

Analisis Implementasi Akuntansi Manajemen sebagai Pendorong Budaya Inovasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing pada PT Unilever Indonesia Tbk. 2024

Aninda Nuraini^{1*}, Anis Fitriyani², Chania Cahyaningrum³, Ibnu Wahyuda⁴

¹⁻⁴ Program Studi Akuntansi, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

*Penulis Korespondensi: 63230732@bsi.ac.id¹

Abstract. *Rapid technological developments are driving companies to transform and build an innovation-oriented work culture in order to maintain competitiveness. Management accounting plays an important role as a strategic information system that provides accurate data for management in formulating policies, improving efficiency, and encouraging digital innovation. This study aims to analyze the application of management accounting at PT Unilever Indonesia Tbk. as a driver for the formation of a digital innovation culture and increased company competitiveness in 2024. This study uses a qualitative approach with a descriptive method based on secondary data from interim financial reports and company documentation. The results show that the implementation of digital management accounting through the integration of ERP systems, IoT-based UMS, and the use of artificial intelligence (AI) contributes to increased operational efficiency and cost control. Despite a decline in sales and gross profit, the company managed to increase its net profit by 2.84% through administrative cost savings. Digital management accounting serves as a strategic partner in decision-making and forms the foundation for a culture of innovation. Its implementation also supports the three dimensions of Dynamic Capabilities theory, namely sensing, seizing, and transforming, which comprehensively strengthen the company's competitiveness and sustainability in the digital era. Thus, digital management accounting is not merely a recording tool, but a key strategic partner in driving innovation, enhancing competitive advantage, and ensuring business sustainability in the digital age.*

Keywords: *Competitiveness; Digital Transformation; Dynamic Capabilities; Innovation Culture; Management Accounting.*

Abstrak. Perkembangan teknologi yang pesat mendorong perusahaan untuk bertransformasi dan membangun budaya kerja yang berorientasi pada inovasi guna mempertahankan daya saing. Akuntansi manajemen berperan penting sebagai sistem informasi strategis yang menyediakan data akurat bagi manajemen dalam merumuskan kebijakan, meningkatkan efisiensi, dan mendorong inovasi digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan akuntansi manajemen di PT Unilever Indonesia Tbk. sebagai pendorong terbentuknya budaya inovasi digital dan peningkatan daya saing perusahaan pada tahun 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif berdasarkan data sekunder dari laporan keuangan interim dan dokumentasi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan akuntansi manajemen digital melalui integrasi sistem ERP, UMS berbasis IoT, serta pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi operasional dan pengendalian biaya. Meskipun penjualan dan laba kotor menurun, perusahaan berhasil meningkatkan laba bersih sebesar 2,84% melalui penghematan biaya administrasi. Akuntansi manajemen digital berfungsi sebagai mitra strategis dalam pengambilan keputusan dan menjadi fondasi bagi budaya inovasi. Dalam implementasinya juga mendukung tiga dimensi teori Kapabilitas Dinamis yaitu: *sensing*, *seizing*, dan *transforming* yang secara menyeluruh memperkuat daya saing dan keberlanjutan perusahaan di era digital. Dengan demikian, akuntansi manajemen digital bukan sekadar alat pencatatan, melainkan mitra strategis utama dalam mendorong inovasi, meningkatkan keunggulan kompetitif, dan memastikan keberlanjutan usaha di era digital.

Kata kunci: Akuntansi Manajemen; Budaya Inovasi; Daya Saing; Kapabilitas Dinamis; Transformasi Digital.

1. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi digital menuntut perusahaan untuk terus beradaptasi melalui berbagai inovasi guna menjaga daya saingnya. Inovasi digital tidak hanya berfokus pada aspek teknologi, tetapi juga melibatkan transformasi budaya organisasi serta cara perusahaan mengambil keputusan strategis. Sejalan dengan pendapat Sayudin, inovasi menjadi elemen krusial bagi perusahaan agar dapat mempertahankan keberlangsungan dan berkembang di tengah perubahan serta kompetisi bisnis yang semakin dinamis (Sujiono & Astuti, 2024).

