PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora
Vol.4, No.3, April 2025

Manajemen Strategik untuk Akuntan: Posisi Strategis

Saudurma Silaban[1], Rosa Belasari Simanjuntak[2], Mey Reini Purba[3], Veri Gabriel Lumbantobing[4], Audrey M Siahaan[5]
[1,2,3,4,5]Universitas HKBP Nommensen Medan
E-mail: saudurma@student.uhn.ac.id[1], rosa.simanjuntak@student.uhn.ac.id[2], mey.purba@student.uhn.ac.id[3], veri.tobing@student.uhn.ac.id[4], audreysiahaan@uhn.ac.id[5]

Article History:
Received: 28 Maret 2025
Revised: 04 April 2025
Accepted: 18 April 2025

Keywords: *Posisi Strategis, Akuntan, Manajemen Strategik*

Abstract: *Dalam dunia bisnis yang semakin kompleks dan kompetitif, posisi strategis menjadi kunci utama dalam menentukan keberhasilan organisasi. Posisi strategis melibatkan melibatkan analisis mendalam terhadap faktor eksternal dan internal yang memengaruhi daya saing perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk membahas posisi strategis dan alat yang digunakan untuk menganalisis posisi tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan studi literatur, yang mengacu pada berbagai sumber terpercaya, seperti jurnal akademik, buku referensi, dan publikasi lain yang relevan dengan konsep posisi strategis dalam manajemen strategik untuk akuntan. Analisis SWOT dan Porter's Five Forces Model merupakan alat penting dalam memahami posisi strategis perusahaan dalam industri. Analisis SWOT membantu organisasi mengidentifikasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) secara sistematis, yang kemudian digunakan untuk merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan. Sementara itu, Porter's Five Forces Model menawarkan pendekatan yang lebih mendalam dalam menganalisis dinamika persaingan industri. Diharapkan kepada akuntan untuk memahami posisi strategis demi menignkatkan laba dan kemajuan perusahaan.*

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang semakin kompleks dan kompetitif, posisi strategis menjadi kunci utama dalam menentukan keberhasilan organisasi. Strategi dapat didefinisikan sebagai keseluruhan rencana yang dirancang untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya guna menciptakan posisi yang menguntungkan. Dalam hal ini, manajemen strategis berfokus pada proses pengembangan dan penerapan strategi yang bertujuan untuk membangun serta mempertahankan keunggulan kompetitif (Widanti, 2015). Posisi strategis menggambarkan bagaimana sebuah organisasi memposisikan dirinya di pasar untuk menciptakan nilai, bersaing secara efektif, dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Konsep ini melibatkan analisis mendalam terhadap faktor eksternal dan internal yang memengaruhi daya saing perusahaan.

Akuntansi kini menjadi elemen kunci dalam mendukung berbagai aktivitas bisnis di seluruh dunia. Peran akuntansi telah mengalami perkembangan signifikan, baik dalam praktik maupun teknologi yang digunakan. Akuntansi tidak lagi hanya berfungsi sebagai aktivitas teknis yang berfokus pada pengelolaan data keuangan, tetapi telah berevolusi menjadi aktivitas strategis yang memberikan dampak besar pada perencanaan dan pengambilan

keputusan organisasi. Perubahan ini mencerminkan pergeseran peran akuntansi dari pendekatan tradisional menuju pendekatan modern yang lebih strategis, sejalan dengan tuntutan untuk merespons dinamika ekonomi dan bisnis global (Azmi & Harti, 2021).

Pergeseran peran tersebut telah melahirkan pendekatan baru yang dikenal dengan akuntansi manajemen strategis (strategic management accounting atau SMA). Pendekatan ini berupaya mengintegrasikan prinsip-prinsip manajemen strategis dengan fungsi akuntansi untuk menciptakan nilai tambah yang lebih besar bagi organisasi. Fokus dari SMA adalah membantu organisasi memposisikan diri secara strategis dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Ini dilakukan dengan mengalihkan fokus dari perspektif internal yang terbatas pada efisiensi operasional, menuju perspektif eksternal yang berorientasi pada keunggulan kompetitif dan posisi strategis di pasar.

