

PAPER NAME

IAMI-CFEP-2020-Stephana - Revisi.docx

WORD COUNT

3466 Words

CHARACTER COUNT

23524 Characters

PAGE COUNT

15 Pages

FILE SIZE

62.2KB

SUBMISSION DATE

Jun 19, 2023 1:19 PM GMT+7

REPORT DATE

Jun 19, 2023 1:20 PM GMT+7

● 7% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 7% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 5% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 15 words)

1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 memaksa seluruh dunia melakukan perubahan pada masa new normal yang mengubah perilaku masyarakat untuk menjalankan aktivitas yang normal seperti sebelum adanya virus corona. Adanya kebijakan pembatasan yang diberlakukan oleh pemerintah membuat para pelaku usaha tidak mendapatkan keuntungan seperti biasa, bahkan banyak yang merugi karenanya. Hal ini menjadikan para pelaku usaha melakukan efisiensi di tengah ⁵ kondisi ketidakpastian yang menyebabkan banyak usaha tidak bisa bertahan. Adanya krisis justru menunjukkan bagaimana efektifitas manajemen resiko yang diterapkan organisasi.

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan sektor yang rentan merasakan dampak adanya virus corona ini. Keterbatasan dana menambah besarnya risiko pailit pada usaha mikro. Data Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan 87 persen yang terdampak merupakan usaha level mikro (Kompas, 2020). Dampak tersebut antara lain 56 persen mengalami penurunan penjualan yang signifikan, 22 persen mengalami kesulitan permodalan, 15 persen mengalami distribusi yang terhambat, dan 4 persen mengalami kesulitan bahan baku. Keberlanjutan UMKM menjadi kunci keberlanjutan ekonomi kerakyatan. Pemerintah telah banyak melakukan upaya seperti memberikan program bantuan langsung tunai (BLT), Kartu Prakerja, penundaan untuk pembayaran pokok utang maupun bunga penurunan suku bunga dari sector perbankan pemberian ⁶ program subsidi bunga untuk usaha ultra mikro serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), program penjaminan kredit modal kerja bagi UMKM. Bantuan tersebut akan tidak berguna Ketika UMKM sendiri tidak berusaha bangkit dari kondisi keterpurukannya. Kondisi ketidakpastian yang tinggi mengharuskan entitas untuk manajemen resiko tepat. Kemampuan UMKM dalam melakukan manajemen resiko yang efektif merupakan penentu keberlanjutan UMKM. Kemampuan beradaptasi terhadap ketidakpastian merupakan kunci keberlanjutan UMKM di masa new normal. Sebagian besar tulisan yang terkait dengan implikasi covid-19 terhadap UMKM hanya sebatas membahas bagaimana perubahan yang harus dilakukan terutama dalam hal digitalisasi UMKM terutama di bidang pemasaran. Pemasaran digitalisasi dan pergeseran pola konsumsi tersebut membuat UMKM harus melakukan penyesuaian

terhadap produknya. Kondisi ini seharusnya membuat peran akuntan manajemen menjadi lebih besar dalam kemajuan UMKM. Perubahan produk secara cepat, penentuan harga yang sangat dipengaruhi oleh harga pasar menuntut UMKM agar mampu melakukan penghitungan secara cepat untuk pengambilan keputusan. Tulisan ini dibuat untuk menunjukkan bagaimana akuntansi manajemen yang ada akan mampu membantu UMKM agar dapat terus mempertahankan keberlanjutan usahanya.

2. Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2020 dunia dihadapkan pandemic Covid-19. Virus mematikan yang menyerang saluran pernafasan ini masih belum diketukan obatnya. Oleh karena itu kebijakan yang menjadi fokus pemerintah di berbagai negara termasuk di pemerintahan adalah bagaimana penerapan prosedur kesehatan yang tepat untuk menghindari terjadinya penularan yang lebih banyak. Sayangnya, prosedur kesehatan yang diterapkan membuat Pandemi Covid-19 memberikan dampak negatif terhadap perekonomian di setiap negara. Pembatasan kegiatan, pembatasan berkumpul, pembatasan akses ke transportasi umum membuat beberapa sektor penopang perekonomian utama di Indonesia menjadi terdampak. Prosedur yang dianggap aman untuk menjaga kesehatan ini membunuh beberapa sektor seperti usaha transportasi dan pariwisata. Secara industri manufaktur, perusahaan – perusahaan yang mengimpor bahan baku ataupun mengekspor produk terpaksa tidak bisa beroperasi. Usaha besar dan kecil banyak yang mengalami penurunan kinerja bahkan harus ditutup. Hal ini terjadi karena banyak pelaku usaha yang tidak bisa menerapkan manajemen resiko yang efektif.

