



# Balance Scorecard

Terhadap peningkatan Kinerja UMKM

# TOKO SEMBAKO

Siti Aisyah Nur Azmi | Bintang Cahya  
Zahra Aulia Mansur | Gustian Djuanda



**SARI-SARI**  
STORE

LOAD  
HERE!



**FISH  
BALL**

Editor:

Assoc. Prof. Dr. Gustian Djuanda, SE, MM

BALANCED SCORECARD UNTUK MENINGKATKAN  
KINERJA UMKM TOKO SEMBAKO

Siti Aisyah Nur Azmi  
Bintang Cahya  
Zahra Aulia Mansur  
Gustian Djuanda



**TAHTA MEDIA GROUP**

## UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

### **Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4**

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

### **Pembatasan Pelindungan Pasal 26**

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

### **Sanksi Pelanggaran Pasal 113**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

# BALANCED SCORECARD UNTUK MENINGKATKAN KINERJA UMKM TOKO SEMBAKO

Penulis:

Siti Aisyah Nur Azmi  
Bintang Cahya  
Zahra Aulia Mansur  
Gustian Djuanda

Desain Cover:

Tahta Media

Editor:

Assoc Prof Dr. Gustian Djuanda, S.E., M.M

Proofreader:

Tahta Media

Ukuran:

vi,92, Uk: 15,5 x 23 cm

QRCBN: 62-415-6635-546

Cetakan Pertama:

Juli 2024

Hak Cipta 2024, Pada Penulis

---

Isi diluar tanggung jawab percetakan

---

**Copyright © 2024 by Tahta Media Group**

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau  
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini  
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP**  
**(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)**  
**ANGGOTA IKAPI (216/JTE/2021)**

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Segala puji hanya bagi Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memungkinkan kami menyelesaikan e-book berjudul "Balanced Scorecard Untuk Meningkatkan Kinerja Umkm Toko Sembako". Meskipun kami menghadapi berbagai tantangan selama proses penyusunan, dengan izin Allah SWT dan dukungan dari berbagai pihak, kami berhasil menyelesaikannya. Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah membantu dalam penyusunan e-book ini.

Kami sadar bahwa e-book ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Meskipun demikian, kami telah berusaha sebaik mungkin dengan pengetahuan dan kemampuan yang kami miliki untuk menyelesaikannya dengan baik. Oleh karena itu, kami dengan tulus mengundang masukan, saran, dan kritik yang membangun untuk meningkatkan kualitas e-book ini. Harapan kami agar e-book ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Sukabumi, 24 Juli 2024

Penyusun

# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
BAB II AKUNTANSI MANAJEMEN.....	7
A. Akuntansi Manajemen .....	7
B. Sejarah Singkat Akuntansi Manajemen.....	9
C. Pengaruh Teknologi Terhadap Akuntansi .....	10
D. Arah Perkembangan Akuntansi Manajemen .....	12
BAB III BALANCED SCORECARD .....	24
A. Definisi Balanced Scorecard.....	24
B. Tahapan Penyusunan <i>Balanced Scorecard</i> .....	25
C. Pengukuran keempat perspektif balanced scorecard .....	26
D. Pengukuran Kinerja Dan Strategi Perusahaan .....	31
E. Implementasi Balanced Scorecard.....	31
F. Teknik Analisis Data .....	34
G. Contoh Analisis Kajian UMKM terhadap tenaga kerja menggunakan Balance Scorecard .....	36
H. Perspektif Pendidikan dan Pelatihan .....	37
BAB IV Profil UMKM Toko Sembako .....	39
A. Pembahasan Toko Delia Ajeng Jaya .....	39
B. Pembahasan Toko Ibu Ijah .....	43
C. Pembahasan Toko Grosir Mang Aan.....	47
BAB V PERHITUNGAN BALANCE SCORCARD TERHADAP UMKM TOKO SEMBAKO .....	51
A. Perspektif Keuangan.....	51
B. Perspektif Konsumen.....	53
C. Perspektif Proses Bisnis Internal .....	55
D. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan .....	55
E. Rekapitulasi Perspektif 3 UMKM : Toko Delia Ajeng Jaya, Toko Grosir Mang Aan, dan Toko Ibu Ijah. ....	57

F. Penerapan Balance Scocard Terhadap 3 Umkm Toko Sembako ...	61
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	84
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA .....	87
PROFILE PENULIS.....	88

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Kegiatan ekonomi memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat secara keseluruhan. Pertumbuhan ekonomi yang meningkat akan membantu dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Untuk mencapai hal ini, dibutuhkan adanya lapangan kerja yang cukup untuk mengakomodasi semua kalangan usia (Limantara, A. D. (2019)).

