



AKUNTANSI KEUANGAN: Digitalisasi Keberlanjutan UMKM



Penulis:

Dr. Dwi Ekasari Harmadji, SE., Ak., M.M.

Dr. Indrian Supheni, SE., S.Pd., M.Aks., CSRA

Dr. Novita Rifaul Kirom, S.Pd., M.M.

AKUNTANSI KEUANGAN: DIGITALISASI KEBERLANJUTAN UMKM

Dr. Dwi Ekasari Harmađji, SE., Ak., M.M.
Dr. Indriān Supheni, SE., S.Pđ., M.Aks., CSRA
Dr. Novita Rifaul Kirom, S.Pđ., M.M.



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).

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**AKUNTANSI KEUANGAN:
DIGITALISASI KEBERLANJUTAN UMKM**

Penulis:

Dr. Dwi Ekasari Harmadji, SE., Ak., M.M.
Dr. Indrian Supheni, SE., S.Pd., M.Aks., CSRA
Dr. Novita Rifaul Kirom, S.Pd., M.M.

Desain Cover:

Tahta Media

Editor:

Tahta Media

Proofreader:

Tahta Media

Ukuran:

viii, 120, uk: 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-634-262-332-9

Cetakan Pertama:

Oktober 2026

Hak Cipta 2026, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab Penerbit

Copyright © 2026 by Tahta Media Group

All Right Reserved

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP

Perumahan Mitra Utama Residence 3 Blok A no 1, Sawahan, Tempel,
Kec. Gatak, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57557

email: tahtaliterasimedia@gmail.com

website: <http://store.tahtamedia.co.id/>

Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

PRAKATA

Perkembangan Akuntansi Keuangan yang didukung oleh teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan dan usaha bisnis. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai tulang punggung perekonomian nasional, kini dihadapkan pada tantangan sekaligus peluang yang belum pernah ada sebelumnya. Digitalisasi bukan lagi pilihan, melainkan sesuatu yang harus diadopsi oleh pelaku UMKM agar mampu bertahan (*resilience*) dan berkembang secara berkelanjutan.

Buku Referensi ini hadir sebagai respons atas kebutuhan yang mendesak akan referensi komprehensif yang membahas keterkaitan antara akuntansi keuangan, digitalisasi, dan keberlanjutan usaha dalam konteks UMKM Indonesia. Selama ini, literatur tentang akuntansi keuangan digital cenderung berfokus pada perusahaan besar, sementara pelaku UMKM justru membutuhkan panduan yang lebih kontekstual dan aplikatif.

Dengan sebelas bab yang disusun secara sistematis, buku referensi ini berupaya menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik. Dimulai dari konsep dasar keberlanjutan bisnis UMKM, kemudian menjelajahi kerangka *Triple Bottom Line*, akuntansi keberlanjutan, hingga topik-topik mutakhir seperti kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) dalam akuntansi, pengendalian internal digital, perpajakan digital, dan penyusunan laporan keuangan berbasis teknologi.

Malang, Mei 2026
Tim Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI	v
BAB 1 KONSEP KEBERLANJUTAN BISNIS UMKM.....	1
A. Pengertian Keberlanjutan Bisnis.....	1
B. Karakteristik UMKM di Indonesia.....	2
C. Faktor Penentu Keberlanjutan UMKM.....	5
D. Model Bisnis Berkelanjutan untuk UMKM.....	6
E. Tantangan dan Peluang UMKM di Era Digital	7
BAB 2 TRIPLE BOTTOM LINE	9
A. Konsep dan Sejarah Triple Bottom Line	9
B. Dimensi Ekonomi (Profit).....	11
C. Dimensi Sosial (People)	12
D. Dimensi Lingkungan (Planet).....	13
E. Implementasi TBL pada UMKM	13
BAB 3 AKUNTANSI KEBERLANJUTAN	16
A. Definisi dan Ruang Lingkup Akuntansi Keberlanjutan.....	16
B. Standar dan Kerangka Pelaporan Keberlanjutan.....	17
C. Pengukuran Modal Alam dan Modal Sosial.....	18
D. Akuntansi Lingkungan untuk UMKM.....	19
E. Pelaporan Terintegrasi bagi UMKM.....	20
F. <i>Carbon Accounting</i> dan <i>Net Zero</i> UMKM.....	20
G. Social and Environmental Disclosure UMKM.....	22
H. Integrated Value Creation dalam Akuntansi Keberlanjutan UMKM.....	24
BAB 4 DIGITALISASI DAN EFISIENSI OPERASIONAL.....	26
A. Transformasi Digital UMKM	26
B. Teknologi Kunci untuk Efisiensi Operasional UMKM	27

C. Digitalisasi Akuntansi dan Pembukuan UMKM	28
D. E-Commerce dan Perluasan Pasar	29
E. Manfaat dan Risiko Digitalisasi bagi UMKM.....	30
F. Digitalisasi Manajemen Inventori dan Rantai Pasok.....	31
G. Platform Digital dan Ekosistem E-Commerce UMKM	32
H. Keamanan Transaksi Digital dan Penipuan Online	34
BAB 5 INDIKATOR KEBERLANJUTAN UMKM.....	36
A. Kerangka Indikator Keberlanjutan.....	36
B. Indikator Ekonomi.....	37
C. Indikator Sosial	38
D. Indikator Lingkungan	39
E. Dashboard Keberlanjutan Digital untuk UMKM.....	39
F. Key Performance Indicators (KPI) Keberlanjutan Digital.....	40
G. Benchmarking Keberlanjutan antar UMKM.....	42
H. Pengukuran Dampak Sosial UMKM	43
BAB 6 STRATEGI KEBERLANJUTAN UMKM JANGKA	
PANJANG.....	52
A. Perencanaan Strategis untuk Keberlanjutan.....	52
B. Analisis SWOT Berbasis Keberlanjutan.....	53
C. Membangun Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan	54
D. Manajemen Rantai Pasok Berkelanjutan	54
E. Inovasi untuk Keberlanjutan.....	55
F. Green Business Strategy untuk UMKM	56
G. Kemitraan Strategis dan Kolaborasi untuk Keberlanjutan	57
H. Skenario Planning dan Resiliensi Bisnis UMKM	59
BAB 7 ARTIFICIAL INTELLIGENCE DAN MASA DEPAN	
AKUNTANSI UMKM	61
A. Kecerdasan Buatan dalam Konteks Bisnis	61
B. Aplikasi AI dalam Akuntansi UMKM.....	62
C. Machine Learning dan Analitik Prediktif	63

D. Tantangan Etis dan Regulatori AI	64
E. Roadmap Adopsi AI untuk UMKM	65
F. Natural Language Processing dalam Akuntansi UMKM	65
G. Robotic Process Automation (RPA) dalam Pembukuan UMKM.....	67
H. Generative AI dan Masa Depan Pelaporan Keuangan UMKM.....	68
BAB 8 PENGENDALIAN INTERNAL DAN MANAJEMEN RISIKO DIGITAL	70
A. Konsep Pengendalian Internal dalam Era Digital.....	70
B. Risiko Digital yang Dihadapi UMKM	71
C. Desain Pengendalian Internal Digital	72
D. Manajemen Risiko Digital Berbasis COSO.....	73
E. Audit Internal Digital untuk UMKM.....	74
F. Zero Trust Security Architecture untuk UMKM.....	75
G. Business Continuity Planning (BCP) dalam Era Digital	76
H. Kepatuhan Regulasi Digital: UU PDP dan Implikasinya bagi UMKM.....	77
BAB 9 PERPAJAKAN DIGITAL BAGI UMKM INDONESIA	79
A. Kerangka Perpajakan UMKM di Indonesia.....	79
B. Transformasi Digital dalam Sistem Perpajakan Indonesia.....	80
C. Kewajiban PPN bagi UMKM Digital	80
D. Perencanaan Pajak yang Legal dan Etis untuk UMKM	81
E. Aplikasi Digital untuk Kepatuhan Perpajakan UMKM.....	82
F. Pajak Karbon dan Implikasinya bagi UMKM	83
G. Transfer Pricing dan Kepatuhan Pajak Internasional UMKM.....	84
H. Insentif Perpajakan untuk Digitalisasi dan Keberlanjutan UMKM.....	85