¹ Risiko bisa datang kapan saja, dan sulit dihindari. Jika risiko tersebut menimpa suatu usaha, maka usaha tersebut bisa mengalami kerugian yang signifikan. Dalam beberapa situasi, risiko tersebut bisa mengakibatkan kehancuran usaha tersebut. Karena itu risiko penting untuk dikelola. Kemampuan untuk menerapkan manajemen ⁷ resiko yang efektif merupakan hal penting untuk mempertahankan kinerja organisasi di masa Pandemi Covid-19. Kemampuan melakukan manajemen resiko ini akan membantu para pelaku usaha untuk bisa menjaga keberlangsungan hidup usahanya (Ferreira de Araújo Lima, Crema, & Verbano, 2020). ¹ Manajemen risiko bertujuan untuk mengelola risiko tersebut sehingga kita bisa memperoleh hasil yang paling optimal. Apabila para pelaku usaha tidak bisa mengelola risiko dengan baik, maka mereka bisa mengalami kerugian yang signifikan. Kebijakan manajemen risiko diperlukan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau, dan mengendalikan jalannya kegiatan usaha, sehingga bisa

mengalokasikan modal yang ada, serta mendorong para pelaku usaha untuk mengambil keputusan dengan meminimalisir kerugian dari berbagai risiko yang bersifat yang *uncontrolled* (tak terkendalikan).

Tulisan ini ini memfokuskan pada UMKM. UMKM dipilih karena UMKM merupakan salah satu penggerak perekonomian utama di Indonesia. Tingginya tingkat pengangguran akibat Pandemi Covid-19 ini membuat banyak bermunculan usaha – usaha baru setingkat UMKM. Menghadapi peningkatan persaingan dan tekanan turunnya permintaan karena adanya pandemi covid-19 ini, UMKM yang sudah ada dihadapkan pada tantangan yang cukup berat. Oleh karena itu penting untuk mengetahui tingkat kemampuan manajemen resiko bagi UMKM dan bagaimana dampaknya terhadap pelaporan keuangan mereka di masa pandemi Covid-19. Penelitian yang dilakukan terhadap UMKM - UMKM yang ada di Cekoslovakia menunjukkan bahwa keefektifan organisasi sangat dipengaruhi oleh pemilik (Belas, Smrck, Gavurova, & Dvorsky, 2018). Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan adanya pengaruh manajemen resiko terhadap kinerja organisasi (Augustie & Saad, 2019; Nuryakin, 2018; Pulka, Ramli, & Bakar, 2018; Rehman & Anwar, 2019).

3. Rumusan dan Pembatasan Masalah

Pembahasan mengenai implikasi Covid-19 terhadap UMKM ini penting dilakukan karena dampak ekonomi akibat Covid-19 ini harus segera ditangani. Sebagian besar Tulisan mengenai implikasi Covid-19 terhadap UMKM cenderung lebih memfokuskan pada ekspansi teknologi digital dalam perorganisasian usaha dan metode pemasaran yang digunakan (Amri, 2020; Hardilawati, 2020; Pakpahan, 2020; Shofiana, 2020; Thaha, 2020). Padahal kegiatan produksi produk ini merupakan poin utama dalam UMKM. Perubahan produk dan metode pemasaran akan sangat mempengaruhi bagaimana proses produksi tersebut dijalankan dan bagaimana perhitungan terhadap keuntungan perusahaan. Tanpa adanya keuntungan, sebuah entitas tidak akan mampu berkelanjutan.

Oleh karena itu permasalahan utama yang dibahas pada tulisan ini adalah bagaimana penggunaan teknik – teknik akuntansi manajemen dapat dipergunakan untuk membantu UMKM untuk dapat mempertahankan keberlanjutannya. Pembahasan permasalahan dibatasi pada evaluasi pemanfaatan teknik yang ada akan mampu meningkatkan efektifitas manajemen resiko UMKM berdasarkan strategi manajemen biaya diferensiasi dan *cost leadership*. Penggunaan teknik ini menjadi penting agar pengambilan keputusan dalam hal pengelolaan resiko ketidak pastian ini tetap memperhitungkan keuntungan bagi UMKM. Dengan demikian keberlanjutan UMKM secara jangka panjang dapat lebih terjamin.