Indonesia, sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam, masih belum memanfaatkan potensi tersebut secara maksimal. Oleh karena itu, masyarakat diharapkan dapat mengembangkan keterampilan dan potensi yang ada dalam diri mereka serta lingkungan sekitarnya agar kebutuhan hidup terus terpenuhi.

Strategi pemasaran mencakup keputusan terkait biaya, bauran pemasaran, dan alokasi sumber daya pemasaran yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan dan persaingan. Penting bagi perusahaan untuk memahami kekuatan dan kelemahan mereka dalam menghadapi persaingan. Ini membantu dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang serta menghindari atau meminimalkan risiko.

Menurut Alimudin (2019), strategi pemasaran adalah usaha untuk menemukan posisi yang menguntungkan dalam suatu industri atau bidang persaingan tertentu. Masyarakat yang memiliki kemampuan dan minat untuk mengembangkan potensi diri serta mengenali lingkungan sekitar untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mencapai kesuksesan, akan mampu menemukan dan menciptakan peluang usaha (Limantara, A. D. (2019)).

Bisnis ini diharapkan dapat memberikan dorongan bagi ekonomi lokal di sekitarnya, dengan potensi untuk mengurangi tingkat urbanisasi yang tinggi. Selain itu, fokus pada peluang lokal diharapkan dapat menciptakan identitas yang unik dan menjadi ciri khas dari daerah tersebut.

Upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup juga melibatkan usaha kecil dan menengah (UKM). Kelangsungan hidup dan keberlanjutan UKM dipengaruhi oleh faktor internal seperti insentif ekonomi dan faktor eksternal seperti lingkungan dan habitat ekonomi tempat individu dan masyarakat menjalankan kegiatan ekonominya. (Augustinah, 2019).

Perkembangan usaha kewirausahaan mengalami kemajuan pesat yang didorong oleh kemajuan teknologi internet. Teknologi internet memberikan peluang besar bagi para

usahawan baru untuk mempromosikan usaha mereka, meskipun juga menyebabkan peningkatan jumlah pesaing. Oleh karena itu, para wirausahawan lanjut usia perlu menyesuaikan diri dengan perkembangan yang ada untuk tetap kompetitif. Setiap pengusaha umumnya berupaya mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka guna mencapai keuntungan dan posisi optimal dibandingkan pesaing.

Pemasaran produk dan jasa agar dikenal dan dijangkau oleh konsumen merupakan bagian penting dari upaya pemasaran untuk mencapai tujuan tersebut. Upaya pemasaran harus direncanakan dengan matang sejak awal (Octaviana, 2023). Oleh karena itu, diperlukan suatu mekanisme yang dapat menyelaraskan program pemasaran agar selaras dan terintegrasi. Mekanisme ini disebut strategi pemasaran.

Secara umum, peluang pemasaran terbaik datang dari perluasan permintaan primer, dan peluang pertumbuhan terbesar datang dari perluasan permintaan selektif. Kegiatan pemasaran penting bagi bisnis, baik skala besar maupun kecil. Strategi pemasaran adalah rencana yang ditargetkan dalam bidang pemasaran untuk mencapai hasil optimal. Strategi pemasaran melibatkan dua elemen yang terpisah namun terkait erat pasar sasaran, yaitu kelompok konsumen homogen yang menjadi target perusahaan, dan bauran pemasaran, yaitu variabel pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Kedua elemen ini berhubungan erat. (Limantara, A. D. (2019) Target pasar adalah tujuan yang ingin dicapai, dan bauran pemasaran adalah alat untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi pemasaran mencakup berbagai bidang pemasaran, termasuk strategi produk dan lainnya.

Masyarakat yang memiliki kemampuan mengenali potensi diri dengan teliti dan memperhatikan kondisi sekitar dalam upaya memenuhi kebutuhan hidup dan meraih kesuksesan, akan dapat mengidentifikasi peluang untuk

komunitas mereka serta menciptakan inisiatif bisnis. Inisiatif bisnis ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan mengurangi tingkat migrasi ke perkotaan yang tinggi. Selain itu, dengan fokus pada potensi lokal, diharapkan usaha-usaha tersebut dapat menjadi simbol atau identitas khas dari daerah tersebut. Salah satu contoh kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidup adalah Usaha Kecil Menengah (UKM), seperti usaha sembako yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk keperluan sehari-hari (Rahmawati et al., 2022).

