

PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI MANAJEMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA EKONOMI KREATIF BATIK

Kurnia Riesty Utami, kurniariesty@untag-banyuwangi.ac.id

Muhammad Nur Holis, Nurholis018@gmail.com

ABSTRAK

Kemampuan pengambilan keputusan dengan tepat dan cepat merupakan ujung tombak dalam keberlangsungan usaha. Evaluasi kinerja di dalam usaha tidak hanya fokus ke dalam sumber daya manusia saja melainkan banyak faktor lainnya. Bisnis ataupun usaha tidak hanya berfokus pada pencatatan keuangan tetapi juga harus didukung dengan faktor lainnya yang mendukung perkembangan usaha. Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana sejauh ini pengrajin batik dalam melakukan evaluasi kinerja di dalam usahanya. Penilaian perkembangan suatu usaha tidak hanya keuangan saja, pada kenyataannya perkembangan suatu usaha dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Pendekatan *balanced scorecard* dapat diterapkan pada pengrajin batik yang menggunakan empat perspektif dalam mengukur kinerja perusahaan, yaitu perspektif keuangan, pelanggan, internal dan pengembangan & pembelajaran menjadi informasi yang mendukung untuk evaluasi kinerja yang dilakukan pimpinan untuk pengambilan keputusan. Penerapan *balance scorecard* tidak sulit melainkan memudahkan pimpinan dalam pengambilan keputusan.

Kata Kunci: *Akuntansi Manajemen, Balance Scorecard, Pengambilan keputusan*

ABSTRACT

The ability to make decisions correctly and quickly is the spearhead in business continuity. Performance evaluation in business does not only focus on human resources but many other factors. Business or business does not only focus on financial records but must also be supported by other factors that support business development. The study aims to find out how so far batik craftsmen have evaluated performance in their business. Assessment of the development of a business is not only financial, in fact the development of a business is influenced by internal and external factors. The balanced scorecard approach can be applied to batik craftsmen who use four perspectives in measuring company performance, namely financial, customer, internal and development perspectives & learning into supporting information for performance evaluation carried out by leaders for decision making. Application of balance score.

Keywords: *Management Accounting, Balance Scorecard, Decision Making*

¹ Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi

¹ Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin maju dan canggih menuntut organisasi ataupun pemerintahan untuk terus melakukan kebaruan. Kebaruan yang dimaksud yaitu terus melakukan terobosan baru dan integrasi terhadap teknologi informasi yang semakin cepat. Informasi menjadi factor penting di dalam proses perkembangan jaman. Perkembangan jaman yang semakin maju tersebut menuntut untuk cepat dan tanggap dalam melakukan pengambilan keputusan. Informasi yang dilengkapi dengan data – data dan bukti pendukung terkait dengan kondisi organisasi baik internal maupun eksternal. Dengan adanya informasi yang akurat memudahkan dalam melakukan pengambilan keputusan dalam menentukan strategi yang tepat.

Pengambilan keputusan yang tepat merupakan salah satu strategi dalam suatu perusahaan ataupun organisasi. Ketepatan pengambilan strategi tentunya melihat bagaimana informasi yang di dapat dalam proses keberlangsungan organisasi. Informasi yang dibutuhkan tidak hanya focus terhadap informasi keuangan saja melainkan informasi lainnya yang mendukung dalam proses keberlangsungan organisasi. Dalam hal ini yang dimaksud antara lain informasi sumber daya manusia, produksi, ataupun terkait dengan keadaan pesaing pasar. Manajer dalam mengambil keputusan sangat memerlukan informasi terkait dengan keuangan dan non keuangan dikarenakan hal tersebut saling berkaitan dalam dunia usaha taupun organisasi.

Kemampuan pengambilan keputusan dengan tepat dan cepat merupakan ujung tombak dalam keberlangsungan usaha. Evaluasi kinerja di dalam usaha tidak hanya focus ke dalam sumber daya manusia saja melainkan banyak factor lainnya. Bisnis ataupun usaha tidak hanya berfokus pada pencatatan keuangan tetapi juga harus diimbangi dengan factor lainnya yang mendukung perkembangan usaha. Pertimbangan dalam pengambilan keputusan tidak hanya

focus kedalam keuangan saja melainkan non keuangan baik factor internal dan factor eksternal (Pengkuran et al., 2022).

