
Pert 2: Peran Akuntansi Manajemen dan Perbedaan dengan akuntansi Keuangan

Asti Widayanti S.Si., MT.

Akuntansi Manajemen

Semester 4

Prodi: Komputerisasi Akuntansi

What?

- aktivitas yang menghasilkan informasi financial dan non-finansial bagi pengambil keputusan perusahaan

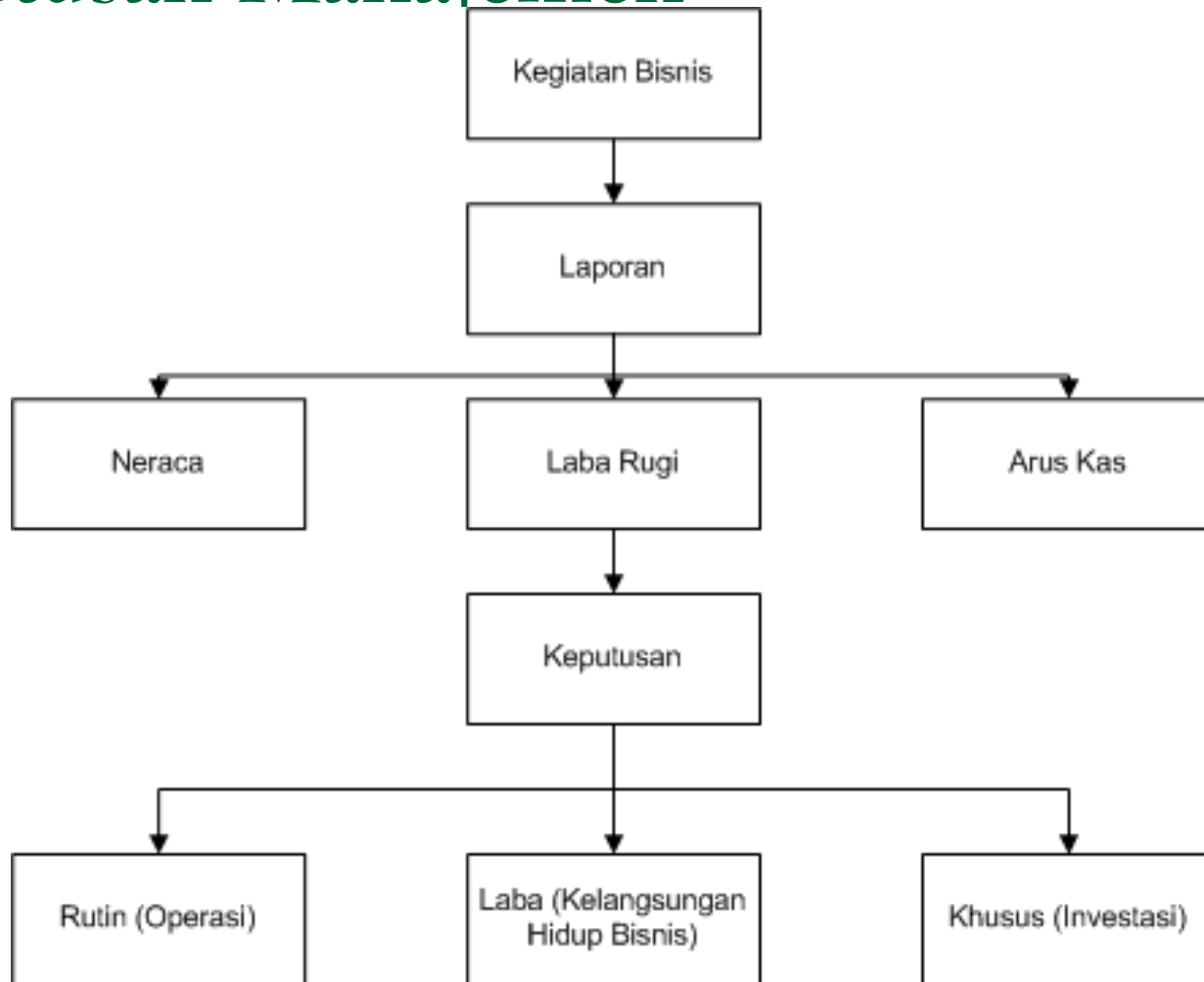
Jenis Informasi

- Catatan-catatan finansial masa lalu dan sekarang,
- Hasil operasi perusahaan
- Perencanaan di masa yang akan datang

