, praktik akuntansi pada entitas bisnis berskala mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sering kali direduksi menjadi sekadar aktivitas klerikal untuk pemenuhan kewajiban perpajakan atau kebutuhan pelaporan eksternal dasar. Pemilik UMKM umumnya memposisikan fungsi keuangan semata-mata sebagai instrumen scorekeeping (pencatatan skor) yang bersifat retrospektif—berfokus pada apa yang telah terjadi di masa lalu, seperti pencatatan arus kas masuk dan keluar atau penyusunan neraca saldo sederhana. Pendekatan tradisional yang pasif ini mengabaikan potensi strategis dari informasi keuangan, sehingga membatasi kemampuan adaptasi UMKM dalam mengantisipasi dinamika pasar yang fluktuatif dan perilaku konsumen yang dinamis (Yuwono, M. A., & Vaddhano, N., 2025).

Namun, telaah literatur kontemporer menunjukkan adanya desakan pergeseran paradigma yang fundamental seiring dengan meningkatnya kompleksitas ekosistem bisnis dan turbulensi ekonomi. Berpijak pada perspektif *Resource-Based View* (RBV), UMKM dituntut untuk tidak lagi hanya bergantung pada aset fisik atau modal finansial semata, melainkan harus mengeksplorasi kapasitas internalnya guna merancang keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing. Dalam konteks ini, ketersediaan dan kapabilitas mengelola informasi internal menjadi salah satu aset yang paling berharga. Oleh karena itu, praktik akuntansi manajemen bertransformasi secara drastis dari sekadar rutinitas administratif pelaporan menjadi sumber daya tak berwujud (*intangible resource*) yang sangat krusial bagi kelangsungan hidup usaha. Sebagai sebuah kapabilitas strategis, instrumen ini membekali UMKM dengan kelincahan (*agility*) untuk merespons perubahan pasar secara presisi. Transformasi ini secara esensial mengubah peran fungsi akuntansi dari sekadar pencatat sejarah masa lalu yang berorientasi ke belakang (*backward-looking*), menjadi mitra bisnis strategis (*strategic business partner*) yang proaktif dan berorientasi ke masa depan (*forward-looking*). Lebih dari sekadar menyajikan deretan angka, peran baru ini menuntut informasi akuntansi manajemen untuk berintegrasi langsung dalam perumusan strategi penetapan harga, analisis profitabilitas lini produk, hingga

DOI: 10.32897/dimmensi.v6i1.5324

proyeksi risiko sebelum sebuah keputusan ekspansi dieksekusi oleh pemilik UMKM.

Sebagai katalisator penciptaan nilai (*value creation*), akuntansi manajemen pada UMKM tidak lagi hanya bertugas menjawab pertanyaan historis seperti "Berapa laba bersih kita bulan lalu?", melainkan berevolusi untuk memecahkan dilema strategis. Informasi akuntansi manajemen digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan kritis seperti: "Lini produk mana yang sebenarnya menyumbang margin kontribusi tertinggi?", "Bagaimana strategi penetapan harga (*pricing strategy*) yang paling optimal di tengah inflasi harga bahan baku?", serta "Segmen pelanggan mana yang paling menguntungkan untuk dipertahankan?". Pergeseran orientasi ini secara langsung menempatkan informasi akuntansi manajemen sebagai fondasi utama rasionalitas dalam pengambilan keputusan strategis (*strategic decision-making*) bagi pemilik atau manajer UMKM.

Lebih lanjut, penciptaan nilai bisnis pada UMKM bermanifestasi ketika akuntansi manajemen mampu menjembatani data operasional harian dengan tujuan kelangsungan hidup jangka panjang. Dengan menyediakan informasi yang relevan, terpilah, dan tepat waktu, akuntansi manajemen memungkinkan pengelola UMKM untuk mengidentifikasi inefisiensi yang selama ini tersembunyi (*hidden costs*). Hal ini memungkinkan manajemen untuk merelokasi sumber daya modal dan tenaga kerja dari aktivitas yang merugikan menuju aktivitas yang benar-benar memberikan nilai tambah (*value-added activities*).