4. Pembahasan

4.1 Manajemen Resiko di UMKM: Adaptif

Usaha untuk selalu meminimalisir atau menghindari resiko – resiko yang mungkin terjadi merupakan hal umum yang akan dilakukan individu ataupun perusahaan. Manajemen resiko adalah penerapan fungsi – fungsi manajemen dalam penanggulangan resiko (Marilis & Triyono, 2019).³ Manajemen resiko didefinisikan sebagai suatu metode logis dan sistematis dalam identifikasi, kuantifikasi, menentukan sikap, menetapkan solusi serta melakukan monitor dan pelaporan resiko yang berlangsung pada setiap aktivitas atau proses (Marilis & Triyono, 2019).

Standar dan peraturan yang lain memiliki pendefinisian sendiri terhadap Resiko, (Yap, 2017).⁴ ISO 31000:2009 – Risk Management Principle and Guidelines, manajemen resiko adalah aktivitas terkoordinasi yang dilakukan untuk mengarahkan dan mengelola organisasi dalam rangka menangani resiko. COSO Enterprise Risk Management – Integrated Framework tahun 2004 mendefinisikan manajemen resiko sebagai suatu proses, dipengaruhi oleh jajaran direksi entitas² manajemen dan personil lainnya, diterapkan dalam pengaturan strategi dan seluruh perusahaan yang dirancang untuk mengidentifikasi kejadian potensial yang dapat mempengaruhi entitas, mengelola resiko dan memberikan jaminan terhadap pencapaian tujuan entitas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 191/PMK.09/2008 menyatakan bahwa manajemen resiko adalah pendekatan sistematis untuk menentukan tindakan terbaik dalam kondisi ketidakpastian.

Penerapan manajemen resiko dapat di terapkan pada berbagai bidang yang memiliki ketidakpastian yang tinggi. Manajemen resiko dilakukan oleh individu, perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar Manajemen resiko dalam hal keuangan merupakan bidang manajemen resiko yang paling banyak dilakukan. Meta analisis yang dilakukan terhadap enam puluh satu penelitian manajemen resiko pada UMKM di wilayah eropa menemukan bahwa paling banyak diteliti adalah *financial risk management* dan *enterprise risk management* (Ferreira de Araújo Lima et al., 2020). UMKM memiliki tingkat resiko usaha yang cukup besar karena keterbatasan sumber

daya yang dimiliki. Keterbatasan ini memaksa UMKM untuk melakukan manajemen resiko pada kondisi ketidakpastian tinggi di masa new normal akibat pandemi Covid-19.

Pertanyaan terbesarnya adalah bagaimana cara UMKM dapat melakukan manajemen resiko secara efektif agar dapat memastikan keberlangsungan usahanya. Kebijakan pemerintah yang tertuang dalam PP No 21 tahun 2020 untuk melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) memberikan dampak besar pada pergeseran pola pemasaran dan produk yang ditawarkan oleh UMKM. Hasil penelitian yang terhadap UMKM di Indonesia dimasa pandemic Covid-19 ini menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia bertahan dengan melakukan dengan perubahan dalam kegiatan usahanya (Amri, 2020; Hardilawati, 2020; Pakpahan, 2020; Shofiana, 2020; Thaha, 2020). Perubahan usaha tersebut tidak hanya menyangkut aspek pemasaran (Amri, 2020; Hardilawati, 2020; Thaha, 2020) namun juga menyangkut bagaimana operasional perusahaan (Nasution, 2020; Shofiana, 2020).