Peran Akuntansi

- ❑ Melindungi Harta Perusahaan
- ❑ Penyusunan Rencana Kegiatan Perusahaan Dimasa yang Akan Datang
- ❑ Pengukuran Penghasilan Perusahaan Dalam Kurun Waktu Tertentu
- ❑ Pengendalian Kegiatan Perusahaan

Hubungan Laporan Akuntansi dgn Keputusan Manajemen



Tugas Akuntan dalam Menyediakan Informasi

Pencatatan kegiatan Bisnis (Scorekeeping)
→ alat ukur penilaian

- u/ pihak luar dalam menilai kinerja manajemen

Data Pengarah Perhatian (Attention Directing) → membuat perbaikan

- Rencana dan pengawasan kegiatan operasi

Pemecahan Masalah (Problem Solving)

- Membuat strategi, kebijakan, program kerja, anggaran, kep khusus

Tugas Manajemen Terhadap Informasi Akuntansi

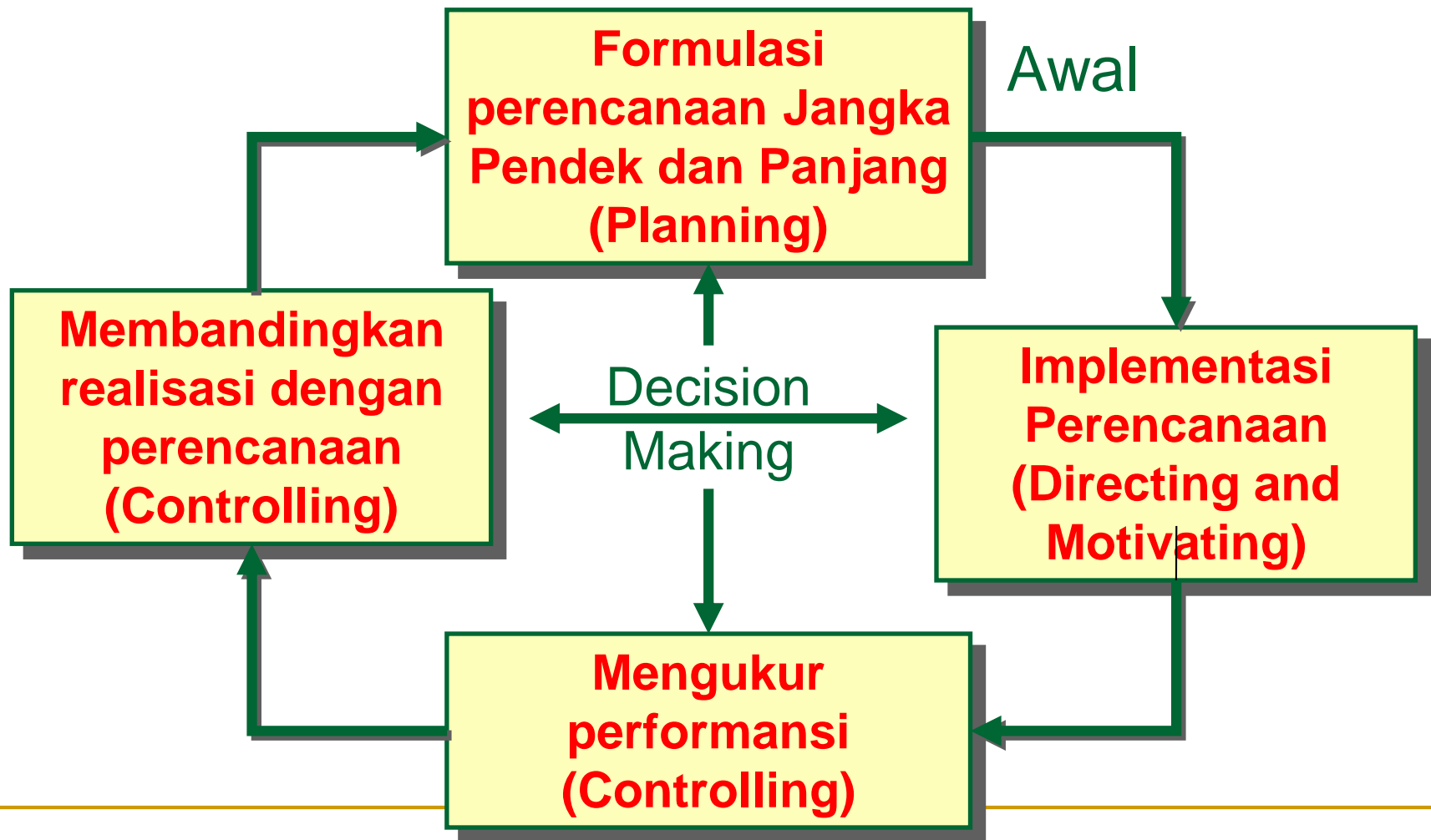
Menetapkan sasaran, peralatan, tenaga kerja dan metode kerja