BAB 10 PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN DIGITAL

UMKM.....	87
A. Standar Akuntansi Keuangan untuk UMKM.....	87
B. Komponen Laporan Keuangan Digital UMKM.....	88
C. Teknologi dalam Penyusunan Laporan Keuangan	89
D. Analisis Laporan Keuangan untuk Pengambilan Keputusan	90
E. Pelaporan Keuangan Terintegrasi untuk UMKM Berkelanjutan.....	92
F. XBRL dan Digitalisasi Pelaporan Keuangan UMKM.....	93
G. Forensic Accounting Digital dalam Konteks UMKM.....	94
H. Masa Depan Pelaporan Keuangan UMKM: Menuju <i>Real-Time Accounting</i>	95
BAB 11 DIGITALISASI MARKETING BAGI PELAKU UMKM ...	97
A. Pendahuluan.....	97
B. Konsep dan Urgensi Digitalisasi Marketing.....	98
C. Bentuk-Bentuk Strategi Digital Marketing bagi UMKM	99
D. Manfaat Digitalisasi Marketing bagi UMKM	101
E. Tantangan dan Hambatan Implementasi.....	102
F. Strategi Peningkatan Kapasitas Digital UMKM.....	103
G. Rangkuman.....	104
H. Pertanyaan Diskusi.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....	105
PROFIL PENULIS.....	118

BAB 1

KONSEP KEBERLANJUTAN BISNIS UMKM

A. PENGERTIAN KEBERLANJUTAN BISNIS

Keberlanjutan bisnis (business sustainability) merupakan kemampuan suatu entitas usaha untuk mempertahankan operasionalnya dalam jangka panjang sambil tetap memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan secara seimbang. Konsep ini berkembang dari paradigma pembangunan berkelanjutan (sustainable development) yang pertama kali dipopulerkan oleh Laporan Brundtland (1987), yang mendefinisikan pembangunan berkelanjutan sebagai "pembangunan yang memenuhi kebutuhan generasi masa kini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri."

Dalam konteks bisnis, keberlanjutan bukan semata-mata tentang kelangsungan hidup perusahaan secara finansial. Menurut Elkington (1997, dikutip dalam Montiel & Delgado-Ceballos, 2021), keberlanjutan bisnis mencakup tiga pilar utama: profit (keuntungan ekonomi), people (kesejahteraan masyarakat), dan planet (kelestarian lingkungan). Ketiga pilar ini sering disebut sebagai Triple Bottom Line (TBL), yang akan dibahas lebih mendalam pada Bab 2.

Bagi UMKM, konsep keberlanjutan bisnis memiliki dimensi yang lebih kompleks. Berbeda dengan perusahaan besar yang memiliki sumber daya melimpah, UMKM harus mampu menyeimbangkan keterbatasan modal dan sumber daya manusia dengan tuntutan

adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis. Penelitian Rahayu dan Sari (2022) menunjukkan bahwa UMKM yang mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam model bisnisnya cenderung memiliki resiliensi yang lebih tinggi terhadap guncangan ekonomi, termasuk dampak pandemi COVID-19.

Keberlanjutan bisnis UMKM di Indonesia juga erat kaitannya dengan konsep kewirausahaan sosial. UMKM tidak hanya berfungsi sebagai entitas ekonomi yang mencari keuntungan, tetapi juga sebagai institusi sosial yang berkontribusi pada penyerapan tenaga kerja, pengurangan kemiskinan, dan pengembangan komunitas lokal. Data Kementerian Koperasi dan UKM (2023) mencatat bahwa UMKM menyerap sekitar 97 persen tenaga kerja nasional dan berkontribusi hingga 61,07 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia.

B. KARAKTERISTIK UMKM DI INDONESIA

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebagaimana telah diperbarui melalui Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu) Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja, UMKM di Indonesia diklasifikasikan berdasarkan kriteria modal usaha dan hasil penjualan tahunan sebagai berikut:

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan dengan modal usaha paling banyak Rp. 1 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 2 miliar.

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki,

dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar, dengan modal usaha lebih dari Rp. 1 miliar sampai dengan paling banyak Rp. 5 miliar, atau hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2 Miliar sampai dengan paling banyak Rp15 miliar.

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar, dengan modal usaha lebih dari Rp. 5 miliar sampai dengan paling banyak Rp. 10 miliar, atau hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 15 miliar sampai dengan paling banyak Rp. 50 miliar.

Dari sisi karakteristik umum, UMKM Indonesia memiliki beberapa ciri khas yang membedakannya dari entitas bisnis besar, antara lain: (1) struktur manajemen yang sederhana dan cenderung terpusat pada pemilik; (2) keterbatasan akses terhadap permodalan formal; (3) ketergantungan yang tinggi pada jaringan sosial dan kepercayaan; (4) fleksibilitas dan adaptabilitas yang tinggi; serta (5) keterbatasan dalam penerapan teknologi dan sistem informasi manajemen.

Widyastuti et al. (2023) menemukan bahwa sekitar 64 persen pelaku UMKM di Indonesia masih menggunakan sistem pencatatan keuangan manual atau bahkan tidak melakukan pencatatan sama sekali. Kondisi ini menjadi salah satu hambatan utama bagi UMKM untuk mengakses kredit formal, mengoptimalkan pengambilan keputusan bisnis, dan memenuhi kewajiban perpajakan secara tertib.

Tabel 1.1 Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)
Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM (Pasal 35–36)

Skala Usaha	Modal Usaha (di luar tanah & bangunan tempat usaha)	Hasil Penjualan Tahunan (Omzet)
Usaha Mikro	Maksimal Rp. 1 miliar	Maksimal Rp. 2 miliar
Usaha Kecil	Lebih dari Rp.1 miliar – Rp.5 miliar	Lebih dari Rp.2 miliar – Rp.15 miliar
Usaha Menengah	Lebih dari Rp.5 miliar – Rp.10 miliar	Lebih dari Rp.15 miliar – Rp.50 miliar

Catatan Penting

1. Kriteria modal usaha berlaku untuk UMKM yang baru akan didirikan, sedangkan kriteria hasil penjualan tahunan (omzet) berlaku untuk UMKM yang sudah berjalan/eksis.
2. Modal usaha mengacu pada nilai investasi/kekayaan bersih usaha, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
3. Omzet adalah hasil penjualan tahunan/pendapatan kotor sebelum dikurangi biaya.
4. Ketentuan ini menggantikan sistem lama pada UU No. 20 Tahun 2008 yang memakai dua kriteria terpisah (kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan) dengan nominal yang jauh lebih kecil. Misalnya Usaha Mikro dahulu dibatasi aset maksimal Rp50 juta dan omzet maksimal Rp300 juta.
5. Kriteria ini menjadi dasar penetapan tarif PPh Final UMKM serta berbagai insentif dan kemudahan, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan prioritas dalam pengadaan barang/jasa pemerintah.