Oleh karena itu, dapat disintesis bahwa pelembagaan praktik akuntansi manajemen di dalam UMKM bukan lagi dipandang sebagai sebuah beban biaya administratif tambahan (*overhead*), melainkan sebuah prasyarat fundamental dan investasi strategis untuk menjaga resiliensi, memperkuat daya saing, dan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Implementasi Manajemen Biaya Strategis pada UMKM: Sinergi Efisiensi Operasional dan Keunggulan Kualitas

Dalam merespons keterbatasan modal dan tekanan persaingan harga, banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kerap terperangkap pada

20 | JURNAL DIMMENSII | Vol. 6 | No. 1 | 2026

paradigma pemotongan biaya tradisional (*traditional cost reduction*). Pendekatan konservatif ini umumnya dieksekusi secara arbitrer, seperti memangkas anggaran pemasaran secara drastis, mengurangi jumlah karyawan, atau beralih pada bahan baku yang lebih murah tanpa analisis mendalam. Meskipun taktik ini dapat memberikan ilusi perbaikan arus kas jangka pendek, pemotongan biaya yang membabi buta sering kali mengorbankan elemen-elemen fundamental yang membentuk proposisi nilai (*value proposition*) produk. Akibatnya, UMKM berisiko mengalami degradasi kualitas produk, penurunan tingkat kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya kehilangan pangsa pasar yang justru mengancam kelangsungan hidup bisnis itu sendiri. (Ogunmokun, A. S., dkk. 2022).

Untuk menghindari jebakan tersebut, literatur tata kelola keuangan modern merekomendasikan transisi menuju Manajemen Biaya Strategis (*Strategic Cost Management / SCM*). Transisi ini pada hakikatnya bukan sekadar perubahan metode kalkulasi akuntansi, melainkan evolusi pola pikir manajerial dalam merespons turbulensi ekosistem bisnis. Berbeda dengan pengendalian biaya tradisional yang berfokus semata-mata pada minimisasi pengeluaran—di mana biaya kerap dianggap sebagai beban yang harus ditekan sekecil mungkin sehingga berisiko mematikan inovasi—SCM merupakan kerangka kerja yang mengintegrasikan informasi biaya ke dalam proses pengambilan keputusan strategis untuk mencapai keunggulan kompetitif. SCM justru memposisikan pengeluaran sebagai investasi strategis; pengorbanan sumber daya diarahkan secara presisi untuk memperkuat daya saing produk di pasar.

Bagi UMKM yang kerap beroperasi dengan batasan modal yang ketat, implementasi SCM berarti mengadopsi filosofi bahwa setiap rupiah yang dikeluarkan harus memiliki justifikasi strategis dalam menciptakan nilai bagi pelanggan (*customer value*). Pengalokasian dana tidak boleh lagi didasarkan pada intuisi reaktif semata, melainkan pada analisis kontribusi nyata terhadap kepuasan konsumen. Pendekatan ini menuntut pemilik UMKM untuk memetakan dan memisahkan secara tegas antara aktivitas yang bernilai tambah (*value-added activities*) dengan aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah (*non-value-added activities*) atau pemborosan (*waste*). (Sari, R.D., DOI: 10.32897/dimmensi.v6i1.5324

2025). Sebagai implikasi praktisnya, aktivitas bernilai tambah seperti inovasi desain kemasan, kontrol kualitas, atau strategi pemasaran digital yang tepat sasaran harus dipertahankan dan dioptimalkan. Sebaliknya, pemborosan yang lahir dari inefisiensi operasional—seperti proses produksi yang berbelit, penumpukan persediaan bahan baku yang berlebihan, atau rantai distribusi yang terlalu panjang—harus dievaluasi dan dieliminasi secara sistematis agar profitabilitas maksimal dapat tercapai tanpa sedikit pun mengorbankan standar kualitas.