Salah satunya yang perlu diperbaiki yaitu Ekonomi Kreatif batik yang berada di Kabupaten Banyuwangi saat ini menjadi usaha yang sangat populer. Hal ini terbuktinya banyak pengusaha batik di setiap daerah memiliki pengrajin batik. Dengan tumbuh kembangnya yang semakin tinggi pemerintah Kabupaten Banyuwangi memberikan dengan melakukan Festival Batik Banyuwangi yang dimasukan dalam agenda Tahunan Banyuwangi. Hal ini merupakan dukungan oleh pemerintah Banyuwangi untuk terus meningkatkan perekonomian perajin batik di Banyuwangi. Dengan adanya festival ini menjadi menarik untuk wisatawan baik lokal maupun mancanegara untuk datang ke Banyuwangi. Semakin berkembangnya pariwisata di Banyuwangi berimbas kepada umkm di sekitarnya.

Seiring dukungan pemerintah Banyuwangi tentunya ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan atau dipertahankan. Dalam hal ini masih banyak pengrajin batik kurang berkembang baik usahanya atau produk yang dihasilkan. Hal ini disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang terus mengolah atau berkreasi di dalam menghasilkan produk. Selain itu juga penentuan HPP produk yang dihasilkan. Dan kurangnya pemahaman terhadap bagaimana minat pembeli produk yang seperti apa. Banyak pesaing pasar yang semakin berkembang dalam menghasilkan produk batik khas daerah masing – masing. Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti melakukan penelitian bagaimana penerapan informasi akuntansi manajemen khususnya *balance scorecard* dalam mengevaluasi kinerja di dalam usaha pengrajin batik sesuai dengan target yang telah ditentukan.

KAJIAN PUSTAKA

1. Akuntansi Manajemen

Akuntansi Manajemen merupakan keputusan berfokus terhadap internal perusahaan, informasi keuangan dan non keuangan yang menjadi prospektif di masa depan. Akuntansi manajemen itu sendiri tidak ada aturan terkait dengan penyusunan pelaporannya. Tidak ada peraturan yang mengatur seperti akuntansi

keuangan yaitu SAK, dan tidak ada pelaporan untuk pihak eksternal atau *stakeholder* (134332-ID-Peranan-Akuntansi-Manajemen-Dalam-Pengam, n.d.).

Informasi akuntansi manajemen mempunyai tiga tujuan utama yaitu (1) Untuk menyediakan informasi yang digunakan dalam penghitungan produk, (2) menyediakan informasi yang digunakan dalam perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan, (3) menyediakan informasi yang berguna dalam evaluasi kinerja perusahaan. Ketiga tujuan tersebut dapat membantu manajer mengidentifikasi suatu masalah dan mengevaluasi kinerja (134332-ID-Peranan-Akuntansi-Manajemen-Dalam-Pengam, n.d.). Akuntansi manajemen merupakan tahapan perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Perencanaan yang baik tentunya akan menghasilkan hasil yang baik juga dikarenakan dengan strategi yang sudah disiapkan menjadikan peta jalan keberlangsungan usaha. Pengambilan keputusan pimpinan dalam Perusahaan atau usaha tidak hanya berfokus kepada keuangan saja melainkan bagaimana usahanya tetap berjalan terus dan semakin berkembang. Dengan hal tersebut akuntansi manajemen menjadi salah satu wadah memberikan informasi untuk perkembangan suatu usaha.

2. Balanced Scorecard

Balanced scorecard merupakan pendekatan pengukuran yang dapat digunakan oleh organisasi maupun perusahaan sebagai upaya perbaikan kinerja perusahaan yang dimiliki. Banyak perusahaan menerapkan pengukuran *balanced scorecard* untuk melaksanakan proses-proses manajemen kritis, yaitu: mengklarifikasi dan menerjemahkan visi dan strategi perusahaan; mengkomunikasikan dan mengaitkan tujuan-tujuan strategis dengan ukuran-ukuran kinerja; merencanakan, menetapkan target, dan menyelaraskan inisiatif-inisiatif (program) strategis; dan mengembangkan umpan-balik dan pembelajaran strategis untuk peningkatan terus-menerus di masa yang akan datang (Lestari et al., n.d.).