Membuat dan mengevaluasi program kerja dan anggaran terhadap standards

Menempatkan kembali pelaksanaan yang menyimpang proker dan anggaran

Mengevaluasi prestasi kerja, sesuai atau tidak sesuai rencana

Siklus Perencanaan dan Pengendalian



Kenapa Akuntansi Manajemen

Strategi

Globalisasi

Karakteristik Konsumen

Globalisasi

Suatu proses

menyeluruh atau
mendunia

setiap orang tidak
terikat negara atau
batas-batas
wilayah,

terhubung dan
saling bertukar
informasi
dimanapun dan
kapanpun

melalui media
elektronik maupun
cetak.

Internet

Penggunaan Internet
memberikan perusahaan
akses cukup besar
sebaran konsumen,
pegawai dan supplier



8 Lingkungan Perusahaan

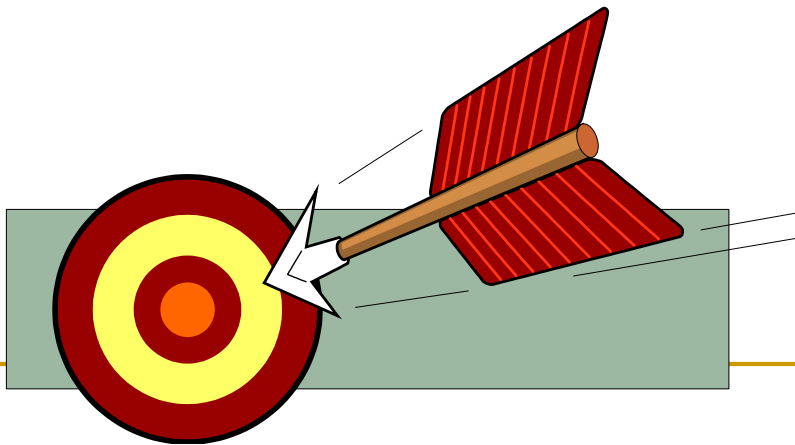


Perdagangan Bebas Internasional

- MEA
- AFTA
- CAFTA
- OPEC
- WTO

Strategi Konsumen

Strategi untuk
“memainkan perencanaan,
yang membuat perusahaan
menarik pelanggan dengan
cara membedakan dirinya
dengan saingannya



Point utama strategi
Perusahaan adalah
Target Pelanggan

SEGMENTASI PASAR

METODE	VARIABEL
▪ Demografis	Usia, Gender, Ukuran Keluarga, Tahap Siklus, Hidup Keluarga, Pendapatan, Pendidikan, Pekerjaan, Agama, Ras/Kebangsaan.
▪ Geografis	Daerah, Ukuran Populasi, Kepadatan, Iklim
▪ Behavioristis	Manfaat-manfaat yang dicari, penggunaan Volume, Loyalitas produk
▪ Psikografis	Gaya hidup, Kepribadian

Customer Value Propositions

Customer
Intimacy
Strategy

Memahami dan memenuhi
Kebutuhan Pelanggan.