Hasil – hasil riset tersebut menunjukkan bahwa sifat adaptif merupakan kunci utama dalam melakukan manajemen resiko pada UMKM. Agar dapat meminimalisir resiko, maka perusahaan harus mampu melakukan perubahan terhadap kegiatan usahanya. Sikap adaptif ini harus didukung oleh fleksibilitas dalam menjalankan kegiatan usaha. Fleksibilitas usaha dapat terlihat pada kemampuan perusahaan dalam melakukan perubahan produk atau metode pemasaran di era pandemic Covid-19 (Hardilawati, 2020; Nasution, 2020). Perusahaban ini tidak boleh hanya disikapi sebagai usaha bertahan sementara, karena selama vaksin covid – 19 ini belum ditemukan maka perubahan ini bisa menjadi perubahan permanen. Oleh karena itu sikap adaptif ini harus didukung penguasaan terhadap tehnik akuntansi manajemen agar dapat mendukung pengambilan keputusan secara tepat yang tidak akan merugikan keuangan UMKM. Secara umum ada dua strategi biaya yang dapat dipilih untuk diterapkan oleh sebuah entitas (Blocher, Stout, Juras, & Smith, 2019). Strategi manajemen biaya tersebut adalah diferensial atau cost-leadership (Blocher et al., 2019). Oleh karena itu penting untuk mengetahui tehnik akuntansi manajemen seperti apa yang dapat mendukung kedua strategi biaya tersebut.

4.2 Cost Volume Profit untuk Fleksibilitas

Analisis *cost volume profit* merupakan analisis yang dipergunakan untuk menunjukkan keterkaitan antara biaya, kuantitas produksi dan keuntungan sebuah produk. Agar dapat melakukan analisis ini, UMKM terlebih dahulu harus mengidentifikasi dan mengklasifikasikan biaya yang muncul. Klasifikasi berdasarkan perilaku biaya tersebut mengelompokkan biaya menjadi biaya tetap dan biaya variabel. UMKM harus mampu untuk membedakan biaya variabel dan biaya tetap yang membebani kegiatan usahanya. Setelah dibedakan, pelaporan keuangan kemudian dilakukan dengan menggunakan format margin kontribusi. Pada format margin kontribusi, UMKM akan mengetahui seberapa nilai margin kontribusi setiap produk dan bagaimana pengaruh biaya tetap terhadap keuntungan perusahaan.

Metode CVP ini membantu UMKM agar dapat dengan cepat memperhitungkan tingkat keuntungan jika terjadi perubahan harga, perubahan biaya variabel dan biaya tetapnya. Metode CVP ini mendukung fleksibilitas UMKM dalam perhitungan keuntungan jika terjadi perubahan dalam hal biaya produksi dan jumlah produk. Hal ini akan memungkinkan pihak UMKM untuk dapat mengambil keputusan secara cepat. Penguasaan terhadap analisis CVP ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam penerapan manajemen biaya strategi diferensial ataupun *cost leadership*.

4.3 Diferensiasi produk dengan Analisis Biaya Relevan

Salah satu kekuatan utama UMKM adalah pada tingginya tingkat kreatifitas yang dituangkan dalam produknya. Perlindungan terhadap HKI membuat para pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya lebih baik (Nasution, 2020). Kreatifitas tersebut memungkinkan UMKM untuk bersaing satu dengan yang lainnya karena adanya diferensial produk. Pada strategi diferensial produk, UMKM harus dapat melakukan perubahan terhadap produk yang ada, sehingga produk yang dihasilkan dapat bervariasi. Strategi ini membutuhkan dukungan perhitungan biaya yang secara cermat, karena setiap perubahan yang dilakukan terhadap produk akan berdampak pada biaya produksinya. Perubahan kemasan, rasa, penyajian akan memberikan dampak pada biaya yang dibebankan pada jenis produk tersebut. Pelaku UMKM harus mampu menelusur terhadap biaya yang relevan dengan perubahan produk tersebut.

Biaya relevan merupakan biaya yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan (Hilton & Platt, 2016). Pada strategi bisnis diferensial, para pelaku UMKM diharapkan dapat mengambil keputusan secara cepat terkait dengan perubahan produk yang ingin dia lakukan. Oleh karena itu pelaku UMKM dapat menggunakan metode analisis diferensial dengan mempertimbangan biaya relevan yang terkait dengan masing – masing produk yang ingin dikembangkan. Pembatasan pertimbangan dengan menggunakan metode biaya relevan membuat pengambilan keputusan menjadi lebih cepat. Hal ini terjadi karena pada metode ini perhitungan hanya dilakukan pada unsur biaya yang berbeda pada satu alternatif dengan alternatif yang lain. Biaya – biaya yang merupakan *sunk cost* tidak lagi perlu untuk dipertimbangkan (Hansen & Mowen, 2011). Perhitungan biaya secara cepat akan memungkinkan UMKM untuk bersaing dengan lebih baik.