Toko sembako sangat diminati oleh konsumen, terutama ibu rumah tangga, karena menyediakan barang-barang sehari-hari seperti makanan pokok dan perlengkapan harian. Sebagai contoh, Toko Delia Ajeng Jaya di Nangeleng, Kecamatan Citamiang, Kota Sukabumi, Jawa Barat, menawarkan berbagai produk penting seperti minyak, beras, telur, dan lainnya.

Toko Delia Ajeng Jaya telah beroperasi sejak tahun 2009. Seiring dengan perkembangan zaman dan pesatnya teknologi, jumlah pesaing semakin bertambah, baik pesaing online maupun offline. Hal ini menyebabkan penurunan jumlah pelanggan toko Delia Ajeng Jaya dalam beberapa tahun terakhir, meskipun masih ada banyak pelanggan yang tetap setia. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Faktor yang membuat konsumen merasa puas antara lain adalah harga, lokasi, dan kualitas produk (Limantara, A. D. (2019).

Memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan sangat penting bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dalam memuaskan pelanggan dan tetap bersaing di pasar yang kompetitif. Memperhatikan kepentingan konsumen dengan memahami kebutuhan dan keinginan mereka merupakan kunci utama bagi kesuksesan bisnis di era persaingan yang ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menjamin bahwa produk dan layanan yang mereka tawarkan dapat memenuhi kepuasan pelanggan, memberikan nilai tambah yang signifikan, serta menginspirasi pelanggan secara mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan penjualan di Toko Delia Ajeng Jaya dan untuk mengungkapkan hambatan yang mungkin dihadapi dalam upaya pemasaran.

Sukabumi, sebuah kota di Provinsi Jawa Barat, memiliki potensi ekonomi yang besar berkat keberagaman sumber daya alam, budaya, dan

manusia yang melimpah. Di era globalisasi dan teknologi informasi yang pesat ini, UMKM di Sukabumi memainkan peran penting dalam mendorong perekonomian lokal dan meningkatkan daya saing daerah. Sebagai salah satu sektor ekonomi yang vital, UMKM di Sukabumi berkontribusi signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi kesenjangan ekonomi, serta melestarikan kearifan lokal. Dengan berbagai produk unggulan seperti kerajinan tangan, makanan khas daerah, dan produk pertanian organik, UMKM Sukabumi berhasil menarik minat pasar lokal dan internasional.

Namun, UMKM di Sukabumi menghadapi sejumlah tantangan, mulai dari keterbatasan akses modal, kurangnya keterampilan manajerial, hingga persaingan pasar yang semakin ketat. (Limantara, A. D. (2019) Oleh karena itu, diperlukan kerjasama antara pemerintah daerah, lembaga pendukung UMKM, dan para pelaku usaha untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di Sukabumi. Dengan memanfaatkan potensi lokal serta menerapkan strategi pemasaran yang tepat, UMKM di Sukabumi memiliki peluang besar untuk berkembang dan bersaing di pasar global. Melalui kolaborasi yang sinergis antara berbagai pihak, UMKM Sukabumi dapat menjadi tulang punggung ekonomi daerah yang tangguh dan berkelanjutan.

Dengan semangat gotong royong dan komitmen untuk terus berinovasi, mari bersama-sama membangun ekosistem UMKM di Sukabumi agar semakin maju, berkembang, dan memberikan dampak positif bagi masyarakat serta pembangunan daerah secara keseluruhan (Octaviana, 2023). Bersama-sama, kita bisa menciptakan masa depan yang gemilang bagi UMKM Sukabumi.

Pendahuluan ini memberikan gambaran komprehensif tentang kondisi UMKM di Sukabumi serta menekankan pentingnya kolaborasi dan inovasi dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada.

Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop dan UKM), Usaha Kecil (UK) termasuk Usaha Mikro (UMI) adalah jenis usaha dengan nilai kekayaan bersih tidak lebih dari Rp 200.000.000, tidak termasuk nilai tanah dan bangunan tempat beroperasi, serta memiliki pendapatan maksimal Rp 1.000.000.000 per tahun. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) adalah jenis usaha yang dimiliki oleh warga negara Indonesia dengan kekayaan bersih, tidak termasuk tanah dan bangunan, antara Rp 200.000.000 hingga Rp 10.000.000.000.