Dalam konteks tersebut, akuntansi manajemen berperan signifikan sebagai sarana pendukung bagi manajemen dalam meningkatkan efisiensi serta mendorong inovasi. Pendekatan akuntansi manajemen dapat digunakan untuk mengidentifikasi potensi risiko maupun peluang yang muncul, serta memperkuat kinerja perusahaan secara keseluruhan. Penerapan akuntansi manajemen yang optimal tidak hanya memperbaiki efisiensi operasional internal, tetapi juga menumbuhkan budaya inovatif melalui penyediaan informasi berbasis data yang menunjang proses pengambilan keputusan strategis dan kemampuan beradaptasi terhadap dinamika pasar.

PT Unilever Indonesia Tbk. merupakan salah satu perusahaan multinasional terdepan di sektor barang konsumsi yang terus menekankan komitmennya terhadap inovasi produk maupun layanan. Boxall dan Purcell menyatakan bahwa perencanaan sumber daya manusia (SDM) berperan penting dalam mendorong inovasi serta meningkatkan daya saing di tengah arus globalisasi. Sementara itu, Tidd dan Bessant menjelaskan bahwa upaya inovasi di Unilever mencakup pengembangan produk, proses, serta model bisnis yang berlandaskan pada kompetensi karyawan. Oleh karena itu, strategi perencanaan SDM difokuskan pada pembentukan budaya kerja kolaboratif yang mampu menumbuhkan kreativitas serta menjaga keberlanjutan inovasi (Trisandri et al., 2024).

Penelitian ini berlandaskan pada Teori Kapabilitas Dinamis (*Dynamic Capabilities*) yang diperkenalkan oleh Teece dan rekan-rekannya. Teori tersebut digunakan untuk menjelaskan bagaimana PT Unilever Indonesia Tbk. dapat menyesuaikan diri serta melakukan inovasi dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang berlangsung cepat di era digital saat ini.

Model kapabilitas dinamis yang dikembangkan oleh Teece dan rekan-rekannya terdiri atas tiga komponen utama, yaitu *sensing*, *seizing*, dan *transforming*. Ketiga aspek tersebut dapat diperkuat melalui penerapan bisnis analitik yang membantu perusahaan dalam mengidentifikasi peluang secara lebih tepat (Alanudin & Sukma Permadi, 2024). Oleh karena itu, bisnis analitik memiliki peran krusial dalam mengenali perubahan pasar serta meresponsnya dengan cepat. Bagi PT Unilever Indonesia Tbk., penguatan kapabilitas dinamis melalui pemanfaatan analisis bisnis dan kolaborasi antar sumber daya menjadi faktor utama dalam mempertahankan inovasi serta daya saing di era digital.

Berbagai studi terdahulu telah mengonfirmasi keterkaitan antar variabel utama dalam penelitian ini. Pentingnya strategi inovasi berbasis digital serta pemanfaatan data dalam proses pengambilan keputusan telah disoroti sebagai pendorong utama daya saing perusahaan di tengah era digital (Najah et al., 2025). Selain itu, relevansi dengan objek penelitian diperkuat oleh temuan yang menunjukkan peran krusial perencanaan sumber daya manusia di PT Unilever Indonesia Tbk. dalam mendorong percepatan inovasi (Trisandri et al., 2024). Sementara itu, Kapabilitas Dinamis (*Dynamic Capabilities*), khususnya keahlian dalam berinovasi dan operasional, diidentifikasi sebagai kondisi strategis mendasar untuk mempertahankan keunggulan kompetitif (Munir et al., 2023). Meskipun landasan teoritis mengenai inovasi digital, kapabilitas dinamis, dan daya saing sudah kuat, literatur yang ada belum secara mendalam menjelaskan bagaimana akuntansi manajemen berfungsi sebagai pendorong utama dalam membentuk budaya inovasi digital. Keterbatasan literatur ini memberikan kesempatan bagi kami untuk melakukan kajian yang lebih mendalam mengenai peran strategis akuntansi manajemen. Dengan demikian, tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana penerapan Akuntansi Manajemen di PT Unilever Indonesia Tbk. secara efektif berfungsi sebagai pendorong terciptanya Budaya Inovasi Digital dan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan Daya Saing perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, fokus utama penelitian ini dirumuskan melalui beberapa pertanyaan, yaitu: Bagaimana penerapan sistem akuntansi manajemen digital pada PT Unilever Indonesia Tbk. dapat meningkatkan efisiensi operasional serta mengoptimalkan pengendalian biaya di tengah proses transformasi digital? Bagaimana peran strategis akuntansi manajemen dalam membangun budaya inovasi digital yang selaras dengan konsep teori kapabilitas dinamis di PT Unilever Indonesia Tbk.? Dan bagaimana pengaruh penerapan akuntansi manajemen berbasis digital terhadap peningkatan daya saing perusahaan?