4.4 *Cost leadership dengan Target Costing*

Kebijakan PSBB memaksa UMKM untuk beralih pada pemasaran dan keuangan digital (Hardilawati, 2020; Muzdalifa, Rahma, & Novalia, 2018). Model pemasaran secara digital dengan mengandalkan internet memiliki dampak positif yaitu meluaskan daerah pemasaran. Disisi lain, metode pemasaran secara luas ini membuat produk UMKM menjadi lebih dapat diperbandingkan dengan produk dari UMKM lain sejenis. Hal ini menyebabkan semakin meningkatnya persaingan dengan entitas yang lain. Salah satu strategi yang dapat dipilih adalah dengan menggunakan strategi *cost leadership*. *Strategi cost leadership*, merupakan strategi untuk menjadi pemimpin pasar dengan cara menerapkan harga yang paling rendah (Blocher et al., 2019).

Pembebanan biaya menjadi lebih rendah ini dapat didukung dengan metode pembebanan biaya *target costing*. *Target costing* merupakan konsep yang berkebalikan dengan model pembebanan harga dengan metode *cost plus pricing* yang umum dipergunakan. Pada model *cost plus pricing* biaya produksi untuk menghasilkan sebuah produk dihitung lebih dahulu sebagai dasar penentuan harga (Hilton & Platt, 2016). Harga ditetapkan berdasarkan persentase kenaikan tertentu terhadap biaya yang sudah ditetapkan (Hilton & Platt, 2016). Pada model ini harga ditentukan pada akhir penghitungan. Hal ini berkebalikan dengan metode *target costing*. Pada metode *target costing* harga justru ditentukan terlebih dahulu. Setelah menentukan harga jual, target

biaya dihitung berdasarkan pengurangan harga tersebut dengan tingkat keuntungan yang diinginkan (Hilton & Platt, 2016). Oleh karena itu fokus utama pada metode ini adalah bagaimana menghasilkan produk dengan biaya yang ditargetkan.

Model pembebanan biaya ini sangat tepat diterapkan di masa new normal ini. Keterbukaan informasi karena penggunaan pemasaran digital menyebabkan meningkatnya persaingan antar produk. Penentuan harga yang akan diinformasikan kepada publik memiliki resiko tinggi, karena penetapan harga yang terlalu tinggi akan membuat konsumen dengan mudah beralih pada produk yang lain. Resiko ini bisa diminimalisir dengan melakukan penetapan harga yang bersaing terlebih dahulu baru kemudian menentukan target biaya produksi untuk barang tersebut. Oleh karena itu penggunaan target costing menjadi pilihan yang tepat untuk digunakan.

4.5 Efektifitas Penggunaan Teknik Akuntansi Manajemen di UMKM

Pada pembahasan sebelumnya terlihat bahwa setiap teknik akuntansi manajemen dapat diterapkan untuk menurunkan resiko yang dihadapi oleh UMKM. Meskipun demikian, keterbatasan yang ada dalam UMKM dapat membuat teknik yang dipergunakan tersebut dapat secara efektif menurunkan resiko yang dihadapi. Manajemen resiko dengan memanfaatkan teknik tersebut harus mempertimbangkan kondisi UMKM. Penggunaan teknik yang ada harus menyesuaikan dengan karakteristik yang ada dalam UMKM agar dapat menurunkan resiko secara efektif.

Tingginya persaingan di era pemasaran digital ini menuntut setiap sektor usaha menjadi semakin responsif terhadap pasar. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya UMKM dapat menggunakan metode CVP dalam pengambilan keputusan cepat terkait dengan perubahan biaya, volume dan harga. Penggunaan metode ini akan sangat mendukung ketika UMKM memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi dalam ketiga hal tersebut. Namun, bagi UMKM di Indonesia tampaknya hal tersebut sulit untuk dilakukan, Keterbatasan dana merupakan salah satu permasalahan yang dihadapi di masa Covid-19 ini (Kompas, 2020). Keterbatasan dana akan menghambat UMKM untuk dapat memperbanyak volume yang dimiliki. Selain itu penurunan daya beli juga tidak memungkinkan UMKM melakukan produksi dalam volume yang besar. Apalagi penurunan penjualan merupakan dampak terbesar yang dialami oleh UMKM di

Indonesia (Kompas, 2020). Oleh karena itu penyesuaian volume tidak dapat dipilih UMKM untuk melakukan manajemen resiko terhadap perubahan harga. Oleh karena itu tehnik CVP menjadi kurang tepat dipergunakan UMKM dalam melakukan manajemen resiko di era new-normal ini.