UMKM berbasis pembangunan tidak hanya didasarkan pada peraturan perundang-undangan, tetapi juga dari perspektif pembangunan. Menurut Rahmana (2008), UMKM dapat dikategorikan dalam beberapa kriteria:

1. Penghasilan dari sektor informal dapat diperoleh melalui usaha kecil dan menengah seperti pedagang kaki lima, yang berperan sebagai penyedia lapangan kerja lokal.
2. Usaha mikro merujuk pada jenis usaha kecil dan menengah yang cenderung berfokus pada kerajinan tetapi belum mencapai tingkat kewirausahaan penuh.
3. Usaha kecil dinamis meliputi bisnis yang telah menunjukkan inisiatif kewirausahaan, mampu mengambil pekerjaan subkontrak, dan terlibat dalam ekspor.
4. Perusahaan fast moving adalah usaha kecil dan menengah dengan semangat kewirausahaan yang kuat, yang sedang bertransformasi menjadi entitas besar dengan menerima pesanan dalam jumlah besar.

Penting bagi UMKM untuk berfungsi secara efektif sebagai sebuah organisasi karena kinerja mereka merupakan isu global yang signifikan saat ini.

Tuntutan masyarakat terhadap pelayanan yang berkualitas tinggi mempengaruhi peningkatan standar layanan. Kualitas tidak dapat dipisahkan dari standar karena kinerja diukur berdasarkan standar tersebut. Kami berharap melalui kinerja yang baik, mereka mampu menunjukkan kontribusi profesional yang nyata untuk meningkatkan kualitas layanan kami.

Dampak dari kinerja tersebut akan dirasakan pada keseluruhan layanan organisasi tempat mereka bekerja dan pada akhirnya meningkatkan kualitas hidup organisasi serta kesejahteraan masyarakat. (Limantara, A. D. (2019) Agar UMKM dapat berkinerja dengan baik, diperlukan alat ukur untuk mengetahui keberhasilan kinerjanya sendiri. Salah satu alat pengukur kinerja yang efektif adalah Balanced Scorecard.

Balanced Scorecard adalah metode pengukuran kinerja individu, kelompok, atau organisasi dengan menggunakan kartu untuk mencatat hasil kinerja. Pendekatan ini mengukur kinerja perusahaan dengan mempertimbangkan beberapa aspek, yaitu perspektif internal perusahaan (perspektif proses bisnis internal, perspektif pembelajaran dan pertumbuhan)

dan perspektif eksternal perusahaan (perspektif pelanggan dan perspektif keuangan).

Dari sudut pandang pembelajaran dan pengembangan, fokusnya adalah pada pertumbuhan serta kebutuhan pelanggan. Sementara dari sisi proses, yang ditekankan adalah kinerja keuangan dan efisiensi internal.

Tuntutan masyarakat terhadap pelayanan yang berkualitas tinggi mempengaruhi peningkatan standar layanan. Kualitas tidak dapat dipisahkan dari standar karena kinerja diukur berdasarkan standar tersebut. Kami berharap melalui kinerja yang baik, mereka mampu menunjukkan kontribusi profesional yang nyata untuk meningkatkan kualitas layanan kami.

Dampak dari kinerja tersebut akan dirasakan pada keseluruhan layanan organisasi tempat mereka bekerja dan pada akhirnya meningkatkan kualitas hidup organisasi serta kesejahteraan masyarakat. Agar UMKM dapat berkinerja dengan baik, diperlukan alat ukur untuk mengetahui keberhasilan kinerjanya sendiri. Salah satu alat pengukur kinerja yang efektif adalah Balanced Scorecard

# BAB II

# AKUNTANSI MANAJEMEN

## A. AKUNTANSI MANAJEMEN

Akuntansi Manajemen adalah proses yang dilakukan oleh manajemen untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyajikan informasi keuangan yang relevan guna mendukung pengambilan keputusan bisnis. Tujuan utamanya adalah membantu manajemen dalam membuat keputusan yang tepat dengan menyediakan informasi akurat mengenai kinerja bisnis, biaya produksi, dan operasional (Kurniawan, 2022).

Dalam bisnis modern, peran akuntansi manajemen sangat penting karena memungkinkan evaluasi kinerja yang objektif, pemahaman terhadap tren biaya, serta identifikasi sumber daya yang efisien atau tidak (Mawuntu, 2022). Informasi yang dihasilkan juga digunakan untuk mengidentifikasi peluang peningkatan efisiensi, pengurangan biaya, dan meramalkan kinerja di masa depan. Departemen akuntansi secara rutin melakukan pengumpulan, pemrosesan, dan analisis data keuangan, termasuk perhitungan biaya produksi, penetapan harga produk, dan analisis laba rugi perusahaan. Akuntansi manajemen juga mempertimbangkan faktor non-keuangan seperti kepuasan pelanggan, kualitas produk, dan efisiensi operasional untuk memberikan gambaran yang komprehensif kepada manajemen.