Perusahaan-perusahaan yang inovatif menggunakan fokus pengukuran *balanced scorecard* untuk melaksanakan proses-proses manajemen kritis, yaitu: mengklarifikasi dan menerjemahkan visi dan strategi perusahaan;

mengkomunikasikan dan mengaitkan tujuan-tujuan strategis dengan ukuran-ukuran kinerja; merencanakan, menetapkan target, dan menyelaraskan inisiatif-inisiatif (program) strategis; dan mengembangkan umpan-balik dan pembelajaran strategis untuk peningkatan terus-menerus di masa yang akan datang (Lestari et al., n.d.-a)

Tujuan dan pengukuran pada metode *balanced scorecard* didasarkan pada visi dan strategi perusahaan. Tujuan dan pengukuran melihat kinerja organisasi dari empat perspektif yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan (Chairunnisa et al., 2022).

Berdasarkan pernyataan tersebut pendekatan *balance scorecard* dianggap mampu mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin batik khususnya. Adapun pendekatan *balance scorecard* dibawah ini.

Prespektif	Sasaran dan strategi	Ukuran kinerja
Keuangan	Pemangku kepentingan	Biaya produksi
Konsumen	Pelanggan	Kepuasan dan kualitas produk
Internal bisnis	Pimpinan perusahaan	Produksi
Pembelajaran dan pertumbuhan	Sumber daya manusia	Pelatihan peningkatan kinerja melalui studi banding

a. Prespektif keuangan

Di dalam pendekatan Balanced scorecard salah satu indikatornya yaitu prespektif keuangan dimana dengan adanya prespektif keuangan tersebut bertugas mencatat keuangan Perusahaan baik biaya produksi maupun informasi data keuangan di dalam proses keberlangsungan usaha. Dengan adanya prespektif keuangan berfungsi sebagai koreksi pencatatan keuangan, selain itu bertujuan untuk melihat kontribusi penentuan biaya terhadap keuntungan bisnis. Sehingga perusahaan dapat mengetahui pendapatan mana yang menjadikan penopang keberlangsungan suatu usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian bahwa saat mengukur kinerja keuangan, perusahaan harus mendeteksi keberadaan sektor yang dimilikinya (Pengukuran et al., 2022).

b. Prespektif konsumen

Aspek yang diukur dalam perspektif ini berkaitan dengan kepuasan pelanggan, bagaimana menarik pelanggan baru, pertumbuhan pangsa pasar, kecepatan merespon permintaan konsumen dan kualitas hubungan konsumen. Dimana pelanggan merupakan prioritas yang harus diberikan pelayanan yang baik oleh usaha (Pengukuran et al., 2022). Pangsa merupakan sumber yang akan menjadi komponen penghasilan tujuan keuangan perusahaan, Perspektif pelanggan memungkinkan perusahaan menselaraskan berbagai ukuran: (a) kepuasan; (b) loyalitas; dan (c) akuisisi dan profitabilitas terhadap pelanggan dan segmen pasar sasaran (Faturahman Alamsyah et al., 2017).

c. Prespektif internal bisnis

Dari perspektif proses bisnis internal organisasi bisnis merupakan segala sesuatu yang dilakukan perusahaan untuk memuaskan konsumen. Perusahaan harus memilih proses dan kapabilitas terbaik dan menetapkan ukuran untuk mengukur kinerja proses dan kapabilitas tersebut (Utami, n.d.). Prespektif internal bisnis ini biasanya berfokus bagaimana menyiapkan strategi dan kemampuan karyawan dalam menjalankan suatu produksi. Hal ini menjadi pendukung dalam proses keberlangsungan produksi di dalam perusahaan.

d. Prespektif pembelajaran dan pertumbuhan

Pengukuran yang digunakan dalam proses produksi adalah waktu yang digunakan dalam memproduksi dan menjadi produk sampai dengan waktu pendistribusian kepada pelanggan. Pembelajaran dan pertumbuhan menjadikan salah satu terobosan ilmu pengetahuan baru untuk mengembangkan usaha. Dengan melakukan pembelajaran melalui perusahaan yang maju menjadikan evaluasi dan motivasi untuk terus melakukan perbaikan di dalam usaha. Pada saat yang sama, dalam pengembangan produk baru, diukur dengan jumlah inovasi produk, berarti dua hal. Pertama, pengembangan produk dasar, dan kedua adalah munculnya produk inovatif yang sama sekali baru dari perusahaan. (Utami, n.d.)