Dalam tataran praksis di lingkungan UMKM, pendekatan SCM dapat diimplementasikan melalui adaptasi beberapa instrumen akuntansi manajemen yang disederhanakan, di antaranya:

Pertama, penerapan pemikiran berbasis Target Biaya (*Target Costing*). Alih-alih menggunakan metode tradisional yang mengakumulasi biaya produksi lalu menambahkan margin laba untuk menentukan harga jual (*cost-plus pricing*), UMKM yang menerapkan target costing memulai dari analisis pasar. Pemilik usaha menentukan harga jual maksimal yang bersedia dibayar oleh konsumen untuk tingkat kualitas tertentu, lalu menguranginya dengan target laba yang diinginkan. Sisa margin inilah yang menjadi "target biaya". Pendekatan ini memaksa UMKM untuk merekayasa ulang proses produksi dan mencari inovasi efisiensi sejak tahap desain produk, sehingga biaya dapat ditekan tanpa harus mengorbankan standar kualitas yang telah dijanjikan kepada pasar.

Kedua, penyederhanaan Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*). UMKM didorong untuk melihat bisnisnya bukan sekadar sebagai serangkaian departemen (pembelian, produksi, penjualan), melainkan sebagai mata rantai aktivitas yang saling terhubung dari pemasok hingga konsumen akhir. Dengan menganalisis rantai nilai ini, UMKM dapat mengidentifikasi titik-titik inefisiensi tersembunyi. Misalnya, biaya logistik yang membengkak karena rute pengiriman yang tidak terencana, atau tingginya tingkat produk cacat (*defect rate*) akibat mesin yang jarang dirawat. Dengan memangkas pemborosan pada aktivitas-aktivitas *non-value-added* ini, UMKM dapat mereduksi biaya operasional secara signifikan sementara esensi kualitas produk tetap terjaga, atau bahkan meningkat.

Melalui integrasi instrumen-instrumen tersebut, pendekatan manajemen biaya strategis memungkinkan UMKM untuk keluar dari dilema *trade-off* antara harga dan kualitas. Pengendalian biaya tidak lagi diposisikan sebagai musuh dari kualitas, melainkan sebagai instrumen proaktif untuk memastikan bahwa sumber daya organisasi dialokasikan secara eksklusif pada aktivitas yang memperkuat efektivitas kinerja dan keunggulan kompetitif UMKM di pasar.

Rancangan Kerangka Konseptual: Integrasi Akuntansi Manajemen dalam Strategi Kinerja UMKM Berkelanjutan

Sebagai sintesis dari telaah literatur mengenai transformasi peran akuntansi dan urgensi manajemen biaya strategis, artikel ini mengusulkan sebuah rancangan kerangka konseptual (*conceptual framework*). Kerangka ini dirancang untuk memandu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengintegrasikan fungsi akuntansi manajemen ke dalam penyusunan strategi kinerja yang berorientasi pada keberlanjutan (Sikki et al., 2025). Model konseptual ini dibangun di atas empat komponen utama yang saling berkesinambungan: Input (Penyediaan Informasi), Process (Eksekusi Strategis), Output (Pengukuran Kinerja Komprehensif), dan Outcome (Penciptaan Nilai Bisnis).

1. Input: Penyediaan Informasi Multidimensi (Peran Katalisator)

Titik tolak dari kerangka ini adalah reposisi akuntansi manajemen sebagai sistem penyedia informasi yang multidimensi. Pada tahap ini, akuntansi manajemen tidak sekadar menyuplai data historis keuangan (seperti laporan laba rugi tradisional), tetapi juga mengagregasi data non-keuangan dan *forward-looking* (berorientasi ke masa depan). Informasi ini mencakup analisis perilaku biaya, pemetaan aktivitas operasional, data kepuasan pelanggan, hingga efisiensi waktu siklus produksi. Kapabilitas dalam menyajikan insight multidimensi inilah yang memfungsikan akuntansi manajemen sebagai katalisator bagi pemilik UMKM untuk melihat kondisi bisnisnya secara utuh

2. Process: Eksekusi Manajemen Biaya Strategis (SCM)

DOI: 10.32897/dimmensi.v6i1.5324

Informasi multidimensi yang dihasilkan pada tahap input kemudian digunakan sebagai landasan rasionalitas dalam tahap proses, yakni implementasi Manajemen Biaya Strategis (SCM). Pada fase ini, UMKM melakukan tiga aktivitas krusial:

- a) Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*): Membedah seluruh tahapan aktivitas bisnis untuk menemukan inefisiensi tersembunyi.
- b) Eliminasi Pemborosan (*Waste Elimination*): Memisahkan secara tegas dan memangkas aktivitas yang tidak bernilai tambah (*non-value-added*).
- c) Penerapan Target Biaya (*Target Costing*): Menyelaraskan efisiensi desain produksi dengan daya beli konsumen dan target laba.