Operational
Excellence
Strategy

Mengirimkan produk dan jasa
lebih cepat, lebih nyaman,
Harga lebih murah

Product
Leadership
Strategy

Menawarkan Kualitas Produk
Terbaik.

Management

Planning

**Directing and
Motivating**

Controlling



Planning

Identifikasi
Alternatif.

Memilih alternati →
Tujuan Organisasi

Membuat Anggaran untuk
Mengarahkan langkah2
Sesuai alternatif



Directing Dan Motivating

Memanager hariian untuk tetap berjalan

- ❑ Pembagian tugas pegawai
- ❑ Pemecahan masalah rutin
- ❑ Menangani konflik
- ❑ Komunikasi Efektif



Controlling

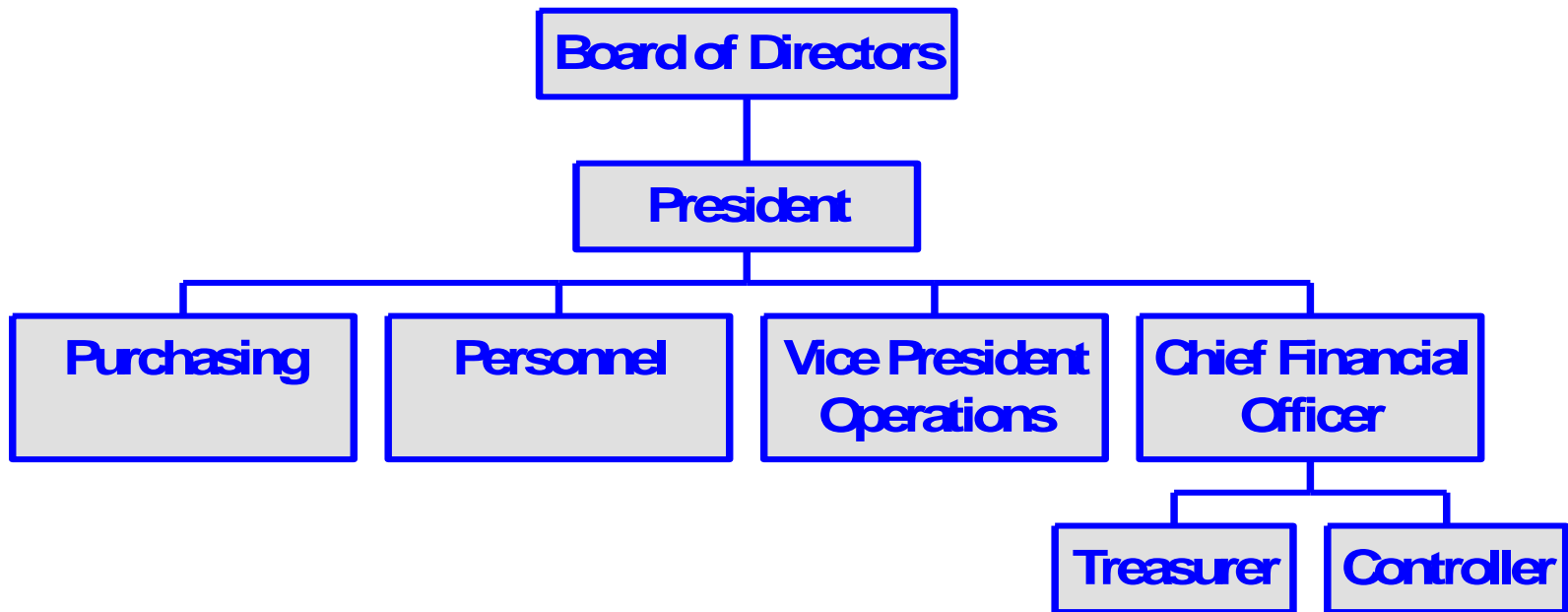
**Memastikan bahwa semua
sesuai rencana**