Metode *target costing* merupakan metode dimana harga ditentukan terlebih dahulu, baru kemudian menghitung target biaya. (Hilton & Platt, 2016). Model target costing ini sangat tepat diterapkan di masa new normal ini. Keterbukaan informasi karena penggunaan pemasaran digital menyebabkan harga di pasar dapat dengan mudah diperkirakan. Penggunaan metode ini sangat tepat dipergunakan ketika UMKM memiliki produk baru atau ingin menguasai pangsa pasar yang lebih luas. Permasalahn muncul pada rendahnya kemampuan UMKM untuk memodifikasi lingkungan usahanya agar dapat menyesuaikan dengan tuntutan target costing tersebut. Selain itu produk yang dihasilkan oleh UMKM umumnya tidak terfokus pada satu produk saja, sehingga penyesuaian terhadap lini produksinya menjadi sangat komprehensif. Hal ini menyebabkan penerapan metode target costing akan sangat membebani bagi UMKM terutama yang mikro. Strategi ini akan efektif digunakan sebagai sarana menurunkan resiko ketika UMKM hanya memiliki satu produk utama saja dan sudah memiliki sumberdaya yang cukup.

Metode analisis biaya relevan adalah metode yang dipergunakan untuk menelusur biaya – biaya yang dipergunakan untuk menghasilkan sebuah produk. Metode ini sangat bermanfaat bagi UMKM, karena umumnya mereka fokus pada pembuatan produk dan tidak memperhatikan biaya secara cermat. Akibatnya produk – produk UMKM cenderung menjadi lebih mahal. Penggunaan tehnik ini akan sangat membantu UMKM untuk lebih memperhatikan biaya yang dibebankan. Apalagi di masa new normal ini diferensiasi produk merupakan salah satu kunci untuk memenangkan persaingan karena tuntutan konsumen. Keunikan dan tingginya keberagaman produk yang dihasilkan UMKM juga menuntut perhitungan biaya dari berbagai jenis produk secara tepat. Kemampuan untuk mengidentifikasi biaya yang relevan untuk setiap jenis produk akan dengan efektif menurunkan resiko UMKM mengalami kerugian. Oleh karena itu tehnik ini merupakan tehnik yang dianggap paling tepat dalam membantu UMKM dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya.

5. Kesimpulan

Resiko terbesar yang dialami oleh UMKM di masa new-normal adalah pergeseran gaya hidup masyarakat dan tingkat ketidakpastian yang tinggi. Oleh karena itu adaptasi merupakan kunci UMKM dalam mengelola resiko perusahaan yang dihadapi. Perubahan kondisi usaha oleh para pelaku UMKM sudah menjadi keharusan bukan lagi menjadi pilihan dimasa new-normal ini. Perubahan terutama pada produk dan metode pemasaran. Agar dapat mendukung perubahan tersebut pemahaman terhadap biaya perusahaan merupakan hal yang utama. Pemahaman ini mutlak diperlukan agar dapat mengambil keputusan yang tepat. Penerapan tehnik target costing dapat dipilih UMKM ketika mereka memilih untuk menerapkan strategi *cost leadership*. Akan tetapi, sesuai dengan pembahasan sebelumnya keunggulan UMKM adalah pada keunikannya. Oleh karena itu strategi diferensiasi merupakan strategi yang paling tepat dipilih. Tehnik akuntansi manajemen yang tepat untuk dipergunakan dalam strategi diferensiasi tersebut adalah tehnik analisis biaya relevan.

Sayangnya, kelemahan pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya terutama pada kemampuannya dalam hal keuangan. Lemahnya literasi keuangan merupakan salah satu penyebab kurang optimalnya pengelolaan UMKM (Rumbianingru & Wijayangka, 2018). Rendahnya literasi keuangan juga berdampak pada kemampuan perencanaan UMKM (Susanti, 2017) dan kinerja UMKM (Iko Putri Yanti, 2019). Padahal penguasaan terhadap akuntansi manajemen akan sangat mendukung perkembangan perusahaan. Oleh karena itu penting untuk dilakukan peningkatan terhadap kemampuan mereka dalam penguasaan akuntansi manajemen.