C. FAKTOR PENENTU KEBERLANJUTAN UMKM

Keberlanjutan UMKM ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal yang saling berinteraksi. Pemahaman yang komprehensif terhadap faktor-faktor ini merupakan prasyarat bagi pelaku UMKM untuk merancang strategi bisnis yang tangguh dan adaptif.

1. Faktor Internal

Faktor internal yang paling krusial dalam menentukan keberlanjutan UMKM adalah kompetensi wirausaha (*entrepreneurial competency*). Kompetensi ini mencakup kemampuan teknis dalam bidang usaha, kemampuan manajerial, dan kemampuan berwirausaha yang meliputi kepekaan terhadap peluang, keberanian mengambil risiko, dan inovasi.

Selain kompetensi wirausaha, kualitas manajemen keuangan juga menjadi determinan kritis keberlanjutan UMKM. Penelitian Handayani dan Kurniawan (2021) yang dilakukan terhadap 150 UMKM di Jawa Timur menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki praktik manajemen keuangan yang baik, termasuk pemisahan keuangan pribadi dan usaha serta pencatatan yang tertib, memiliki tingkat survival yang 2,3 kali lebih tinggi dibandingkan UMKM yang tidak memiliki praktik tersebut.

Inovasi produk dan proses juga berperan signifikan dalam menjaga keberlanjutan UMKM. Dalam era persaingan yang semakin ketat, UMKM yang mampu terus berinovasi akan memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Inovasi tidak selalu berarti menciptakan produk baru dari nol; seringkali inovasi inkremental berupa perbaikan proses, pengemasan yang lebih menarik, atau penambahan fitur layanan sudah cukup untuk mempertahankan relevansi di pasar.

2. Faktor Eksternal

Pada dimensi eksternal, kondisi makroekonomi merupakan faktor yang berada di luar kendali UMKM namun memiliki dampak signifikan terhadap keberlangsungan usaha. Inflasi, suku bunga, nilai tukar, dan siklus bisnis secara langsung mempengaruhi biaya produksi, daya beli konsumen, dan akses terhadap pembiayaan.

Kebijakan pemerintah dan regulasi juga memainkan peran yang sangat penting. Kemudahan berusaha (*ease of doing business*), insentif perpajakan, program kredit usaha rakyat (KUR), dan berbagai program pemberdayaan UMKM lainnya dapat secara signifikan mendorong atau menghambat keberlanjutan UMKM. Implementasi Undang-Undang Cipta Kerja yang menyederhanakan perizinan usaha merupakan salah satu upaya pemerintah untuk menciptakan ekosistem yang lebih kondusif bagi UMKM.

Perkembangan teknologi merupakan faktor eksternal yang dalam beberapa tahun terakhir menjadi semakin determinan. Munculnya platform digital, aplikasi keuangan, dan ekosistem e-commerce telah membuka peluang baru yang sebelumnya tidak terbayangkan oleh pelaku UMKM konvensional. Namun demikian, perkembangan teknologi juga membawa tantangan tersendiri, terutama bagi UMKM yang lambat beradaptasi.

D. MODEL BISNIS BERKELANJUTAN UNTUK UMKM

Model bisnis berkelanjutan untuk UMKM perlu mempertimbangkan keseimbangan antara penciptaan nilai ekonomi, nilai sosial, dan nilai lingkungan. Salah satu kerangka yang dapat digunakan adalah Business Model Canvas (BMC) yang dikembangkan

oleh Osterwalder dan Pigneur, namun dimodifikasi untuk memasukkan dimensi keberlanjutan. Dalam konteks UMKM Indonesia, model bisnis berkelanjutan setidaknya harus memuat elemen-elemen berikut: pertama, proposisi nilai yang tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan yang positif; kedua, segmen pelanggan yang dipilih secara strategis dengan mempertimbangkan kapasitas dan kompetensi inti UMKM; ketiga, saluran distribusi yang efisien dan memaksimalkan jangkauan pasar, termasuk memanfaatkan platform digital; keempat, sumber pendapatan yang terdiversifikasi untuk mengurangi ketergantungan pada satu sumber; dan kelima, struktur biaya yang efisien melalui optimalisasi penggunaan teknologi.

Narendra et al. (2022) dalam studinya tentang transformasi model bisnis UMKM berbasis digital di Yogyakarta menemukan bahwa UMKM yang berhasil mengintegrasikan digitalisasi ke dalam model bisnisnya mengalami peningkatan pendapatan rata-rata sebesar 34 persen dan pengurangan biaya operasional rata-rata sebesar 18 persen dalam periode dua tahun setelah transformasi.

E. TANTANGAN DAN PELUANG UMKM DI ERA DIGITAL

Era digital menghadirkan paradoks yang menarik bagi UMKM: di satu sisi, digitalisasi menawarkan peluang yang belum pernah tersedia sebelumnya, namun di sisi lain, ia juga membawa tantangan yang tidak kalah besar.

Tantangan Utama:

Pertama, kesenjangan digital (digital divide) masih menjadi hambatan nyata, terutama bagi UMKM di daerah terpencil yang memiliki keterbatasan akses infrastruktur digital. Data Badan Pusat

Statistik (2023) menunjukkan bahwa penetrasi internet di wilayah pedesaan Indonesia masih jauh di bawah rata-rata nasional.

Kedua, keterbatasan literasi digital di kalangan pelaku UMKM menjadi hambatan dalam adopsi teknologi. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2022) menunjukkan bahwa hanya sekitar 45 persen pelaku UMKM yang memiliki kemampuan memanfaatkan teknologi digital secara efektif untuk keperluan bisnis.

Ketiga, masalah keamanan siber (cybersecurity) menjadi ancaman yang semakin serius seiring dengan meningkatnya adopsi teknologi digital. UMKM sering menjadi target serangan siber karena dianggap memiliki sistem keamanan yang lebih lemah dibandingkan perusahaan besar.

Peluang Strategis:

Di sisi peluang, platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada telah membuka akses pasar yang jauh lebih luas bagi UMKM. Tidak lagi dibatasi oleh lokasi geografis, produk UMKM kini dapat menjangkau konsumen di seluruh penjuru Indonesia bahkan mancanegara.

Kemunculan financial technology (fintech) telah merevolusi akses UMKM terhadap layanan keuangan. Pinjaman berbasis peer-to-peer lending, pembayaran digital, dan asuransi mikro kini dapat diakses dengan lebih mudah dan cepat dibandingkan dengan layanan keuangan konvensional.

Akhirnya, berbagai aplikasi akuntansi berbasis cloud yang kini tersedia dengan harga terjangkau memungkinkan UMKM untuk mengelola keuangan secara lebih profesional dan efisien. Hal ini pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan kualitas pengambilan keputusan dan keberlanjutan bisnis jangka panjang.