**Membandingkan actual results
dengan anggaran/perencanaan**



Organizational Structure

Corporate Organization Chart



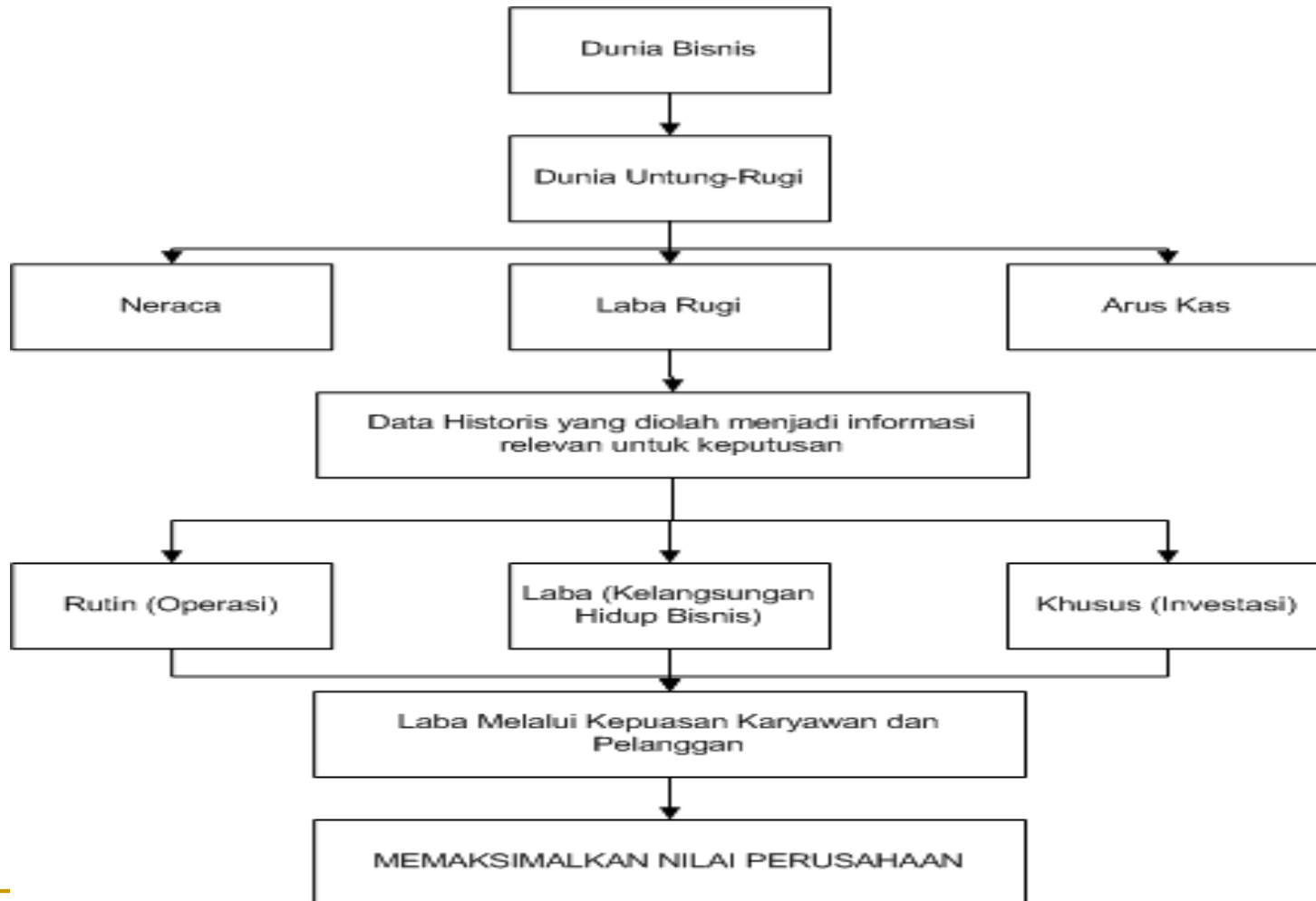
Process Management

Proses bisnis adalah rangkaian tahapan
Yang harus dilakukan dalam suatu perusahaan