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana sejauh ini pengrajin batik dalam melakukan evaluasi kinerja di dalam usahanya. Penilaian usaha biasanya hanya berfokus kepada keuangan saja, nyata tidak hanya keuangan saja yang menjadi evaluasi melainkan faktor internal dan eksternal. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi. Analisis data dilakukan dengan menelusuri apa yang telah diperoleh dalam proses pengumpulan data. Pengumpulan data tersebut di dapatkan dari survey, wawancara, dan survei. Perusahaan termasuk UMKM harus mampu menerapkan praktik akuntansi manajemen dengan baik agar kinerja usahanya meningkat (Dwi Puryati, 2022). Sumber data primer diperoleh dari informasi dalam wawancara langsung dengan pimpinan dari pengrajin batik menggunakan pedoman wawancara terstruktur sesuai dengan tujuan penelitian yaitu pengrajin batik di Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini menggunakan triangulasi yaitu metode dengan melakukan perbandingan informasi data yang berbeda dari setiap informan, triangulasi sumber data dengan menggunakan observasi langsung didukung dengan dokumen yang dimiliki informan, dan triangulasi teori dimana menggunakan data sebagai dasar pengambilan keputusan. Kombinasi triangulasi dilakukan bersamaan kegiatan penelitian dilapangan, sehingga menghasilkan data secara lengkap. Informan yang akan diwawancari terkait dengan penilaian diantaranya pemilik batik satrio, pemilik batik tatsaka dan batik muktayasa.

Pemilihan ketiga pengrajin disesuaikan dengan kriteria peneliti dan terdaftar di Dinas UMKM dan Koperasi Kabupaten Banyuwangi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang dilakukan pada tiga pengrajin batik yaitu batik satrio, batik tatsaka, dan batik muktiyasa menunjukkan bahwa pengrajin batik lebih banyak fokus bagaimana mendapatkan keuntungan yang diharapkan. Pencatatan keuangan yang dilakukan hanya sebatas pencatatan sederhana saja dan masih belum bisa membedakan keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Sehingga pemisahan antara keduanya masih saling tumpah tindih. Selain itu juga pelanggan yang masih tingkat lokal yang menjadi perhatian khusus oleh para pengrajin batik. Sebenarnya pemerintah terus berupaya untuk melakukan pemasaran dengan event yang dilakukan yaitu festival batik. Selain itu juga pimpinan yang masih membaaur menjadi satu dengan administrasi yang dilakukan. Pengrajin batik itu sendiri masih membutuhkan banyak pengetahuan terkait dengan inovasi beberapa produk. Informasi yang disampaikan oleh batik satrio terletak di Kecamatan Siliagung merupakan pengrajin batik yang sudah melakukan audit eksternal setiap tahunnya hal ini dikarenakan pengrajin batik ini sudah menerima pesanan dari pelanggan luar negeri dan sudah ekspor sehingga karyawan diminta untuk melakukan pencatatan keuangan. Diungkapkan oleh pemilik batik satrio yaitu

”saya sebagai selaku pemilik meminta untuk mencatat secara terperinci walaupun masih jauh dari kesesuaian standar keuangan umkm, setidaknya walaupun belum sesuai penting kelihatan. Selain itu juga kami masih terbatas modal manknya lokal yang menjadi pusat perhatian kita. Juga untuk mendatangkan pelatihan batik yang butuh biaya juga”