BAB 2

TRIPLE BOTTOM LINE

A. KONSEP DAN SEJARAH TRIPLE BOTTOM LINE

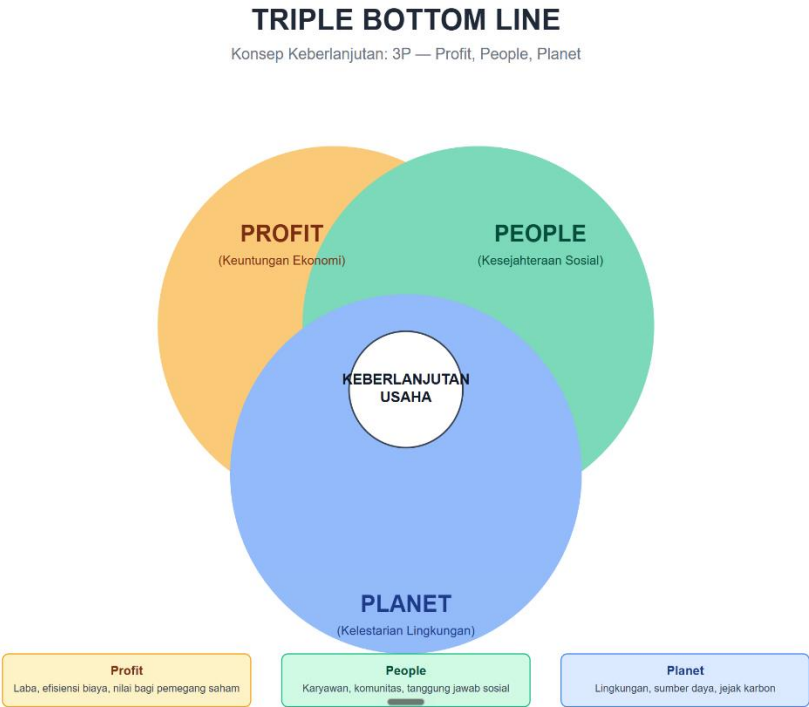
Triple Bottom Line (TBL) pertama kali diperkenalkan oleh John Elkington pada tahun 1994 dalam sebuah artikel di jurnal California Management Review. Konsep ini kemudian dipopulerkan melalui bukunya yang berjudul "Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business" (1997). TBL merupakan kerangka akuntansi yang memperluas penilaian kinerja perusahaan dari sekadar mengukur keuntungan finansial (profit) menjadi mencakup dimensi sosial (people) dan lingkungan (planet).

Gagasan inti dari TBL adalah bahwa keberlanjutan jangka panjang sebuah bisnis tidak dapat dicapai hanya dengan memaksimalkan keuntungan finansial semata. Sebuah perusahaan yang mengeksploitasi sumber daya alam secara berlebihan atau memperlakukan karyawan dan masyarakat sekitar secara tidak adil mungkin dapat meraih keuntungan jangka pendek, namun pada akhirnya akan menghadapi konsekuensi negatif yang mengancam keberlangsungannya.

Dalam dua dekade pertama abad ke-21, konsep TBL semakin mendapat perhatian luas dari kalangan akademisi, praktisi bisnis, dan pembuat kebijakan. Perkembangan ini diperkuat oleh meningkatnya kesadaran global tentang perubahan iklim, ketidaksetaraan sosial, dan kelangkaan sumber daya alam. Kerangka TBL kemudian menjadi landasan bagi berbagai inisiatif pelaporan keberlanjutan global,

termasuk Global Reporting Initiative (GRI), United Nations Sustainable Development Goals (SDGs), dan Environmental, Social, and Governance (ESG) framework.

Meskipun TBL pada awalnya dirancang untuk diterapkan pada perusahaan-perusahaan besar, semakin banyak penelitian yang mengeksplorasi relevansi dan aplikabilitas konsep ini bagi UMKM. Pratiwi dan Mulyani (2023) berpendapat bahwa TBL justru sangat relevan bagi UMKM karena UMKM umumnya memiliki keterlibatan yang lebih intens dengan komunitas lokal dan ekosistem lingkungan sekitarnya dibandingkan perusahaan multinasional.



Gambar 2.1 Triple Bottom Line

B. DIMENSI EKONOMI (PROFIT)

Dimensi ekonomi dalam TBL tidak hanya mencakup keuntungan finansial perusahaan itu sendiri, tetapi juga dampak ekonomi yang lebih luas terhadap para pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan perekonomian secara keseluruhan. Indikator dimensi ekonomi meliputi: profitabilitas, likuiditas, nilai tambah ekonomi (*economic value added*), penciptaan lapangan kerja, pembayaran upah dan tunjangan yang adil, investasi dalam pengembangan sumber daya manusia, serta kontribusi pada rantai pasok lokal.

Bagi UMKM, dimensi ekonomi dalam TBL pertama-tama harus memastikan bahwa usaha tersebut mampu menghasilkan arus kas yang cukup untuk mempertahankan operasional dan melakukan investasi yang diperlukan. Tanpa fondasi ekonomi yang kuat, upaya UMKM untuk berkontribusi pada dimensi sosial dan lingkungan akan sulit untuk sustain.

Penting untuk dicatat bahwa dalam kerangka TBL, dimensi ekonomi tidak semata-mata tentang memaksimalkan keuntungan pemilik. Distribusi nilai ekonomi yang adil kepada semua pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pemasok, dan masyarakat, juga merupakan bagian integral dari dimensi ekonomi TBL.

Studi yang dilakukan oleh Setiawan et al. (2021) terhadap 200 UMKM di Sumatera Utara menemukan bahwa UMKM yang mengadopsi pendekatan TBL menunjukkan kinerja ekonomi yang lebih baik dalam jangka panjang dibandingkan UMKM yang hanya berfokus pada maksimalisasi keuntungan jangka pendek. Temuan ini konsisten dengan argumen bahwa keberlanjutan bisnis merupakan strategi bisnis yang cerdas, bukan sekadar tanggung jawab moral.

C. DIMENSI SOSIAL (PEOPLE)

Dimensi sosial dalam TBL berkaitan dengan dampak aktivitas bisnis terhadap manusia, baik di dalam maupun di luar organisasi. Dalam konteks UMKM, dimensi sosial mencakup berbagai aspek, antara lain: kondisi kerja dan kesejahteraan karyawan, kesetaraan gender dan inklusivitas, keterlibatan dan pengembangan komunitas, praktik rantai pasok yang bertanggung jawab, serta dampak produk atau layanan terhadap kesehatan dan keselamatan konsumen.

UMKM memiliki posisi yang unik dalam dimensi sosial TBL. Sebagai entitas yang umumnya berakar kuat dalam komunitas lokal, UMKM sering memiliki hubungan yang lebih personal dan langsung dengan berbagai pemangku kepentingan sosialnya. Pemilik UMKM biasanya mengenal karyawannya secara personal, berinteraksi langsung dengan pelanggan, dan memiliki hubungan yang erat dengan komunitas sekitar.

Dimensi sosial juga mencakup aspek kesetaraan dan pemberdayaan. Data menunjukkan bahwa perempuan merupakan kelompok yang sangat aktif dalam sektor UMKM Indonesia, dengan proporsi mencapai sekitar 60 persen dari total pelaku UMKM. Pemberdayaan perempuan melalui UMKM tidak hanya berkontribusi pada peningkatan pendapatan rumah tangga, tetapi juga pada pemberdayaan sosial dan peningkatan status perempuan dalam masyarakat.

Siagian dan Hermawan (2022) dalam penelitian mereka tentang dampak sosial UMKM berbasis komunitas di Jawa Barat menyimpulkan bahwa UMKM yang secara aktif mengintegrasikan tanggung jawab sosial dalam strategi bisnisnya cenderung memiliki loyalitas pelanggan yang lebih tinggi dan reputasi merek yang lebih kuat di komunitas lokal.

D. DIMENSI LINGKUNGAN (PLANET)

Dimensi lingkungan dalam TBL berkaitan dengan dampak aktivitas bisnis terhadap ekosistem alam, termasuk penggunaan sumber daya alam, emisi gas rumah kaca, pengelolaan limbah, dan konservasi keanekaragaman hayati. Meskipun sering dianggap sebagai domain perusahaan industri besar, dimensi lingkungan sebenarnya sangat relevan bagi UMKM, terutama mengingat besarnya jumlah dan distribusi geografis UMKM yang luas.