### 1. Fungsi Akuntansi Manajemen

#### a. Menyediakan Data yang Penting

Akuntansi manajemen berperan sebagai sumber informasi vital yang membantu manajemen dalam pengambilan keputusan yang lebih baik. Informasi yang diberikan meliputi kinerja bisnis, biaya produksi, dan pengeluaran operasional.

#### b. Memfasilitasi Perencanaan Bisnis

Akuntansi manajemen mencakup analisis biaya dan data statistik yang digunakan untuk mengelola rencana bisnis. Ini melibatkan

penetapan tujuan dan keputusan yang perlu diambil untuk masa depan.

c. **Alat Pengambilan Keputusan**

Akuntansi manajemen dapat digunakan untuk memecahkan berbagai masalah manajemen, seperti analisis biaya-manfaat, pengendalian anggaran, dan pelaporan arus keuangan. Ini membantu pemangku kepentingan dalam membuat keputusan yang efektif.

d. **Meningkatkan Motivasi Organisasi**

Akuntansi manajemen dapat meningkatkan kepuasan kerja karyawan dengan menetapkan tujuan, merencanakan tindakan terbaik, dan mengukur efektivitas kinerja karyawan. Hal ini dapat berfungsi sebagai alat motivasi yang berguna untuk meningkatkan semangat di seluruh organisasi.

e. **Mengelola Kinerja Organisasi**

Akuntansi manajemen menyediakan data penting yang membantu memprediksi pertumbuhan bisnis. Ini memungkinkan pengambil keputusan untuk mengetahui langkah-langkah pengembangan bisnis yang diperlukan.

## **2. Pentingnya Akuntansi Manajemen**

a. **Meningkatkan Efisiensi Operasional**

Akuntansi manajemen membantu perusahaan dalam mengoptimalkan pengelolaan sumber daya dan mengurangi biaya tidak efektif, sehingga meningkatkan efisiensi operasional.

b. **Mengurangi Biaya Tidak Efektif**

Dengan mengidentifikasi sumber daya yang tidak efektif, akuntansi manajemen membantu perusahaan dalam mengurangi biaya tidak efektif dan meningkatkan keuntungan.

c. **Mengembangkan Strategi Bisnis**

Akuntansi manajemen memberikan informasi yang diperlukan untuk mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dan meningkatkan kinerja perusahaan.

d. Meningkatkan Kualitas Kinerja

Dengan mengumpulkan dan menganalisis data keuangan secara teratur, akuntansi manajemen membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas kinerja dan mengurangi kesalahan.

## **B. SEJARAH SINGKAT AKUNTANSI MANAJEMEN**

Lingkungan ekonomi suatu perusahaan dipengaruhi oleh perkembangan dalam akuntansi manajemen. Perubahan dalam lingkungan ekonomi perusahaan mengakibatkan perubahan dalam lingkungan bisnis dan sistem akuntansi manajemen. Seiring dengan perkembangan ini, sistem akuntansi manajemen tradisional telah bergeser menuju penggunaan sistem modern yang dirancang untuk meningkatkan keuntungan melalui kepuasan pelanggan (Purwanti & Darsono, 2013).

Revolusi Industri di Eropa pada abad ke-18 dan ke-19 mempercepat kemajuan ekonomi, bisnis, dan industri. Perkembangan ini dipengaruhi oleh sejumlah penemuan teknologi yang muncul pertama kali di Eropa pada masa itu. Salah satunya adalah pengembangan mesin uap efisien oleh James Watt dengan kondensor independen pada tahun 1765 dan pengatur kecepatan pada tahun yang sama. Arkwright menemukan Power Loom Spinning Machine pada tahun 1795, yang dipatenkan di Inggris pada tahun 1787, dan menjadi terkenal dalam sistem pabrik dan produksi skala kecil. Sir Henry Bessemer menemukan proses Bessemer pada tahun 1856, yang memungkinkan produksi baja berkualitas tinggi dengan biaya yang lebih rendah dalam skala besar. Alexander Graham Bell menemukan telegraf ganda pada tahun 1874 dan telepon pada tahun 1876, yang ikut mempercepat kemajuan Revolusi Industri di Eropa yang dipimpin oleh Inggris.