Proses ini memastikan bahwa upaya pengendalian biaya tidak mendegradasi kualitas, melainkan justru memperkuat keunggulan operasional UMKM.

3. Output: Pengukuran Kinerja Komprehensif (Adaptasi Balanced Scorecard)

Keberhasilan eksekusi SCM harus dievaluasi melalui pengukuran kinerja yang komprehensif. Kerangka ini mengadopsi pendekatan Balanced Scorecard (BSC) karya Kaplan dan Norton dalam (Visedsun & Terdpaopong, 2021) yang disederhanakan dan disesuaikan dengan skala UMKM:

- Perspektif Keuangan: Diukur melalui peningkatan margin laba, efisiensi rasio biaya operasional, dan perputaran arus kas yang sehat akibat implementasi SCM.
- Perspektif Pelanggan: Diukur melalui retensi pelanggan, peningkatan pangsa pasar, dan penguatan brand image UMKM karena kualitas produk tetap terjaga meski biaya ditekan.
- Perspektif Proses Bisnis Internal: Diukur melalui penurunan tingkat produk cacat (*defect rate*), percepatan waktu penyelesaian pesanan, dan kelincahan (*agility*) operasional.

- Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan: Diukur melalui peningkatan literasi keuangan pemilik usaha, adopsi teknologi digital (seperti aplikasi kasir/akuntansi), dan peningkatan keterampilan karyawan.

4. Outcome: Penciptaan Nilai Bisnis Berkelanjutan (Sustainable Business Value Creation)

Muara dari integrasi ketiga komponen di atas adalah terciptanya nilai bisnis yang berkelanjutan. Ketika informasi akuntansi (Input) dieksekusi melalui strategi biaya yang tepat (Process) dan dievaluasi secara holistik (Output), UMKM tidak hanya akan menikmati keuntungan finansial jangka pendek. Lebih dari itu, UMKM akan memiliki daya saing yang resilien (*resilient competitive advantage*), mampu bertahan di tengah volatilitas ekonomi, dan memiliki fondasi yang solid untuk melakukan eskalasi bisnis ke skala yang lebih besar di masa depan.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan sintesis literatur dan pembahasan konseptual yang telah diuraikan, artikel ini menarik tiga kesimpulan utama. Pertama, telah terjadi desakan transformasi paradigma yang fundamental terkait peran akuntansi manajemen pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Akuntansi manajemen tidak lagi relevan jika hanya diposisikan sebagai instrumen pencatatan administratif yang berorientasi ke masa lalu (*backward-looking*), melainkan harus berevolusi menjadi mitra bisnis strategis dan katalisator penciptaan nilai (*value creation*) yang proaktif merespons dinamika pasar.

Kedua, dalam hal pengendalian biaya, UMKM harus meninggalkan praktik pemotongan biaya tradisional yang sering kali mengorbankan kualitas produk secara arbitrer. Sebagai gantinya, UMKM perlu mengimplementasikan Manajemen Biaya Strategis (SCM). Pendekatan SCM memfokuskan rasionalitas efisiensi pada pemisahan yang tegas antara aktivitas bernilai tambah (*value-added*) dan pemborosan (*non-value-added*), serta penerapan target biaya (*target costing*). Dengan demikian, UMKM dapat menekan biaya operasional tanpa harus mendegradasi standar kualitas dan efektivitas kinerja di mata konsumen.