Dalam konteks posisi strategis, SMA berperan sebagai penghubung antara fungsi akuntansi dan strategi organisasi. Posisi strategis tidak hanya melibatkan analisis keuangan tetapi juga mencakup evaluasi faktor eksternal, seperti kondisi pasar, persaingan, dan preferensi pelanggan. Dengan menggunakan pendekatan ini, akuntansi mampu memberikan informasi yang relevan untuk mendukung formulasi strategi yang lebih efektif. Dalam hal ini, akuntansi tidak hanya menjadi alat pelaporan, tetapi juga menjadi elemen kunci dalam menyelaraskan tujuan organisasi dengan realitas eksternal.

Penerapan akuntansi dalam konteks strategis menekankan pentingnya mengintegrasikan informasi keuangan dan non-keuangan. Informasi keuangan, seperti laporan kinerja, dikombinasikan dengan data eksternal, seperti analisis tren industri dan perilaku konsumen, untuk memberikan wawasan yang lebih komprehensif. Proses ini memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin tidak terlihat melalui pendekatan akuntansi tradisional.

Dalam kerangka manajemen strategik, posisi strategis memainkan peran penting dalam menyelaraskan tujuan organisasi dengan kebutuhan pasar. Posisi yang jelas dan terdefinisi dengan baik memungkinkan organisasi untuk membedakan diri dari pesaing, menarik pelanggan, dan mempertahankan loyalitas dalam jangka panjang. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang elemen-elemen yang membentuk posisi strategis sangat penting bagi para pengambil keputusan.

Sebuah posisi strategis yang efektif tidak hanya bergantung pada keunggulan produk atau layanan tetapi juga pada kemampuan organisasi untuk menavigasi lingkungan bisnis yang dinamis. Perubahan teknologi, pergeseran preferensi konsumen, dan tekanan regulasi adalah beberapa faktor eksternal yang dapat memengaruhi posisi strategis. Sementara itu, sumber daya internal, budaya organisasi, dan struktur operasional menjadi penentu utama dalam membangun fondasi yang kokoh.

Salah satu alat yang sering digunakan untuk menganalisis posisi strategis adalah model Five Forces Porter dan analisis SWOT. Alat-alat ini membantu organisasi untuk mengevaluasi posisi mereka relatif terhadap pesaing, mengidentifikasi peluang di pasar, dan memitigasi ancaman potensial. Pendekatan ini memungkinkan organisasi untuk merancang strategi yang lebih terarah dan berbasis data.

Dalam praktiknya, pengelolaan posisi strategis tidak hanya melibatkan perumusan strategi, tetapi juga implementasi dan evaluasi berkelanjutan. Keselarasan antara strategi, struktur, dan budaya organisasi sangat penting untuk memastikan keberhasilan implementasi. Tanpa adanya

kohesi antara elemen-elemen ini, strategi yang dirancang dapat gagal mencapai hasil yang diharapkan.

Dalam konteks global, posisi strategis menghadapi tantangan tambahan yang disebabkan oleh keragaman budaya, kompleksitas rantai pasok, dan volatilitas pasar internasional. Organisasi perlu mengembangkan strategi adaptif yang mempertimbangkan perbedaan regional dan dinamika pasar global untuk mempertahankan relevansi dan daya saing. Selain itu, keberlanjutan menjadi isu sentral dalam menentukan posisi strategis di era modern. Pelanggan dan investor semakin menuntut organisasi untuk mengadopsi praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, posisi strategis yang efektif harus mencakup elemen keberlanjutan sebagai bagian integral dari strategi jangka panjang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan studi literatur, yang mengacu pada berbagai sumber terpercaya, seperti jurnal akademik, buku referensi, dan publikasi lain yang relevan dengan konsep posisi strategis dalam manajemen strategik untuk akuntan. Metode studi literatur atau tinjauan pustaka merupakan pendekatan sistematis yang bertujuan untuk menggali wawasan dari pandangan para ahli serta menyusun sintesis berdasarkan hasil-hasil penelitian sebelumnya (Adlini et al., 2022).

Melalui pendekatan ini, penelitian berfokus pada pengumpulan dan analisis data yang diambil dari berbagai literatur yang mendukung pemahaman menyeluruh tentang posisi strategis. Langkah ini tidak hanya mencakup eksplorasi teori-teori fundamental tetapi juga menyoroti penerapannya dalam konteks akuntansi strategik. Dengan demikian, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi dan mengelaborasi hubungan antara posisi strategis dan peran akuntan dalam mendukung pengambilan keputusan yang berbasis strategi.