Pada tahun 1776, Adam Smith dari Skotlandia menguraikan pengaruh doktrin ekonomi dalam bukunya "The Nature and Causes of the Wealth of Nations", mempromosikan sistem perdagangan bebas. Ini berlawanan dengan doktrin merkantilisme yang mengadvokasi peran pemerintah dalam mengontrol hampir semua aspek kegiatan ekonomi melalui mekanisme pasar. Ideologi "laissez-faire", yang menyarankan bahwa segala sesuatu akan berjalan dengan baik tanpa campur tangan negara dalam kehidupan ekonomi, mulai berkembang seiring dengan pertumbuhan ekonomi kapitalisme dan liberalisme. (Purwanti & Darsono, 2013). Ini memberikan ruang bagi akuntan

## DAFTAR PUSTAKA

- Limantara, A. D. (2019). "Strategi Pemasaran dan Perkembangan UMKM di Indonesia". *Journal of Business and Management*
- Alimudin, A. (2019). "Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia". *Economics and Finance Journal*.
- Kurniawan, A. (2022). "Pentingnya Akuntansi Manajemen dalam Pengambilan Keputusan Bisnis". *Journal of Management Accounting*.
- Mawuntu, J. (2022). "Evaluasi Kinerja Bisnis dengan Akuntansi Manajemen". *International Journal of Business and Economics*.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). "Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System". *Harvard Business Review*.
- Niven, P. R. (2002). "Balanced Scorecard Step-by-Step: Maximizing Performance and Maintaining Results". *Journal of Strategic Performance Management*.
- Rahmawati, et al. (2022). "Profil dan Tantangan UMKM di Indonesia". *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- Limantara, A. D. (2019). "Strategi Pengembangan UMKM di Daerah". *Regional Development Journal*.
- Octaviana, A. (2023). "Penerapan Balanced Scorecard pada UMKM di Indonesia". *Journal of Business Strategy*.
- Purwanti, T., & Darsono, L. (2013). "Analisis Balanced Scorecard untuk Evaluasi Kinerja UMKM". *Journal of Management and Business Review*
- Octaviana, A. (2023). "Penerapan Balanced Scorecard pada UMKM di Indonesia". *Journal of Business Strategy*.
- Purwanti, T., & Darsono, L. (2013). "Analisis Balanced Scorecard untuk Evaluasi Kinerja UMKM". *Journal of Management and Business Review*.

## PROFILE PENULIS

### Siti Aisyah Nur Azmi



Penulis lahir pada tanggal 16 Januari 2004. Penulis menempuh pendidikan dasar di SDN Cijangkar 2 (2010 – 2016). Melanjutkan pendidikan menengah pertama di MTSN Sukabumi (2017 – 2019).

Setelah itu, penulis memilih jurusan IPA di SMA Plus al ittihad Cianjur (2019 – 2022).

Penulis sedang menyelesaikan S1 di Fakultas Bisnis dan Humaniora (FBH) Program Studi Manajemen di Universitas Nusa Putra mencerminkan dedikasi nya terhadap pendidikan yang tinggi dan berkomitmen

untuk terus belajar dan berkembang. Pilihan penulis untuk mengangkat kasus Balance Scorecard Terhadap Peningkatan Kinerja Terhadap UMKM bukan sebuah kebetulan. Karena penulis telah menganalisis di sekitar lingkungan tempat penulis tinggal masi banyak UMKM yang mengalami kerugian di sebab kan dengan kinerja karyawan atau pemilik UMKM yang kurang memahami strategi bisnis, untuk itu penulis mengangkat kasus ini agar lebih bisa membantu UMKM dalam memasarkan dan mengembangkan bisnis mereka dengan strategi yang matang dengan metode Balance Scorecard.

Email: [sitiaisyah.nurazmi\\_mn22@nusaputra.ac.id](mailto:sitiaisyah.nurazmi_mn22@nusaputra.ac.id)

## **Zahra Aulia Mansur**



Penulis lahir pada tanggal 31 Mei 2004. Penulis menempuh pendidikan dasar di SDN Tegallega (2010 – 2016). Melanjutkan pendidikan menengah pertama di Assalam Islamic Boarding School (2017 – 2019).

Setelah itu, penulis memilih jurusan IPA di SMA Assalam Darul Faizah (2019 – 2022). Penulis sedang menyelesaikan S1 di Fakultas Bisnis dan Humaniora (FBH) Program Studi Manajemen di Universitas Nusa Putra mencerminkan dedikasi nya terhadap pendidikan yang tinggi dan berkomitmen

untuk terus belajar dan berkembang. Pilihan penulis untuk mengangkat kasus Balance Scorecard Terhadap Peningkatan Kinerja Terhadap UMKM bukan sebuah kebetulan. Karena penulis telah menganalisis UMKM keluarga yang telah mengalami kerugian karena dengan kinerja karyawan atau pemilik UMKM yang kurang memahami strategi bisnis, untuk itu penulis mengangkat kasus ini agar lebih bisa membantu UMKM dalam memasarkan dan mengembangkan bisnis mereka dengan strategi yang matang dengan metode Balance Scorecard.