Secara kolektif, sektor UMKM memiliki jejak lingkungan yang tidak dapat diabaikan. Penggunaan energi yang tidak efisien, pengelolaan limbah yang tidak tepat, dan pilihan bahan baku yang tidak ramah lingkungan oleh jutaan unit UMKM dapat memberikan dampak kumulatif yang signifikan terhadap lingkungan.

Namun demikian, UMKM juga memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan lingkungan yang positif. Inovasi produk hijau (green products), adopsi praktik produksi yang lebih bersih (cleaner production), dan integrasi prinsip ekonomi sirkular merupakan beberapa strategi yang dapat diadopsi UMKM untuk memperbaiki kinerja lingkungannya.

Program Kredit Usaha Rakyat Hijau (KUR Hijau) yang diluncurkan pemerintah Indonesia pada tahun 2022 merupakan salah satu inisiatif konkret untuk mendorong UMKM mengadopsi praktik bisnis yang lebih ramah lingkungan. Program ini memberikan akses pembiayaan dengan bunga rendah bagi UMKM yang menerapkan praktik bisnis berkelanjutan.

E. IMPLEMENTASI TBL PADA UMKM

Implementasi TBL pada UMKM memerlukan pendekatan yang berbeda dari penerapan TBL pada perusahaan besar. Keterbatasan

sumber daya, kapasitas manajemen, dan kompleksitas operasional yang lebih rendah pada UMKM memerlukan kerangka implementasi yang lebih sederhana dan kontekstual.

Langkah pertama dalam implementasi TBL pada UMKM adalah melakukan pemetaan pemangku kepentingan (stakeholder mapping). UMKM perlu mengidentifikasi siapa saja pihak-pihak yang terdampak oleh aktivitas bisnisnya, baik secara positif maupun negatif. Pemetaan ini akan menjadi dasar bagi UMKM untuk menentukan prioritas dalam mengelola dampak sosial dan lingkungannya.

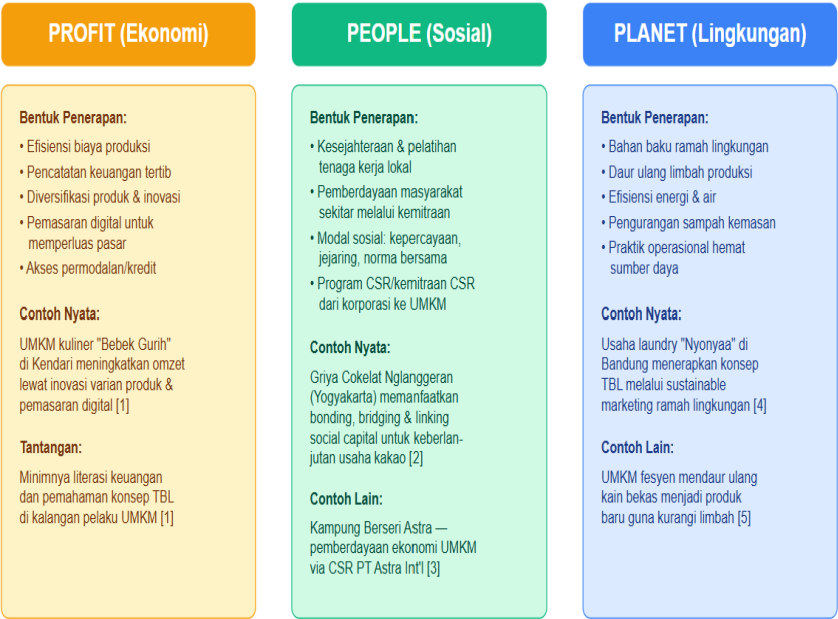
Langkah kedua adalah penetapan indikator kinerja yang relevan untuk setiap dimensi TBL. Indikator yang dipilih harus dapat diukur secara objektif, relevan dengan karakteristik bisnis UMKM, dan dapat dikumpulkan datanya tanpa memerlukan sumber daya yang berlebihan. Contoh indikator yang dapat digunakan UMKM meliputi: tingkat profitabilitas (ekonomi), persentase karyawan yang mendapatkan pelatihan (sosial), dan jumlah limbah yang berhasil didaur ulang (lingkungan).

Langkah ketiga adalah integrasi pertimbangan TBL ke dalam proses pengambilan keputusan sehari-hari. Ini berarti bahwa setiap keputusan bisnis yang signifikan, mulai dari pemilihan pemasok hingga pengembangan produk baru, harus mempertimbangkan implikasinya terhadap ketiga dimensi TBL secara bersamaan.

Rahmawati dan Budiono (2023) menawarkan kerangka implementasi TBL yang disederhanakan untuk UMKM yang mereka sebut "TBL-SME Framework." Kerangka ini menekankan pentingnya kesederhanaan, relevansi kontekstual, dan orientasi pada peningkatan bertahap (continuous improvement) alih-alih kesempurnaan instan.

PENERAPAN TRIPLE BOTTOM LINE PADA UMKM DI INDONESIA

Dimensi Profit, People, dan Planet dalam Praktik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah



KESEIMBANGAN 3P → KEBERLANJUTAN USAHA UMKM
(Business Sustainability)

Tantangan Implementasi TBL pada UMKM di Indonesia

- Rendahnya pemahaman konsep keberlanjutan & TBL di kalangan pelaku usaha mikro-kecil [1]
- Keterbatasan sumber daya (modal, SDM, teknologi) untuk investasi praktik ramah lingkungan
- Minimnya pendampingan dan pelatihan berkelanjutan dari pemerintah/lembaga terkait [7]
- Orientasi jangka pendek pada profitabilitas mengalahkan aspek sosial & lingkungan

Gambar 2.2 Implementasi Tbl Pada Umkm Di Indonesia

BAB 3

AKUNTANSI KEBERLANJUTAN

A. DEFINISI DAN RUANG LINGKUP AKUNTANSI KEBERLANJUTAN

Akuntansi keberlanjutan (sustainability accounting) merupakan bidang ilmu dan praktik akuntansi yang berkembang untuk menjawab kebutuhan akan pengukuran, pengungkapan, dan pelaporan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnis, di samping dampak ekonomi yang sudah menjadi domain akuntansi konvensional. Berbeda dengan akuntansi keuangan tradisional yang hanya berfokus pada transaksi moneter dan posisi keuangan entitas, akuntansi keberlanjutan berusaha mengintegrasikan informasi non-finansial yang relevan bagi pemangku kepentingan yang lebih luas.

Ruang lingkup akuntansi keberlanjutan mencakup beberapa sub-disiplin yang saling berkaitan, termasuk: akuntansi lingkungan (environmental accounting), akuntansi sosial (social accounting), pelaporan keberlanjutan terintegrasi (integrated sustainability reporting), dan akuntansi karbon (carbon accounting). Setiap sub-disiplin ini berfokus pada aspek tertentu dari dampak bisnis terhadap ekosistem sosial dan lingkungan.

