

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Akuntansi manajemen tradisional yang berfokus pada perhitungan biaya dan laba sering kali dianggap kurang mampu mendukung manajer dalam mengambil keputusan untuk bersaing di pasar sedangkan sebuah perusahaan selalu memiliki pesaing ketika beroperasi di suatu wilayah. Hal ini menyebabkan setiap perusahaan harus membangun strategi yang tepat demi memenangkan persaingan. Tanpa memenangkan persaingan, visi misi dan tujuan perusahaan tidak akan tercapai.

Persaingan ini tidak hanya terjadi antar Perusahaan namun juga terjadi pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Berdasarkan hasil survei ada 60,2% UMKM yang hanya mampu bertahan selama 3 bulan di tahun 2021 karna masalah modal dan kurangnya strategi bisnis. Permasalahan tersebut mendorong berkembangnya Strategic Management Accounting (SMA) yang merupakan gabungan dari akuntansi manajemen dan manajemen strategi.

"*Strategic Management Accounting*" (SMA) pertama kali dikenalkan oleh Simmonds. Menurut Simmonds, SMA adalah alat yang membantu dalam menyediakan dan menganalisis data akuntansi manajemen tentang perusahaan dan pesaingnya untuk tujuan menciptakan dan memantau strategi bisnis. SMA ini dianggap penting karena dapat menunjukkan bahwa suatu organisasi tidak hanya tumbuh efisien secara internal, tetapi juga memiliki posisi yang unggul dalam suatu pasar. Sedangkan menurut Abdullah, SMA merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kumpulan teknik, pendekatan, alat, dan aplikasi yang penting dalam menganalisis data pesaing dan mengembangkan strategi yang dapat diterapkan secara relevan (Abdullah et al., 2020; Guilding et al., 2000; Langfield-Smith & Parker, 2008).

*Strategic Management Accounting* memiliki 16 teknik di antaranya : penetapan biaya atribut, perbandingan, penilaian merek, penilaian biaya pesaing, pemantauan posisi kompetitif, penilaian kinerja pesaing, analisis profitabilitas pelanggan, pengukuran kinerja terintegrasi, biaya siklus hidup, analisis profitabilitas pelanggan seumur hidup, penetapan biaya kualitas, penetapan biaya strategis (manajemen biaya strategis), penetapan harga yang strategis, penetapan biaya sasaran, penilaian pelanggan sebagai aset, penetapan biaya rantai nilai.

Pengembangan dan penggunaan teknik *Strategic Management Accounting* yang berkaitan dengan informasi eksternal untuk menghadapi ketidakpastian lingkungan dan untuk mendukung berbagai keputusan strategis ini telah banyak diteliti di berbagai negara di dunia namun teknik SMA belum diadopsi dan dipahami secara luas di Indonesia.

Berdasarkan penjelasan di atas penulis ingin menganalisis lebih dalam terkait bagaimana pemahaman negara Indonesia tentang SMA dengan cara menelusuri Teknik SMA apa yang paling banyak di Indonesia kemudian membuat *smart sheets* berbasis *self assessment* yang akan di uji coba ke UMKM. Sehingga penelitian ini akan diberi judul "Studi Eksplorasi Implementasi *Strategic Management Accounting* pada Korporasi Indonesia".

### 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah teknik *Strategic Management Accounting* yang paling banyak digunakan di Indonesia?
2. Bagaimana cara membentuk basis data terkait *Strategic Management Accounting* di Indonesia?
3. Apakah dapat ditemukan bentuk *Strategic Management Accounting* yang dirancang untuk Usaha Kecil dan Menengah?

### 1.3. Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengeksplorasi teknik *Strategic Management Accounting* yang paling banyak digunakan di Indonesia.
2. Membentuk basis data terkait *Strategic Management Accounting* di Indonesia.
3. Merancang bentuk *Strategic Management Accounting* yang terimplementasi bagi Usaha Kecil dan Menengah.

### 1.4. Kontribusi Tugas Akhir

Kontribusi yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai alat pertimbangan bagi pelaku usaha dalam pengambilan keputusan
2. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan sumber informasi untuk dapat memahami dalam melakukan proyeksi keuangan dan strategi bisnis
3. Bagi penulis penelitian ini diharapkan menjadi pengetahuan dan ilmu baru dalam mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh selama proses perkuliahan dan diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan kelembagaan sebagai kajian penelitian yang serupa.