Proses ini mencakup studi mendalam terhadap konsep-konsep manajemen strategik, seperti analisis SWOT, Five Forces Porter, dan alat lainnya yang relevan untuk menilai posisi strategis. Selain itu, tinjauan pustaka ini juga mengeksplorasi bagaimana akuntan dapat menggunakan data keuangan dan operasional untuk memberikan wawasan strategis yang mendukung posisi kompetitif perusahaan.

Melalui integrasi teori dan temuan empiris, pendekatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana akuntan dapat berperan sebagai mitra strategis. Dalam hal ini, fokusnya adalah bagaimana akuntan tidak hanya menjalankan fungsi teknis tetapi juga terlibat dalam perumusan dan implementasi strategi yang bertujuan untuk memperkuat posisi organisasi di pasar yang kompetitif.

Dengan memanfaatkan literatur yang relevan, penelitian ini juga berupaya untuk mengidentifikasi tantangan-tantangan yang dihadapi akuntan dalam mengimplementasikan konsep posisi strategis. Beberapa di antaranya mencakup kurangnya pemahaman tentang elemen strategis, resistensi terhadap perubahan, dan keterbatasan teknologi yang dapat menghambat penerapan strategi yang efektif.

Pendekatan studi literatur ini juga menggarisbawahi pentingnya keberlanjutan sebagai elemen kunci dalam membangun posisi strategis. Penelitian ini mencakup diskusi tentang bagaimana akuntan dapat membantu organisasi merancang strategi keberlanjutan yang tidak hanya memperkuat daya saing tetapi juga memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Dengan demikian, metode ini tidak hanya menyediakan landasan teoretis tetapi juga menjadi panduan praktis bagi akuntan yang ingin meningkatkan kontribusi strategisnya dalam organisasi. Hasil tinjauan pustaka ini diharapkan mampu menjawab kebutuhan untuk memahami hubungan yang erat antara manajemen strategik dan posisi strategis, khususnya dalam konteks

profesi akuntan.

Melalui eksplorasi yang mendalam terhadap literatur yang relevan, penelitian ini juga bertujuan untuk memperluas wawasan mengenai peran strategis akuntan di era modern. Penekanan diberikan pada bagaimana mereka dapat menjadi katalisator perubahan dalam perusahaan melalui pengelolaan posisi strategis yang efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis informasi dalam sistem manajemen akuntansi (SMA) harus dapat menunjukkan peran penting dalam sebuah entitas. Informasi tersebut diharapkan mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap efektivitas proses manajemen, khususnya dalam hal pengambilan keputusan yang tepat terkait perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian. Selain itu, informasi strategis perlu disampaikan dengan baik agar seluruh elemen sumber daya dapat berkontribusi secara optimal dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Susilawati, 2022).

Analisis SWOT dan Porter's Five Forces Model merupakan alat penting dalam memahami posisi strategis perusahaan dalam industri. Analisis SWOT membantu organisasi mengidentifikasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) secara sistematis, yang kemudian digunakan untuk merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan. Pendekatan ini memberikan pandangan holistik tentang bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan keunggulannya dan memitigasi kelemahan untuk tetap kompetitif.

Formulasi strategi yang dihasilkan melalui analisis SWOT sangat relevan dalam mengembangkan strategi unit bisnis. Dengan mengidentifikasi kekuatan yang dimiliki, perusahaan dapat menentukan langkah-langkah yang mampu meningkatkan daya saingnya di pasar. Hal ini juga memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi kelemahannya, sehingga dapat memperbaiki aspek internal yang berpotensi menghambat keberhasilan strategi. Proses ini secara langsung mendukung upaya perusahaan dalam memposisikan dirinya secara strategis di tengah persaingan industri.

Analisis SWOT merupakan metode untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan. Metode ini berlandaskan pada logika yang memungkinkan perusahaan untuk memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), sekaligus meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Proses pengambilan keputusan strategis erat kaitannya dengan pengembangan misi, tujuan, dan kebijakan Perusahaan (Meftahudin et al., 2018). Oleh karena itu, perencanaan strategis memerlukan analisis mendalam terhadap faktor-faktor strategis perusahaan, baik dari sisi kekuatan, kelemahan, peluang, maupun ancaman yang ada. Proses ini dikenal sebagai Analisis Situasi, di mana Analisis SWOT menjadi model paling populer untuk tujuan tersebut.

Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan sangat dipengaruhi oleh kombinasi antara faktor internal dan eksternal. Oleh karena itu, kedua faktor ini harus diperhatikan dalam analisis SWOT. Analisis ini membandingkan faktor eksternal seperti peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dengan faktor internal seperti kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses). Kombinasi dari kedua kelompok faktor ini membantu perusahaan memahami posisinya dan merumuskan strategi yang tepat.

Untuk merancang strategi berdasarkan hasil analisis, digunakan Matriks SWOT. Matriks ini berfungsi untuk memetakan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki perusahaan. Matriks SWOT

menghasilkan empat jenis strategi alternatif, yaitu:

1. Strategi SO (Strengths-Opportunities): Strategi ini memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk mengambil peluang yang ada.
2. Strategi ST (Strengths-Threats): Strategi ini menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengatasi ancaman yang dihadapi.
3. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities): Strategi ini berupaya memanfaatkan peluang eksternal sambil mengatasi kelemahan internal.
4. Strategi WT (Weaknesses-Threats): Strategi ini dirancang untuk meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

Dengan menggunakan matriks SWOT, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih terarah dan sesuai dengan kondisi spesifiknya. Hal ini memungkinkan organisasi untuk meningkatkan daya saingnya, baik dalam merespons tantangan eksternal maupun dalam memanfaatkan potensi internalnya secara optimal.

Sementara itu, Porter's Five Forces Model menawarkan pendekatan yang lebih mendalam dalam menganalisis dinamika persaingan industri. Model ini mengevaluasi lima kekuatan utama yang memengaruhi struktur industri, yaitu ancaman pendatang baru, daya tawar pembeli, daya tawar pemasok, ancaman produk atau layanan substitusi, dan intensitas persaingan antar pesaing. Dengan memahami kelima kekuatan ini, perusahaan dapat merancang strategi yang menempatkannya pada posisi strategis yang lebih menguntungkan.

Porter's Five Forces Model adalah alat fundamental yang digunakan untuk merumuskan strategi bersaing yang efektif (Naufal Eryogia et al., 2024). Model ini berfokus pada dinamika persaingan dalam suatu industri yang secara terus-menerus memengaruhi tingkat pengembalian modal yang diinvestasikan. Dalam industri tertentu, tekanan kompetitif dapat menurunkan tingkat pengembalian modal menuju tingkat pengembalian dasar yang mencerminkan kondisi "persaingan sempurna" dalam ekonomi. Dengan memahami kekuatan-kekuatan yang membentuk persaingan, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang memaksimalkan keunggulan kompetitif dan memperkuat posisi strategisnya di pasar. Komponen Porter's Five Forces diantaranya adalah:

1. Ancaman Pendatang Baru

   Ancaman dari pendatang baru mencerminkan potensi masuknya pesaing baru ke dalam industri. Pendatang baru dapat mengurangi profitabilitas dengan membawa kapasitas tambahan atau pendekatan baru yang mengganggu keseimbangan pasar. Untuk mengatasi ancaman ini, perusahaan perlu membangun hambatan masuk yang tinggi, seperti skala ekonomi, keunggulan biaya, atau diferensiasi produk yang sulit ditiru.
2. Kekuatan Tawar-Menawar Pemasok

   Pemasok memiliki kekuatan untuk memengaruhi biaya input yang digunakan oleh perusahaan. Jika pemasok memiliki sedikit pesaing atau menawarkan bahan baku yang unik, mereka dapat menaikkan harga atau menurunkan kualitas produk mereka. Perusahaan harus mencari cara untuk mengurangi ketergantungan pada pemasok tertentu, seperti dengan diversifikasi sumber daya atau membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan.
3. Kekuatan Tawar-Menawar Pembeli

   Pembeli yang memiliki daya tawar tinggi dapat menekan harga, menuntut kualitas yang lebih baik, atau meminta layanan tambahan, sehingga mengurangi profitabilitas perusahaan. Perusahaan dapat mengatasi hal ini dengan menciptakan nilai unik yang sulit digantikan oleh pembeli, seperti dengan menawarkan produk berkualitas tinggi atau meningkatkan loyalitas pelanggan melalui layanan yang superior.
4. Ancaman Produk Substitusi

Produk substitusi merupakan ancaman ketika alternatif yang tersedia menawarkan manfaat serupa dengan harga yang lebih rendah atau fitur yang lebih unggul. Ancaman ini dapat mengurangi permintaan terhadap produk perusahaan. Untuk menangani ancaman ini, perusahaan perlu terus berinovasi, meningkatkan kualitas produk, atau menciptakan nilai yang tidak dimiliki oleh produk substitusi.