Daftar Pustaka

- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147–153. Retrieved from https://www.academia.edu/42672824/Dampak_Covid-19_Terhadap_UMKM_di_Indonesia
- Augustie, C., & Saad, N. M. (2019). Examining the Moderating Effect of Environmental Hostility on the Relationship between Entrepreneurial Orientation and International Performance of Indonesian SMEs. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(7), 521–526. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v9-i7/6144>
- Belas, J., Smrck, L., Gavurova, B., & Dvorsky, J. (2018). The Impact of Social and Economic Factors in The Credit Risk Management of SME. *Counselor Education and Supervision*, 24(3), 1215–1230. <https://doi.org/https://doi.org/10.3846/tede.2018.1968>
- Blocher, E. J., Stout, D. E., Juras, P. E., & Smith, S. (2019). *Cost Management A Strategic Emphasis* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Ferreira de Araújo Lima, P., Crema, M., & Verbano, C. (2020). Risk management in SMEs: A systematic literature review and future directions. *European Management Journal*, 38(1), 78–94. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2019.06.005>
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2011). *Akuntansi Manajerial* (8th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Hilton, R. W., & Platt, D. (2016). *Managerial Accounting : Creating Value in Dynamic Business Environment* (10th ed.). Singapore: McGraw-Hill.
- Iko Putri Yanti, W. (2019). Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Kecamatan Moyo Utara. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.305>

- Kompas. (2020). Sebanyak 37.000 UMKM terdampak wabah virus corona. *Kompas*. <https://doi.org/10.1155/2010/706872>
- Marilis, R., & Triyono, A. (2019). *Manajemen Resiko* (1st ed.; P. Dewi, ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., & Novalia, B. G. (2018). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1). <https://doi.org/10.30651/jms.v3i1.1618>
- Nasution, L. (2020). Efektifitas HKI Sebagai Pelindung Industri Kreatif dan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *ADALAH Buletin Hukum & Keadilan*, volume 4(1), 238–250.
- Nuryakin. (2018). Competitive advantage and product innovation: Key success of Batik SMEs marketing performance in Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(2), 6104.
- Pakpahan, A. K. (2020). Menyelamatkan Penjualan Ritel di Tengah Pandemi Covid-19. *Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*, 1(April), 5. Retrieved from <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://journal.unpar.ac.id/index.php/JurnalIlmiahHubunganInternasiona/article/view/3870&ved=2ahUKEwjP6MOZjZnpAhXFxCsKHRq9DFQQFjAAegQIARAB&usg=AOvVaw09WJeFinTVtA0eWEKaRwYS&cshid=1588557574299>
- Presiden Republik Indonesia. (2020). *Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Coronavirus Disease 2019/COVID-19*. 2019(022868), 8.
- Pulka, B. M., Ramli, A., & Bakar, M. S. (2018). Marketing Capabilities , Resources Acquisition Capabilities , Risk Management Capabilities , Opportunity Recognition Capabilities and SMEs Performance : A Proposed Frame work. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 6(January), 12–22.
- Rehman, A. U., & Anwar, M. (2019). Mediating role of enterprise risk management practices between business strategy and SME performance. *Small Enterprise Research*, 26(2), 207–227.

<https://doi.org/10.1080/13215906.2019.1624385>

Rumbianingru, W., & Wijayangka, C. (2018). Pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (ALMANA)*, 2(3), 155–165.

Shofiana, A. (2020). Implementasi Program Afiliasi berbadais virtual tim dalam UMKM sebagai upaya peningkatan perekonomian di masa Pandemi Covid-19. (Implementation of Virtual Team-Based Affiliation Programs in MSMEs as Efforts for Increasing the Economy in the COVID-19 Pand. *SSRN Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3590822>

Susanti, A. (2017). Tingkat pendidikan, literasi keuanganm perencanaan keuangan terhadap perilaku keuangan UMKM di Surakarta. *Telaah Bisnis*, 18(1), 45–56.

Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147–153.

Yap, P. (2017). *Panduan Praktis Manajemen Resiko Perusahaan*. Growing Publishing.

● 7% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 7% Internet database
- Crossref database
- 5% Submitted Works database
- 2% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	repository.radenintan.ac.id Internet	2%
2	repo.stiebangkinang.ac.id Internet	1%
3	repository.ibs.ac.id Internet	<1%
4	IAIN Batusangkar on 2022-07-04 Submitted works	<1%
5	123dok.com Internet	<1%
6	eprints.umm.ac.id Internet	<1%
7	repository.unika.ac.id Internet	<1%