Email: [Zahra.aulia\\_mn22@nusaputra.ac.id](mailto:Zahra.aulia_mn22@nusaputra.ac.id)

## Bintang Cahya



Penulis lahir pada tanggal 13 September 2003. Penulis menempuh pendidikan dasar di SDN Sudhil 3 (2010 – 2016). Melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMPN 14 KOTA SUKABUMI (2017 – 2019).

Setelah itu, penulis memilih jurusan IPS di SMAN 1 Kota Sukabumi (2019 – 2022). Penulis sedang menyelesaikan S1 di Fakultas Bisnis dan Humaniora (FBH) Program Studi Manajemen di Universitas Nusa Putra mencerminkan dedikasi nya terhadap

pendidikan yang tinggi dan berkomitmen untuk terus belajar dan berkembang. Pilihan penulis untuk mengangkat kasus Balance Scorecard Terhadap Peningkatan Kinerja Terhadap UMKM bukan sebuah kebetulan. Karena penulis telah menganalisis di sekitar lingkungan tempat penulis tinggal masi banyak UMKM yang mengalami kerugian di sebab kan dengan kinerja karyawan atau pemilik UMKM yang kurang memahami strategi bisnis, untuk itu penulis mengangkat kasus ini agar lebih bisa memahami dalam menyusun strategi bisnis yang baik menggunakan Balance Scorecard.

Email: [bintang.cahya\\_mn22@nusaputra.ac.id](mailto:bintang.cahya_mn22@nusaputra.ac.id)