Dalam konteks UMKM, akuntansi keberlanjutan tidak harus seelaborat dan sekompleks yang diterapkan pada perusahaan multinasional. Prinsip materialitas menjadi panduan utama: UMKM perlu mengidentifikasi dan melaporkan dampak keberlanjutan yang paling signifikan dan relevan bagi pemangku kepentingannya, tanpa

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, R., & Hendrawati, E. (2023). Penerapan akuntansi keberlanjutan pada usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia: Tinjauan sistematis. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 20(1), 45–67. <https://doi.org/10.21002/jaki.2023.03>
- Ascui, F., & Lovell, H. (2022). Carbon accounting and the construction of competence. *Journal of Cleaner Production*, 36, 48–59. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.02.034>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2022). Laporan survei profil internet Indonesia 2022. APJII.
- Ates, A., Garengo, P., Cocca, P., & Bititci, U. (2022). The development of SME managerial practice for effective performance management. *Journal of Small Business Management*, 51(1), 92–125. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2012.00364.x>
- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik usaha mikro kecil dan menengah 2022–2023. BPS Indonesia.
- Bag, S., Gupta, S., & Kumar, S. (2022). Industry 4.0 adoption and 10C's model for investigating SME adoption challenges. *Computers & Industrial Engineering*, 168, 108058. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2022.108058>
- Bahl, R., & Wallace, S. (2022). A new fiscal framework for SMEs in developing countries. *National Tax Journal*, 75(3), 513–544. <https://doi.org/10.1086/720437>
- Bakar, N. P. S. A. (2023). Efektivitas penggunaan media sosial dalam pemasaran restoran: A literature review. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(2), 181–192.

- Boritz, J. E., & No, W. G. (2021). XBRL filing review using data analytics. *International Journal of Accounting Information Systems*, 40, 100498. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2020.100498>
- Cahyono, B., & Prabowo, D. (2022). Digital transformation in Indonesian SMEs: Drivers, barriers, and outcomes. *Asian Journal of Business and Accounting*, 15(2), 123–156.
- Chen, L., & Wang, Y. (2021). Artificial intelligence in accounting: A systematic review and future directions. *International Journal of Accounting Information Systems*, 43, 100532. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2021.100532>
- Chua, J. W., Lian, T., & Ong, D. (2023). Cybersecurity challenges for SMEs in Southeast Asia: A systematic literature review. *Journal of Information Security and Applications*, 73, 103428. <https://doi.org/10.1016/j.jisa.2023.103428>
- Dangelico, R. M., Alvino, L., & Fraccascia, L. (2022). Investigating the antecedents of firm green competitiveness using a dataset of Italian listed companies. *Business Strategy and the Environment*, 31(2), 327–346. <https://doi.org/10.1002/bse.2893>
- Dewi, N. K., & Setiawan, A. (2023). SME compliance readiness for personal data protection regulation in Indonesia: A multi-case study. *International Journal of Law and Information Technology*, 31(1), 45–67. <https://doi.org/10.1093/ijlit/eaac017>
- Dwi Saptono, P., & Khozen, I. (2022). Perpajakan digital dan kepatuhan wajib pajak UMKM di Indonesia: Studi kasus implementasi e-Filing. *Jurnal Perpajakan Indonesia*, 14(1), 1–22.

- Effendi, M. A., & Wahyuni, S. (2023). Internal control systems in digital SMEs: An Indonesian perspective. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 21(3), 589–612. <https://doi.org/10.1108/JFRA-04-2022-0134>.
- Elkington, J. (2021). 25 years ago I coined the phrase triple bottom line. Here is why it is time to rethink it. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2018/06/25-years-ago-i-coined-the-phrase-triple-bottom-line-heres-why-im-giving-up-on-it>
- Enriquez, G., Larrinaga, C., & Muñoz, R. (2021). Robotic process automation in accounting: Organizational implications and a research agenda. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 20(3), 520–538. <https://doi.org/10.1108/JFRA-03-2021-0098>
- Fathoni, A., & Suryana, Y. (2023). Pengembangan dashboard keberlanjutan berbasis digital untuk UMKM kuliner: Studi kasus Kota Bandung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 22(2), 213–231.
- Fullerton, R. L., & Ownby, M. (2020). Revisiting the relationship between environmental and financial performance: Does it depend on greenwashing? *Business Strategy and the Environment*, 29(8), 3311–3324.
- Gomez-Carrasco, P., Guillamón-Saorín, E., & García Osma, B. (2021). Stakeholders versus firm communication in social media: The Twitter activity of key players in the banking industry. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 34(4), 831–873. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-03-2019-3923>
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2023). e-Conomy SEA 2023: The age of agility. Google.

- Gunawan, J., & Susanto, R. (2021). Strategic planning for Indonesian SMEs toward sustainability. *International Journal of Business and Management*, 16(4), 78–94.
- Hahn, R., & Kuhnen, M. (2021). Determinants of sustainability reporting: A review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research. *Journal of Cleaner Production*, 59, 5–21.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.07.005>
- Handayani, S., & Kurniawan, H. (2021). Praktik manajemen keuangan dan keberlanjutan UMKM: Bukti empiris dari Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(2), 175–194.
- Herbane, B. (2022). Rethinking organizational resilience and strategic renewal in SMEs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(5–6), 476–495.
<https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1541594>
- Horisch, J., Kollat, J., & Brieger, S. A. (2023). What influences environmental entrepreneurship? A multilevel analysis of the determinants of entrepreneurs' environmental orientation. *Small Business Economics*, 58(2), 1093–1114.
<https://doi.org/10.1007/s11187-020-00452-9>
- Huang, A. H., Wang, H., & Yang, Y. (2023). FinBERT: A large language model for extracting information from financial text. *Contemporary Accounting Research*, 40(2), 806–841.
<https://doi.org/10.1111/1911-3846.12832>
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2022). Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) 2022. IAI.

- Jayanti, E., & Karnowati, N. B. (2023). Digitalisasi UMKM dan literasi keuangan untuk keberlanjutan UMKM di Kabupaten Cilacap. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 31(1), 51–64. <https://doi.org/10.32477/jkb.v31i1.504>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2023). Laporan peta jalan transformasi digital Indonesia 2021–2024 (Update 2023). Kominfo.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Data UMKM Indonesia 2022. Kemenkop UKM.
- Khoo, E. S., Monroe, G. S., & Wee, J. Y. (2022). Detecting financial misreporting: An adapted Dechow and Dichev (2002) accruals model. *Journal of Financial Crime*, 29(2), 578–601. <https://doi.org/10.1108/JFC-06-2021-0133>
- Kiromah, S., & Nuryami, N. (2024). Strategi digital dalam pemasaran produk UMKM di Desa Kropak: Peluang serta tantangan. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(3), 1–11.
- Korhonen, J., Nuur, C., Feldmann, A., & Birkie, S. E. (2023). Circular economy as an essentially contested concept. *Journal of Cleaner Production*, 175, 544–552. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.111>
- Kusumaningsih, A., Rahayu, S., & Pratiwi, D. (2022). Efektivitas adopsi sistem akuntansi digital pada UMKM: Studi komparasi antara pengguna dan non-pengguna. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 13(1), 88–107.
- Lam, J., & Lee, S. (2022). Enterprise risk management in SMEs: Adapting ERM frameworks for smaller entities. *Risk Management*, 24(3), 201–228.