Pencatatan keuangan di batik satrio ini masih sederhana, pimpinan mementingkan yang penting ada catatan secara rinci. Selain itu juga batik satrio ini memiliki karyawan cukup banyak dan pernah melakukan kunjungan kerja bersama – sama karyawan di salah satu batik terbesar di Solo. Kunjungan tersebut dilakukan sebagai evaluasi dan menambah pengetahuan terhadap karyawan maupun pimpinan. Selain kelebihan yang dimiliki batik satrio memiliki permasalahan yang dihadapi yaitu masih kurangnya pemahaman bagaimana pesaing

karena konsumen itu dari berbagai daerah tentunya ragam permintaan pelanggan. Hal ini menjadi permasalahan bagi batik satrio. *Digital marketing* yang semakin canggih menuntut karyawan untuk terus *update*. Tetapi hal ini menjadi pr karena sumber daya manusia yang dimiliki masih kurang memumpuni.

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik batik tatsaka menyampaikan dalam pengambilan keputusan masih menggunakan sistem kira – kira. Yang dimaksud yaitu dengan memperkirakan yang penting laku saja. Belum memahami bagaimana mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan pengeluaran yang dikeluarkan. Di batik tatsaka tersebut memiliki produk kerajinan batik yang unik yaitu pewarnaan menggunakan rempah – rempah sehingga harga jualnya lumayan tinggi. Pernyataan dari pemilik batik:

”Saya bingung kadang menentukan harga jualnya berapa soalnya kadang harga bahan bakunya naik turun tidak mesti harganya. Selain itu peminatnya ini memang banyak menengah, soalnya kan harganya lumayan. Sedangkan banyak pengrajin batik jualnya lebih murah karena bahan yang dipakai juga ekonomi”

Hal ini menjadi permasalahan karena pemilik terkadang masih bingung bagaimana menentukan harganya dikarenakan harga pewarna dari rempah tersebut terkadang mengalami kenaikan atau penurunan. Perlunya melakukan pembelajaran dan pengembangan produk yang dihasilkan menjadi bagus dan awet warnanya. Belum pernah melakukan studi banding dengan pengrajin batik yang melakukan pewarnaan dengan rempah – rempah. Banyak di luar kota Banyuwangi pengrajin batik yang memanfaatkan perwarnaan dengan rempah – rempah. Rencana berkunjung ada tapi masih belum teralisasi sampai saat ini.

Batik muktiyasa yang tergolong masih baru tetapi sudah mengikuti berbagai event kegiatan batik di festival Kabupaten Banyuwangi agendakan. Batik muktiyasi mendapatkan kejuaran lomba desain batik yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. Batik muktiyasi tergolong masih pemula tetapi jiwa untuk berkembang usaha batiknya sangat tinggi. Disamping permasalahan yang dihadapi yaitu masih minim pemahaman bagaimana menghitung HPP produk dan bagaimana melakukan pemasaran. Untuk prespektif

internal bisnis disini yaitu keterlibatan karyawan dan pimpinan dalam merencanakan strategis dan target. Dan yang terakhir yaitu prespektf pembelajaran & pengembangan batik muktiyas masih belum melakukan studi banding dengan batik lainnya dikarenakan kondisinya yang masih relatif muda dan terbentur faktor biaya.

Akuntansi manajemen di dalam suatu organisasi sangat penting, karena proses perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan yaang terencana dengan baik. Informasi yang di dapatkan dari catatan masa lalu yang menjadikan tolak ukur untuk perencanaan kedepannya. Startegis di dalam suatu usaha sangat diperlukan dimana keberhasilan suatu usaha ditentukan diawal sebelum proses tersebut dilaksanakan. Akuntansi manajemen merupakan penyediaan informasi secara terperinci untuk kepentingan internal perusahaan. Proses perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan didukung oleh informasi yang lebih rinci dan tepat. Membangun suatu perusahaan agar semakin maju memerlukan proses perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan yang baik merupakan faktor yang penting bagi kinerja perusahaan (PENTI KURNIAWATI ET AL., 2012). Di dalam akuntansi manajemen banyak sekali pendekatan yang dapat digunakan di dalam perkembangan usaha. Dalam hal ini menggunakan pendekatan *balance scorecard* dimana pendekatan ini pendekatan secara modern yang cocok diterapkan oleh pengrajin batik.