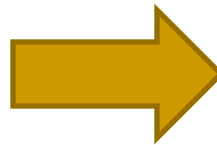
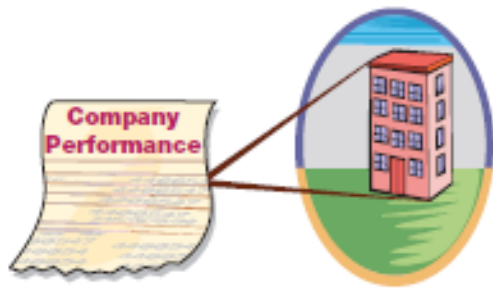
Business value chain

Peta Akuntansi Manajemen

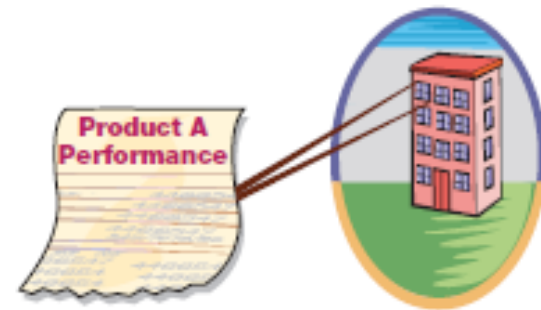


Perbedaan Akuntansi Keuangan dengan Akuntansi Manajemen

Focus of External Reports



Focus of Internal Reports



Perbedaan Akuntansi Keuangan dengan Akuntansi Manajemen



	Financial Accounting	Managerial Accounting
1. Users and decision makers	Investors, creditors, and other users external to the organization	Managers, employees, and decision makers internal to the organization
2. Purpose of information	Assist external users in making investment, credit, and other decisions	Assist managers in making planning and control decisions
3. Flexibility of practice	Structured and often controlled by GAAP	Relatively flexible (no GAAP constraints)
4. Timeliness of information	Often available only after an audit is complete	Available quickly without the need to wait for an audit
5. Time dimension	Focus on historical information with some predictions	Many projections and estimates; historical information also presented
6. Focus of information	Emphasis on whole organization	Emphasis on an organization's projects, processes, and subdivisions
7. Nature of information	Monetary information	Mostly monetary; but also nonmonetary information

Informasi Akuntansi Keuangan

- Likuiditas (Rasio Lancar)
- Solvabilitas → kemampuan membayar kewajiban (Rasio utang terhadap harta)
- Aktivitas → Kemampuan mengoprasikan harta (Pendapatan/Total Harta)
- Profitabilitas
- Pertumbuhan Bisnis
- Penilaian Bisnis
- Kesehatan Bisnis

Informasi Akuntansi Manajemen

- Anggaran dan reliasasi Anggaran
- Peramalan
- Biaya Oprasi

Dengan mempertimbangkan

- Kondisi organisasi, Kondisi Peralatan Kerja, metode kerja, sasaran kerja, dan sikap perilaku pekerja

Contoh

- Posisikan sebagai manajer → keputusan apa yang bisa dihasilkan

Bengkel Mobil "Hadian Putra"
Laporan Laba-Rugi
Per 31 Desember 1999

Pendapatan Usaha		
1. Pendapatan jasa service		Rp. 1.000.000,00
2. Pendapatan bunga		120.000,00
Jumlah Pendapatan		Rp. 1.120.000,00
Beban Usaha		
1. Beban gaji	Rp. 200.000,00	
2. Beban penyusutan peralatan	80.000,00	
3. Beban asuransi	50.000,00	
4. Beban perlengkapan	40.000,00	
Beban bunga	40.000,00	
Jumlah beban usaha		Rp. 410.000,00
Laba bersih		Rp. 710.000,00

Referensi



- [1] Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2008). *Managerial Accounting*. New York: McGraw-Hill.