- Lestari, D., & Nugroho, A. (2023). Pengaruh digitalisasi terhadap kinerja keuangan UMKM Indonesia di masa pasca pandemi. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 27(1), 15–34.
- Machin, M. R. A., Hendra, J., Safitri, E., & Bawono, A. (2023). Keberlanjutan UMKM di Jawa Barat ditinjau dari new-era business: Transformasi digital, dividen digital, dan kewirausahaan. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 1–15.
- Mardones, C. (2022). Effects of a CO2 tax on innovation and the energy mix in an emerging economy. *Energy Economics*, 104, 105629. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2021.105629>
- Masrukhan, M., & Isnaini, R. K. (2025). Optimalisasi teknologi dan strategi pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing UMKM Bakpia Wong Yogyakarta. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 282–300. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i1.1630>
- McKinsey Global Institute. (2022). The digital transformation of SMEs: Accelerating the journey. McKinsey & Company.
- Montiel, I., & Delgado-Ceballos, J. (2021). Defining and measuring corporate sustainability: Are we there yet? *Organization & Environment*, 27(2), 113–139. <https://doi.org/10.1177/1086026614526413>.
- Muñoz, P., Dimov, D., & Frattini, F. (2023). Entrepreneurship and sustainability: Social impact measurement and reporting for small and medium enterprises. *Journal of Small Business Management*, 61(4), 1487–1520. <https://doi.org/10.1080/00472778.2022.2069696>

- Narendra, P., Wijaya, A., & Kusuma, H. (2022). Transformasi model bisnis UMKM berbasis digital di Yogyakarta: Dampak terhadap kinerja ekonomi. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 19(3), 256–278.
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). Pemanfaatan platform digital sebagai sarana pemasaran bagi UMKM. *JPTN: Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 12(1), 343–351.
- Nicholls, A., Lawlor, E., Neitzert, E., & Goodspeed, T. (2021). A guide to social return on investment. *Social Enterprise Journal*, 17(2), 147–169. <https://doi.org/10.1108/SEJ-10-2020-0099>
- Nishitani, K., Nguyen, T. B. T., Habuta, E., Dang, K. N., & Kokubu, K. (2021). Does corporate environmental performance contribute to sustainable development goals of SDGs? *Business Strategy and the Environment*, 30(8), 3796–3811. <https://doi.org/10.1002/bse.2842>
- Nurhayati, S., & Riyanto, B. (2022). Sustainability accounting practices and SMEs performance in Indonesia: The moderating role of digital capability. *Sustainability*, 14(12), 7256. <https://doi.org/10.3390/su14127256>
- OECD. (2021). SME and entrepreneurship outlook 2021. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/97a5bbfe-en>
- Pratiwi, I., & Mulyani, E. (2023). Relevansi kerangka triple bottom line bagi UMKM Indonesia: Perspektif pemangku kepentingan. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 27(1), 1–18.
- Purwanto, A., & Arisandi, D. (2023). Tahapan transformasi digital UMKM Indonesia: Identifikasi dan analisis empiris. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 22(1), 45–67.

- Rahayu, S., & Sari, D. (2022). Business sustainability and resilience of SMEs during COVID-19: Evidence from Indonesia. *Journal of Small Business Management*, 60(6), 1234–1259.
- Rahmawati, E., & Suryani, N. (2023). Penguatan literasi digital UMKM melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran produk. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 4(2), 88–96.
- Rahmawati, N., & Budiono, S. (2023). TBL-SME framework: Kerangka implementasi triple bottom line yang disederhanakan untuk UMKM Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 31(2), 189–207.
- Rinaldi, L., Unerman, J., & De Villiers, C. (2023). Evaluating the integrated reporting journey: Insights, gaps and future agendas. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 31(5), 1294–1318. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-04-2018-3451>
- Riu, I. A., Windarsari, W. R., & Hardiyanti, A. A. (2025). Revolusi digital UMKM: Bagaimana marketplace dan media sosial mengubah permainan di era pasca-pandemi. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 4653–4658. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2676>
- Rolando, B. (2024). The impact of e-commerce on the growth of micro, small, and medium enterprises in Indonesia. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 12(3), 1113–1127. <https://doi.org/10.58812/wsiss.v2i04.1349>
- Salim, M., Putra, R., & Dewi, R. (2022). E-commerce adoption and SME performance in Indonesia: The mediating role of digital capability. *Journal of Business Research*, 154, 113330. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113330>

- Salminen, J., Corporan, J., & Jansen, B. J. (2022). Creating personas from user data: A longitudinal study of a persona dashboard service. *Sustainability*, 14(7), 4119. <https://doi.org/10.3390/su14074119>
- Santoso, R., & Wijaya, D. (2022). Sustainability scorecard for SMEs: Pengembangan dan validasi kerangka indikator keberlanjutan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(1), 23–41.
- Sari, D. P., & Wibowo, H. (2022). Transformasi digital UMKM dalam meningkatkan daya saing usaha di era ekonomi digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 25–37.
- Sartori, N. (2023). Transfer pricing rules for small and medium enterprises: Toward a simplified compliance framework. *European Journal of Tax Law*, 14(1), 56–82. <https://doi.org/10.1163/20775455-14010003>
- Satria, V. Y., Al-Fikri, M. S., Nabillah, S. Q., Prasetyo, D., & Abror, S. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing untuk meningkatkan nilai jual produk di Desa Dukuh Menanggal Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(1), 45–53.
- Schaltegger, S., Etzeberria, I. A., & Ortas, E. (2022). Innovating corporate accounting and reporting for sustainability: Attributes and challenges. *Sustainable Development*, 25(2), 113–122. <https://doi.org/10.1002/sd.1666>
- Sestino, A., & Guido, G. (2023). My manager is an artificial intelligence! Cognitive implications on customers and businesses of artificial intelligence-powered management. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 51(3), 547–566. <https://doi.org/10.1007/s11747-022-00906-y>

- Setiawan, A., & Kartikasari, D. (2022). Transformasi digital UMKM melalui perubahan mindset dan literasi. *Jurnal Transformasi Bisnis*, 6(3), 89–97.
- Setiawan, M., Yunanda, R., & Wahyuni, T. (2021). Triple bottom line adoption and long-term financial performance of SMEs in North Sumatra. *International Journal of Ethics and Systems*, 37(4), 687–705.
- Setyastanto, A. M., & Syaiful. (2025). Economic transformation through digitalization: Case study of SMEs and e-commerce platforms. *Jurnal Multidisiplin Indonesia (JOURMI)*, 3(2), 1–7.
- Siagian, H., & Hermawan, A. (2022). Social impact and community-based SMEs: Evidence from West Java. *Journal of Social Entrepreneurship*, 13(2), 178–201.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109–118. <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1592>
- Sihura, H. K. (2025). Peran media sosial dalam strategi pemasaran UMKM di era digital. *Jurnal Education and Development*, 13(1), 703–706.
- Silviawati, S., Wibawa, E. S., Wardani, N. A., Wahyuning, S., & Noviana, I. (2025). Peran e-commerce dalam transformasi digital UMKM Indonesia: Sebuah kajian literatur. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi (JRIME)*, 3(4), 159–175. <https://doi.org/10.54066/jrime.v3i4.3551>

- Siregar, F., Nugroho, Y., & Hidayat, R. (2022). The impact of digital marketing on SMEs' business performance in Indonesia. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 29(3), 240–255.
- Stafford, T. F., & Gobin, C. (2022). Zero trust architecture implementation in SMEs: A practical framework. *Journal of Cybersecurity*, 8(1), tyac010. <https://doi.org/10.1093/cybsec/tyac010>
- Stancheva-Todorova, E. P. (2023). Real-time accounting and digital transformation of SMEs: Evidence from emerging economies. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 36(1), 1–22. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2145120>
- Stough, T., Ceulemans, K., Lambrechts, W., & Cappuyns, V. (2022). Assessing sustainability in higher education curricula: A critical reflection on validity issues in the use of the sustainability tracking, assessment and rating system. *Journal of Cleaner Production*, 150, 123–131. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.02.189>
- Studi Literatur Digitalisasi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah): Strategi dan Model Bisnis. (2025). *Jurnal Bisnis Digital (JUBISDIGI)*, 1(1).
- Sukmana, R., & Prabowo, H. (2023). Adopsi platform perpajakan digital dan kepatuhan pajak UMKM: Studi empiris di Kota Surabaya. *Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 15(1), 78–96.
- Susanti, H., & Nugroho, R. (2020). Kesiapan digitalisasi UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen UKM*, 18(2), 121–130.