Pendekatan Balance Scorecard merupakan salah satu pendekatan yang cocok untuk diterapkan pengrajin batik keterlibatan sumber daya manusia tidak hanya pemilik ataupun pimpinan, namun keterlibatan semua sumber daya manusia yang berkontribusi di dalam kerbelangsungan usaha. Penentuan strategi tentunya lebih baik dilakukan bersama – sama hal ini dikarenakan informasi banyak ditemui oleh karyawan yang berkecimpung langsung didalam proses produksi. Kerjasama yang baik yang dilakukan memudahkan dalam melakukan strategi atau sasaran produk yang diharapkan. Dengan membeikan informasi antara karyawan dan pimpinan menjadikan salah satu penilaian atau evaluasi bagaimana pengambilan keputusan kedepannya. Informasi akuntansi manajemen menjadi salah satu kunci kesuksesan dalam berusaha. Karena akuntansi

manajemen tidak hanya berfokus ke dalam pencatatan keuangan yang baik melainkan memberikan informasi faktor eksternal yang mendukung usaha. Sejalan dengan penelitian perusahaan yang menggunakan keempat perspektif BSC lebih ekstensif dibanding perusahaan yang mengikuti strategi defender atau prospektor, dan organisasi pada tahap awal siklus pengendalian keuangan tradisional dan lebih cenderung menggunakan BSC (Koroy, 2004).

Implementasi *balance scorecard* ke dalam evaluasi kinerja suatu usaha sangat penting hal ini banyak memberikan informasi baik internal perusahaan atau *stakeholder* yang memiliki kepentingan (Ramaraya Koroy, 2004). Seperti halnya pemerintahan membutuhkan pendataan bagaimana perkembangan usaha terkait dengan produk yang dihasilkan, pelaporan keuangan yang sesuai dengan standar keuangan yang sudah ditentukan tentunya terkait dengan kepatuhan pajak yang dibayarkan, progress peningkatan laba yang dihasilkan, keluhan dan program yang direncanakan. Dengan ada catatannya yang tersistematis memudahkan pemerintah untuk membantu dalam meningkatkan penjualan maupun pengembangan produk yang dihasilkan (Lestari et al., n.d.-b).

Pimpinan setiap usaha harus bisa membaca peluang pesaing pasar dengan tujuan untuk kebaharuan produk tanpa meninggalkan ciri khas yang dimiliki. Evaluasi kinerja tidak hanya menunjukkan pencapaian saat ini yang sudah dicapai, melainkan menjadikan evaluasi kedepannya dengan melakukan studi banding dengan pengrajin batik yang lebih besar dan penjualannya yang sudah sampai dengan ekspor. Studi banding ini dilakukan bertujuan untuk peningkatan secara berkesinambungan di dalam usahanya. Bukan menjadikan pesaing melainkan menjadikan rekan untuk terus mengembangkan kerajinan batik yang dihasilkan. Sejalan dengan penelitian (Chairunnisa et al., 2022a) bahwa UMKM memiliki keyakinan bahwa pembudayaan nilai-nilai ini dapat diterapkan, karena memiliki hambatan yang tidak sebesar yang dirasakan oleh organisasi yang besar. (Lestari et al., n.d.-c). Untuk pengrajin batik rata – rata memiliki karyawan tidak terlalu banyak dibandingkan dengan perusahaan yang besar. Sehingga evaluasi penilaian kerja karyawan dan usaha yang berlangsung dengan mudah dapat dilakukan. Perspektif keuangan dijabarkan dengan jumlah penjualan, total keuntungan, dan

biaya operasional. Perspektif pelanggan dijabarkan dengan tingkat kepuasan pelanggan dan total reseller. Perspektif pertumbuhan dan pembelajaran dijabarkan dengan tingkat kepuasan kerja karyawan dan tingkat kompetensi karyawan. Perspektif internal bisnis dijabarkan dengan jenis menu, media penjualan, dan kesesuaian Standard Operating Procedure (SOP). Setiap indikator kinerja utama pun diperlukan alokasi penanggung jawab dari struktur organisasi untuk memaksimalkan implementasi dan pengawasan setiap butir nya (Chairunnisa et al., 2022b).