5. Pesaing Sejenis

Intensitas persaingan di antara perusahaan dalam industri yang sama sering kali menjadi kekuatan paling signifikan dalam model ini. Persaingan yang ketat dapat menyebabkan perang harga, peningkatan biaya pemasaran, atau peningkatan inovasi. Strategi yang efektif untuk mengatasi pesaing sejenis adalah dengan membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, seperti diferensiasi produk atau efisiensi operasional yang tinggi.

Dengan menganalisis kelima kekuatan ini, perusahaan dapat memahami struktur industri dan menentukan langkah-langkah strategis yang diperlukan untuk memperkuat posisi strategisnya. Pendekatan ini tidak hanya membantu mengidentifikasi ancaman dan peluang, tetapi juga memungkinkan perusahaan untuk mengalokasikan sumber daya secara optimal guna mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Posisi strategis tidak hanya ditentukan oleh keunggulan internal, tetapi juga oleh cara perusahaan merespons tekanan eksternal dan peluang di pasar. Porter's Five Forces Model, misalnya, membantu perusahaan memahami di mana mereka harus fokus untuk mengatasi ancaman atau memanfaatkan peluang dalam persaingan industri.

Dengan memanfaatkan hasil dari analisis SWOT dan Porter's Five Forces Model, perusahaan dapat memetakan posisi strategisnya dengan lebih baik. Ini berarti perusahaan dapat menentukan langkah-langkah konkret untuk memperkuat posisinya di pasar, seperti membangun kemitraan strategis, meningkatkan efisiensi operasional, atau mengembangkan produk inovatif yang sulit ditiru oleh pesaing. Posisi strategis yang jelas memungkinkan perusahaan untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dalam industri yang kompetitif, dengan memanfaatkan semua peluang yang ada dan mengelola risiko secara proaktif.

KESIMPULAN

Analisis SWOT dan Porter's Five Forces Model merupakan alat strategis yang esensial dalam membantu perusahaan memahami posisi strategisnya di tengah persaingan industri. Analisis SWOT memberikan panduan sistematis untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan, memungkinkan formulasi strategi yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal. Matriks SWOT membantu memetakan langkah strategis melalui kombinasi faktor internal dan eksternal untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Di sisi lain, Porter's Five Forces Model menawarkan analisis mendalam tentang dinamika persaingan dalam industri, mencakup ancaman pendatang baru, daya tawar pemasok, daya tawar pembeli, ancaman produk substitusi, dan intensitas persaingan sejenis. Dengan memanfaatkan kedua alat ini, perusahaan dapat menentukan langkah konkret untuk memperkuat posisinya, seperti meningkatkan efisiensi operasional, berinovasi, atau membangun kemitraan strategis. Pendekatan ini memastikan perusahaan mampu merespons tantangan dan peluang secara optimal, sehingga menciptakan posisi strategis yang kokoh dalam persaingan pasar.

DAFTAR REFERENSI

Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode

Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, *6*(1), 974–980. https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394

Azmi, Z., & Harti, I. D. (2021). Pengaruh Akuntansi Manajemen Strategik dan Kapabilitas Organisasional Terhadap Kinerja Organisasi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, *5*(1), 266. https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.309

Meftahudin, M., Putranto, A., & Wijayanti, R. (2018). Penerapan Analisis SWOT dan Five Forces Porter Sebagai Landasan untuk Merumuskan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Pada Tin Panda Collection di Kabupaten Magelang). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, *1*(1), 22–30. https://doi.org/10.32500/jematech.v1i1.209

Naufal Eryogia, K., Diah Cahya Utami, K., Siti Aqiilah Sundari, D., Nadhifah Bintang, A., & Dharma Wibisana, W. (2024). Penerapan Porter Five Forces Dan Analisis SWOT Dalam Perencanaan Strategi PT Roves Global Food. *EBISMAN : EBisnis Manajemen*, *2*(2), 105–118. https://doi.org/10.59603/ebisman.v2i2.403

Susilawati, M. (2022). Akuntansi Manajemen Strategik Pada Koperasi (Strategic Management Accounting In Cooperatives). *Akutansi Bisnis & Manajemen (ABM)*, *29*(2), 102. https://doi.org/10.35606/jabm.v29i2.1107

Widanti, A. L. (2015). *Strategic Management Dynamics STRATEGIC MANAGEMENT*. 801.