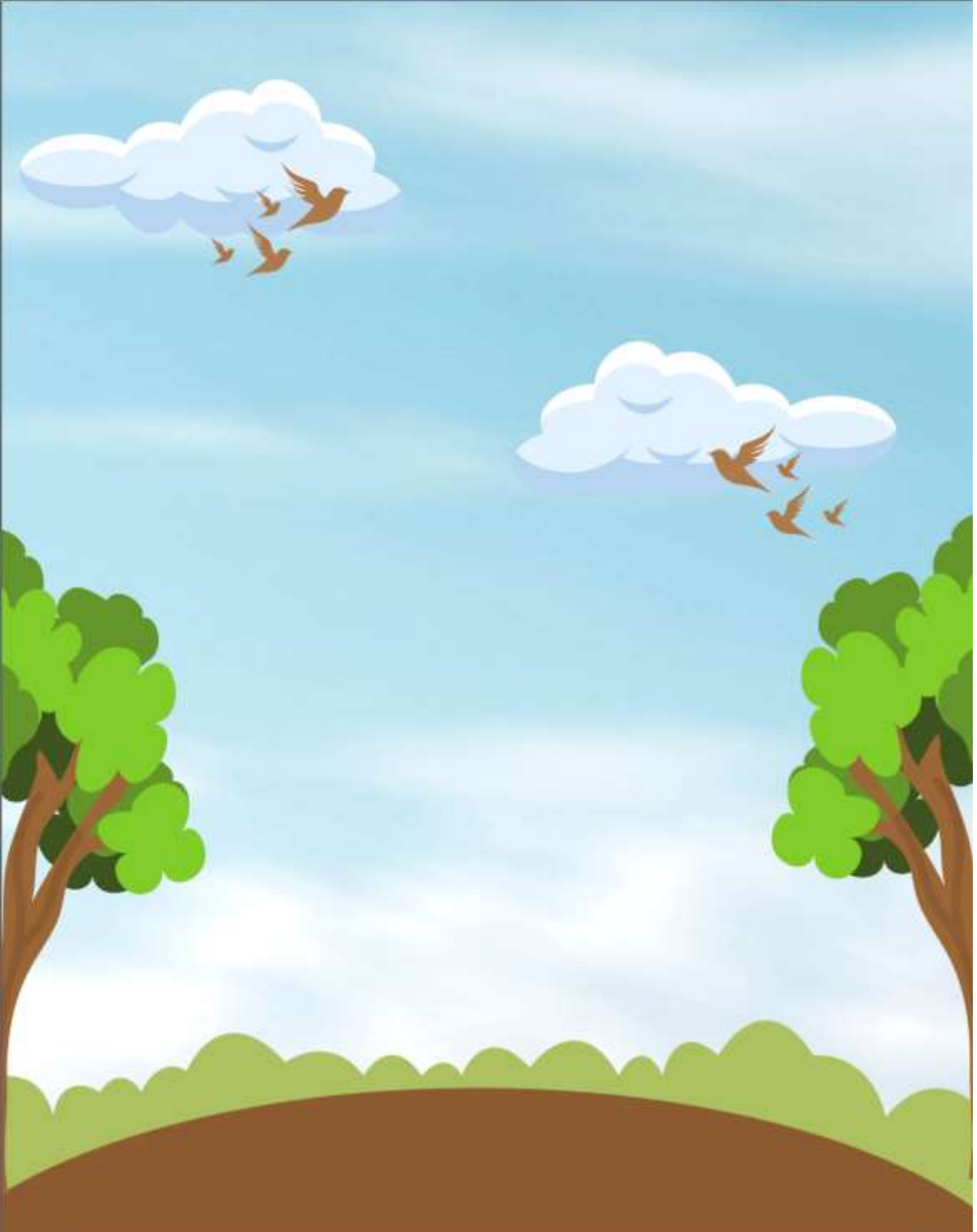
## **Assoc. Prof.Dr.Gustian Djuanda**



Setelah Lulus dari SMA 5 Surabaya Penulis melanjutkan Pendidikan di FE UNSOED dan selesai pada tahun 1986. Penulis mengikuti Pendidikan Lanjutan kader Perbankan Institut Bankir Indonesia (PLKP-IBI) pada tahun 1991- 1992. Ilmu yang di peroleh bermanfaat untuk mengajar mata kuliah perbankan bahkan sukses Bersama Ibu Liliek Gajart menjadi Finalis Peneliti Muda LIPI-TVRI Tahun 1996. Pada Tahun 1998 dunia perbankan mengalami gejolak moneter sehingga banyak yang kolaps dan atas saran

teman yaitu Bapak Irwansyah Lubis yang menyatakan Mata Kuliah Pajak tidak akan mati selama dunia masih ada, maka Penulis Mengambil Kursus Brevet AB di yayasan Artha Bakti Tahun 1999 dan di beri kesempatan mengajar mata kuliah Perpajakan oleh pimpinan STEKPLDua tahun setelah mengajar Mata kuliah perpajakan dan dengan bekal modul yang di buat bersama Bapak Irwansyah Lubis yang kebetulan Sebagai penyuluh dirjen pajak, maka Penulis mencoba menawarkan modul perpajakan yang telah di buat ke penerbit Gramedia Pustaka Utama. Pada waktu itu dalam wawancara penulis menyatakan bahwa buku yang saya terbitkan berbeda dengan buku pajak yang lain karena menampilkan pelaporan pajak penghasilan menjadi masuk 10 buku terlaris versi kontan tahun 2002 sampai akhirnya menghasilkan 6 buku pajak sampai saat ini. Penulis melanjutkan pendidikan S2 manajemen UI pada tahun 1992 dan lulus Tahun dengan kepakaran di bidang Manajemen Keuangan Khususnya Investasi dan portofolio sebagai kajian dalam Tesisnya. Akhirnya Pendidikan ekonomi Islam di lalui di UIN Jakarta Pada Tahun 2005 – 2010 dengan disertai mengenai penilaian kinerja Bank Syariah dengan menggunakan Balance Scorecard dan hal inilah yang memotivasi penulis untuk berpartisipasi dalam penyusunan Books Chapter khususnya buku kuntansi manajemen yang merupakan mata kuliah Keahlian Prodi manajemen khususnya yang mengambil konsesrasi Manajemen Keuangan Agar dapat menjadi pedoman untuk para Mahasiswa khususnya masyarakat pada umumnya Harapannya dapat mengembangkan menjadi buku

buku di bidang manajemen keuangan dengan perspektif islam secara Komprehensif sebagai alternative dalam mewujudkan Sustainable Economic Development. Alhamdulillah Penulis juga sempat menjadi Visiting Lecture Di Islamic Bussiness School Collage of Business University Utara Malaysia Pada Tahun 2010 – 2012. Email: [gustian.djuanda@nusaputra.ac.id](mailto:gustian.djuanda@nusaputra.ac.id)  
[Gustian.djuanda@gmail.com](mailto:Gustian.djuanda@gmail.com)



CV. Tahta Media Group  
Surakarta, Jawa Tengah  
Web : [www.tahtamedia.com](http://www.tahtamedia.com)  
Ig : tahtamedia group  
Telp/WA : +62 896-5427-3996



62-415-6635-546