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara yang dilakukan yaitu prespektif keuangan dari ketiga pengrajin batik rata – rata masih melakukan pencatatan secara sederhana karena pengetahuan sumber daya manusia yang masih rendah dan memumpuni untuk melakukan pencatatan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi keuangan. Banyak pengrajin batik tidak memahami bagaimana menghitung harga pokok produksi satu lembar batik yang akan dijual. Selain itu juga pengrajin batik tidak memahmi berapa laba yang didapatkan karena pengrajin menganggap apabila asset yang dimiliki bertambah itu termasuk ke dalam laba yang dihasilkan. Sebagian besar pengusaha tidak bisa menjawab atau menunjukkan laba yang didapatkan, hanya menjawab dengan menunjukkan benda-benda berwujud seperti motor, rumah, atau mobil (Dwi Puryati, 2022).

Prospektif pelanggan dimana pelanggan itu bervariasi dalam minat desain batiknya. Berdasarkan kriteria pelanggan tentunya pengrajin batik harus siap dengan varian batik yang modernisasi, tetapi tidak meninggalkan ciri khas dari batik Khas Banyuwangi. Dalam hal ini tentunya memerlukan pengamatan bagaimana produk yang dihasilkan akan terus diminat oleh pelanggan. Selain itu juga bagaimana pemasaran yang dilakukan dalam menjual produk batik ke pelanggan. Ketetapan waktu ataupun tanggap terhadap pelanggan itu menjadi point penting dalam usaha. Untuk selanjutnya perspektif internal bisnis yaitu adanya kerjasama yang baik antara karyawan dan pimpinan. Seperti halnya pengrajin batik selalu melibatkan karyawannya dalam menentukan strategi yang akan diambil. Perencanaan dan pengendalian di dalam internal usaha sangat penting. Karena kunci utama suatu usaha adalah strategi pimpinan dalam

mengelolah sumber daya manusia. Dan untuk prespektif pembelajaran dan pengembangan perlu dilakukan secara berkala untuk mengembangkan usahanya. Karena hal tersebut menjadikan pembelajaran untuk terus kreatif dalam menghasilkan produk batik yang banyak diminati dengan harga relatif ekonomis.

Dari empat prespektif yang dimiliki oleh *balancescorecard* yaitu prespektif keuangan, prespektif pelanggan, prespektif internal perusahaan, dan pengembangan & pembelajaran sangat penting untuk mengembangkan suatu usaha. Dengan menggunakan pendekatan *balance scorecard* tersebut menjadikan salah satu bukti pendukung dengan dilengkapi data – data untuk evaluasi kinerja. Dari data tersebut dapat digunakan sebagai alat ukur untuk pengambilan keputusan usahanya. Prespektif keuangan sangat penting untuk penentuan berapa harga pokok produk penjualan yang dilakukan sehingga pengeluaran dan pendapatan yang diinginkan sesuai dengan target yang diharapkan. Selanjutnya untuk perpektif pelanggan yaitu dengan informasi yang karyawan menjadi masukan untuk keberlangsungan usaha dikarenakan karyawan lebih berhadapan secara langsung dengan karyawan, memahami keinginan karyawan, selain itu juga bagaimana pesaing pasar pada saat ini. Selain itu juga faktor penting lainnya yaitu untuk terus belajar dan melakukan perbaikan dengan observasi pada pengrajin batik yang dinilai lebih baik.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Informasi akuntansi manajemen dilakukan mulai dengan perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan menjadikan peta jalan untuk keberlangsungan suatu usaha. Dengan Pendekatan *balanced scorecard* menjadi hal baru untuk diterapkan. Empat perspektif yang dimiliki oleh *balance scorecard* menjadi salah satu alat ukur kinerja perusahaan, yaitu perspektif keuangan, pelanggan, internal dan pengembangan & pembelajaran menjadi informasi yang mendukung untuk evaluasi kinerja yang dilakukan pimpinan untuk pengambilan keputusan. Perspektif keuangan bahwa setiap transaksi di dalam usaha itu wajib dilakukan pencatatan dan pemisahannya, karena hal ini memudahkan pimpinan atau pemilik dalam menelusur biaya produksi yang

dikeluarkan dalam keberlangsung usaha. Tentunya hal ini berpengaruh juga terhadap kondisi keuangan usaha. Untuk persepektif pelanggan bahwa pemilik usaha ini harus bisa memahami keinginan pelanggan baik segi produk yang dihasilkan maupun pelayanan yang diberikan.