- Tan, G. W. H., Ooi, K. B., Chong, S. C., & Hew, T. S. (2021). NFC mobile credit card: The next frontier of mobile payment? *Computers in Human Behavior*, 102, 334–344. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.04.017>
- Todeva, E., & Knoke, D. (2021). Strategic alliances and models of collaboration. *Management Decision*, 43(1), 123–148. <https://doi.org/10.1108/00251740510572533>
- Tran, M., & Nguyen, H. (2023). AI-powered accounting tools for SMEs: Adoption barriers and enabling factors in Southeast Asia. *Asian Pacific Journal of Management*, 40(3), 892–921.
- United Nations. (2020). Sustainable development goals: SDG progress report 2020. United Nations Department of Economic and Social Affairs.
- Velte, P. (2022). Archival research on integrated reporting: A systematic review of main drivers and the impact of integrated reporting on firm value. *Journal of Management and Governance*, 26(3), 997–1030. <https://doi.org/10.1007/s10997-021-09566-y>
- Wahyudi, T., & Prasetyo, A. (2022). Social capital measurement for SMEs: A mixed-methods approach. *Journal of Business Research*, 145, 821–833.
- Widodo, S., & Rahayu, P. (2023). Cybersecurity threats and SME resilience in Indonesia: An empirical investigation. *Journal of Information Security and Applications*, 74, 103453.
- Widyastuti, M., Cahyono, H., & Setyawan, D. (2023). Financial record-keeping practices among Indonesian SMEs: Current state and improvement opportunities. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 13(2), 312–335.

- World Bank. (2021). Small and medium enterprises (SMEs) finance: Improving SMEs access to finance and finding innovative solutions to unlock sources of capital. World Bank Group.
- Yusuf, M., & Wirawan, B. (2022). Green accounting practices and environmental performance: A study of SMEs in Java. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 24(1), 34–51.
- Zhang, L., & Brown, D. (2023). Machine learning applications in SME financial management: A review and research agenda. *Journal of Business Finance and Accounting*, 50(5–6), 891–932.

PROFIL PENULIS



Dr. Dwi Ekasari Harmadji, SE., Ak., M.M., CA., CPA. berhasil meraih gelar Sarjana Akuntansi dengan gelar Akuntan pada Tahun 1995 dari Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi, Universitas Padjadjaran Bandung dan langsung diterima bekerja di perusahaan swasta di Jakarta sebagai *Junior Accountant Staff* selama 6 bulan. Lalu diterima bekerja di PT. Bank Dagang Negara (Persero) Tahun 1996 sampai dengan Tahun 1999, dilanjutkan bekerja di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Tahun 1999 sampai dengan Tahun 2014 dengan jabatan sebagai Kepala Cabang. Kemudian di Oktober Tahun 2014 mengajukan *resign* dari Bank Mandiri. Tahun 2015 menjadi dosen tetap di Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Wisnuwardhana Malang, serta aktif sebagai peneliti di Bidang Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Sektor Publik. Hasil penelitiannya dimuat di jurnal nasional maupun jurnal internasional serta menghasilkan dua buku yang sudah ber-ISBN yaitu: Buku Akuntansi Keuangan Lanjutan 1 dan Buku Tanya Jawab Soal Akuntansi Keuangan Menengah. Tulisannya juga dimuat di Buku Seri Bunga Rampai Akuntansi Publik Edisi 2 dengan judul: Isu Kontemporer Akuntansi Publik yang diterbitkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) Kompartemen Akuntan Pendidik Forum Dosen Akuntansi Sektor Publik. Berhasil meraih gelar Magister Manajemen Tahun 2001 dan Tahun 2020 berhasil meraih gelar Doktor Ilmu Akuntansi dari Program Doktor Ilmu Akuntansi FEB Universitas Brawijaya Malang.

Email Penulis : dwi.ekasari.harmadji@gmail.com atau dwiekasari@wisnuwardhana.ac.id



Dr. Indrian Supheni, SE., S.Pd., M.Aks., CSRA Berhasil meraih gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada Tahun 2002 dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Nganjuk. Kemudian melanjutkan studi S2 di Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Surabaya, Program Studi Akuntansi, dan berhasil meraih gelar Magister Akuntansi (M.Aks). Selain itu, juga menyelesaikan pendidikan S.Pd melalui jalur pendidikan keguruan. Gelar Doktor (Dr.) berhasil diraih dari Program Doktor Ilmu Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta. Aktif sebagai dosen dan peneliti di bidang Akuntansi. Hasil penelitiannya telah dipublikasikan di jurnal nasional maupun jurnal internasional bereputasi, serta aktif sebagai tim editorial pada beberapa Jurnal. Aktif dalam berbagai kegiatan akademik internasional termasuk menjalin kerja sama internasional dengan berbagai perguruan tinggi di Kawasan ASEAN, termasuk joint research Bersama mitra dari Malaysia, Bangkok, dan lainnya. memperluas kemitraan dengan pemerintah daerah, sektor perbankan, dan instansi Pendidikan. Memiliki sertifikasi profesi CSRA (Certified Sustainability Reporting Assurer) dan aktif dalam pengembangan Tax Center serta Galeri Investasi di lingkungan perguruan tinggi.

E-mail Penulis: isupheni@upms.ac.id



Dr. Novita Rifaul Kirom, S.Pd., MM berhasil meraih gelar Sarjana Pendidikan program studi Tata Niaga dengan gelar S.Pd pada Tahun 2013 dari Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Negeri Malang dan langsung diterima kerja sebagai Dosen di salah satu sekolah tinggi swasta di Kota Malang sampai Tahun 2015. Melanjutkan Pendidikan program magister di tahun 2014-2016 di Program Pascasarjana Universitas Negeri Malang dengan memperoleh gelar Magister Manajemen. Tahun 2016 berhasil menjadi dosen tetap di Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Wisnuwardhana Malang, serta aktif sebagai peneliti di Bidang Manajemen Strategi dan Manajemen Pemasaran. Hasil penelitiannya dimuat di jurnal nasional maupun jurnal internasional serta menghasilkan Book Chapter dan Bahan ajar yang sudah ber-ISBN. Berhasil meraih gelar Doktor Ilmu Manajemen dari Program Doktor Ilmu Manajemen FEB Universitas Negeri Malang. Email Penulis: novitakirom04@gmail.com

AKUNTANSI KEUANGAN: Digitalisasi Keberlanjutan UMKM

Buku Referensi ini hadir sebagai respons atas kebutuhan yang mendesak akan referensi komprehensif yang membahas keterkaitan antara akuntansi keuangan, digitalisasi, dan keberlanjutan usaha dalam konteks UMKM Indonesia. Selama ini, literatur tentang akuntansi keuangan digital cenderung berfokus pada perusahaan besar, sementara pelaku UMKM justru membutuhkan panduan yang lebih kontekstual dan aplikatif.

Dengan sebelas bab yang disusun secara sistematis, buku referensi ini berupaya menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik. Dimulai dari konsep dasar keberlanjutan bisnis UMKM, kemudian menjelajahi kerangka Triple Bottom Line, akuntansi keberlanjutan, hingga topik-topik mutakhir seperti kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) dalam akuntansi, pengendalian internal digital, perpajakan digital, dan penyusunan laporan keuangan berbasis teknologi.



IKAPI
IKATAN PENYUSUN INDONESIA

CV. Tahta Media Group

Sukoharjo, Jawa Tengah

Web : www.tahtamedia.co.id

Ig : tahtamedia group

Telp/WA : +62 896 5427 3996