Ketiga, artikel ini mengusulkan sebuah kerangka konseptual yang mengintegrasikan fungsi akuntansi manajemen ke dalam strategi kinerja UMKM. Kerangka ini menstrukturkan alur logis yang diawali dari penyediaan informasi multidimensi (*Input*), eksekusi instrumen manajemen biaya strategis (*Process*), evaluasi kinerja komprehensif melalui adaptasi Balanced Scorecard (*Output*), hingga bermuara pada penciptaan nilai bisnis yang berkelanjutan dan resiliensi daya saing (*Outcome*).

Saran dan Implikasi

Secara praktis, artikel ini memberikan implikasi manajerial bagi para pemilik dan pengelola UMKM agar mulai berinvestasi pada peningkatan literasi keuangan dan adopsi sistem informasi akuntansi manajemen yang memadai (misalnya melalui perangkat lunak akuntansi digital yang terjangkau). Ketersediaan data yang presisi merupakan prasyarat mutlak untuk mengeksekusi kerangka kerja ini.

DAFTAR PUSTAKA

Bakhar, M., Harto, B., Gugat, R. M. D., Hendrayani, E., Setiawan, Z., Suroanto, D. F., Salam, M. F., Suraji, A., Sukmariningsih, R. M., Ssopiana, Y., Yusuf, M., Nugroho, W. E., & Tampubolon, L. P. D. (2023). PERKEMBANGAN STARTUP DI INDONESIA (Perkembangan Startup Di Indonesia Dalam Berbagai Bidang). In *Sonpedia Publishing Indonesia* (Issue May). Sonpedia Publishing Indonesia.

<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=MR7eEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA44&dq=Pentingnya+Pemahaman+Terhadap+Kekayaan+Budaya+Dalam+Negeri+Menjadi+Lebih+Kritis+Karena+Adanya+Risiko+Bahwa+%22nilai+Nilai%22+Budaya+Daerah+Dapat+Terpinggirkan+Oleh+Arus+Informasi+G>

Nasrah, H. (2023). Akuntansi Manajemen Dalam Era Digital. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Syariah Dan Teknologi*, 2(2), 201–210. <https://doi.org/10.62833/Embistek.V2i2.45>

Novita, L. (2025). *Merancang Nilai Bisnis: Peran Akuntansi Manajemen Dalam Pengendalian Biaya Dan Strategi Kinerja* (Ratna Deli Sari (Ed.); 1st Ed.). Mega Press Nusantara.

Rahmatullah, F., Wijyantini, B., & Wibowo, Y. G.

(2023). Analisis RBV (Resources Based View) Untuk Menentukan. *Journal Of Economics, Assets, And Evaluation*, 1(2020), 1–17.

Rahmawati, D., Sudaryanto, M. A., Karnasi, R., Prasetyo, M. D., Chandra, M. H., & Judijanto, L. (2026). *Manajemen Keuangan Untuk UMKM*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Sari, Ratna Deli;, Hersusetiyati;, Ekaputra;, A., & Najmi Ihwani. (2024). Integrating TAM, Trust And Perceived Risk Factors On Emerging-Market Consumers' Attitude Towards Shopping For Muslim Fashion Online. *Sinergi International Journal Of Management And Business*, 2(3), 148–158. <https://doi.org/10.61194/ijmb.V2i3.244>

Sari, Ratna Deli, & Siahaan, P. K. (2025). Pemasaran Berkelanjutan Pada Usaha Olahraga Biliar: Media Sosial Untuk Capai Netralitas

Karbon. *Techno-Socio Ekonomika*, 18(April), 106–114. <https://doi.org/10.32897/Techno.2025.18.1.4127>

Sikki, N., Sari, R. D., & Hersusetiyati. (2025). *Transformasi Bisnis Lokal: Peran Vital Modal Manusia Dalam Inovasi Produk Olahan Mangga Gedong Gincu*. Deepublish.

Visedsun, N., & Terdpaopong, K. (2021). The Effects Of The Strategy And Goal On Business Performance As Mediated By Management Accounting Systems. *Economies*, 9(4). <https://doi.org/10.3390/Economies9040149>

Welsh, D. H. B., Kaciak, E., Fadairo, M., Doshi, V., & Lanchimba, C. (2023). How To Erase Gender Differences In Entrepreneurial Success? Look At The Ecosystem. *Journal Of Business Research*, 154. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113320>