Perspektif internal perusahaan yaitu pimpinan harus saling melakukan koordinasi dengan karyawan, karena dengan adanya koordinasi yang baik dapat mewujudkan tujuan yang sudah ditargetkan, dan untuk perspektif pengembangan & pembelajaran bahwa keberlangsungan usaha membutuhkan kebaruan didalam mengembangkan usaha. Tidak hanya puas dengan pencapaian yang dimiliki melainkan terus belajar dari para senior pemilik usaha batik lainnya. Penerapan *balance scorecard* tidak sulit melainkan memudahkan pimpinan dalam pengambilan keputusan. Hal ini dikarenakan adanya keterlibatan karyawan di dalam proses keberlangsungan penentuan strategi yang ditentukan. Dengan karyawan turut serta dalam suatu perencanaan dan penyusunan strategis memudahkan suatu usaha berjalan sesuai apa yang sudah ditargetkan.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian diatas, saran yang diberikan peneliti untuk kedepannya yaitu sebagai berikut:

- a. Bagi pengrajin batik kedepannya menerapkan penilaian dengan pendekatan *balance scorecard* yang menjadi evaluasi dalam usaha dan sebagai informasi untuk pengambilan keputusan usahanya.
- b. Bagi pemerintahan Kabupaten Banyuwangi terus mendukung dengan memberikan program yang mendukung pengrajin batik. Tidak hanya pengembangan usaha melainkan menyeimbangkan kemampuan sumber daya manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- 134332-Id-Peranan-Akuntansi-Manajemen-Dalam-Pengam. (N.D.).
- Chairunnisa, S. M., Salsabila, A., Aziza, A. R., & Rahmah, S. (2022a). Implementasi Manajemen Strategi Melalui Balanced Scorecard Pada Umkm Amelia Snack Dan Cookies. In *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* (Vol. 18, Issue 1).
- Chairunnisa, S. M., Salsabila, A., Aziza, A. R., & Rahmah, S. (2022b). Implementasi Manajemen Strategi Melalui Balanced Scorecard Pada Umkm Amelia Snack Dan Cookies. In *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* (Vol. 18, Issue 1).
- Dwi Puryati. (2022). Praktik Akuntansi Manajemen Pada Usaha Mikro, Kecil, Menengah Di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (Jrap)*, 9(01), 124–135. <https://doi.org/10.35838/Jrap.2022.009.01.10>
- Faturahman Alamsyah, L., Firdaus Strategi Meningkatkan Kinerja Menggunakan Dan Lukman Baga Balanced Scorecard Pada Pemerintahan Kota Jakarta Utara, M. M., Firdaus, M., & Baga, L. (2017). Strategi Peningkatan Kinerja Menggunakan Balanced Scorecard Pada Pemerintah Kota Jakarta Utara. In *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah* (Vol. 9).
- Lestari, D., ; W., & Kabul, I. (N.D.-A). *Implementasi Balanced Scorecard Pada Unit Usaha Kecil Menengah: Studi Kasus Sebuah Restoran Di Jakarta*.
- Pengukuran, P., Melalui, K., Balance, P., Di, S., Taman, B., Kurnia, S., & Utami, R. (2022). Yume : Journal Of Management. *Yume : Journal Of Management*, 5(3), 112–120. <https://doi.org/10.37531/Yume.Vxix.3546>
- Penti Kurniawati, E., Ika Nugroho, P., & Chandra Arifin, Dan. (2012). Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). In *Jmk* (Vol. 10, Issue 2).
- Ramaraya Koroy, T. (2004). Menilai Keberhasilan Balanced Scorecard Sebagai Sistem Pengukuran Kinerja Strategik Stie Nasional Banjarmasin. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 5(2), 232–247.