2. KAJIAN TEORITIS

Konsep Akuntansi Manajemen

“Akuntansi manajemen adalah suatu bidang dalam akuntansi yang fokus pada pengumpulan, analisis, dan pelaporan informasi keuangan yang relevan untuk membantu manajer dalam mengambil keputusan yang lebih baik dalam menjalankan fungsi manajerial organisasi” (Syamil et al., 2023, hlm. 1).

Akuntansi manajemen sangat penting karena menjadi pondasi utama saat perusahaan membuat rencana dan mengambil keputusan. Tujuannya adalah memberikan data dan laporan yang benar-benar dibutuhkan oleh orang-orang di dalam perusahaan (manajemen). Dengan informasi ini, mereka bisa menjalankan tugas utamanya dengan baik, yaitu: merencanakan, mengatur, memimpin, dan mengawasi semua kegiatan operasional agar berjalan lancar dan berhasil (Nursanty et al., 2022, hlm. 1).

Proses manajemen terdiri dari beberapa fungsi utama yang dilakukan manajer untuk mencapai tujuan organisasi (Kholmi, 2019, hlm. 2–4), yaitu:

- a. Perencanaan: Menetapkan tujuan dan strategi, misal meningkatkan efisiensi biaya untuk menambah keuntungan.
- b. Pengorganisasian & Pengarahan: Mengatur sumber daya dan memimpin kegiatan agar rencana berjalan lancar.
- c. Pengendalian: Memantau kinerja dan melakukan koreksi agar tujuan tercapai.
- d. Pengambilan Keputusan: Memilih alternatif terbaik dalam setiap fungsi manajemen

Budaya Inovasi Digital

Menurut Sutrisno, budaya inovasi bisa diartikan sebagai cara kerja dalam perusahaan yang secara konsisten mendukung lahirnya banyak ide kreatif dan pembaharuan. Sistem ini penting karena ide-ide tersebut pada akhirnya akan membawa perubahan dan dampak baik bagi kemajuan perusahaan (Sari et al., 2024).

Sementara itu, menurut Hakim, budaya digital berperan penting dalam mendorong inovasi karena menciptakan lingkungan kerja yang mendukung penerapan teknologi baru. Organisasi dengan budaya digital lebih adaptif, kolaboratif, dan berbasis data, sehingga mempercepat proses inovasi dan meningkatkan daya saing (Marpaung et al., 2024).

Dalam hal ini, inovasi dan digitalisasi budaya perusahaan adalah kunci menghadapi tantangan modern. Sinergi keduanya mendorong efisiensi, kreativitas, lingkungan kerja adaptif, serta memperkuat daya saing dan keberlanjutan perusahaan.

Strategi Inovasi di Era Digital

Dalam menghadapi kemajuan teknologi yang cepat dan persaingan global yang semakin kompleks, strategi inovasi menjadi faktor kunci bagi organisasi untuk menjaga daya saing dan tetap relevan. Inovasi dalam konteks ini tidak hanya terbatas pada pengembangan produk atau jasa, tetapi juga mencakup peningkatan proses kerja, sistem pengelolaan, serta cara organisasi berinteraksi dengan para pemangku kepentingan (Najah et al., 2025).

Dengan mengintegrasikan strategi inovasi ke dalam era digital, perusahaan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif, pendapatan, loyalitas pelanggan dan efisiensi operasional, serta membangun keberlanjutan dalam persaingan global melalui kolaborasi strategis dan pengembangan keterampilan digital (Syaputra et al., 2024). Strategi tersebut memungkinkan perusahaan mempertahankan posisi pasar sekaligus menciptakan nilai tambah berkelanjutan serta inovasi digital menjadi kunci pertumbuhan dan daya saing jangka panjang.

Hubungan antara Inovasi dan Daya Saing Perusahaan

Menurut Porter, pengelolaan inovasi yang baik adalah kunci untuk membuat perusahaan lebih unggul dari pesaing. Inovasi memungkinkan perusahaan membuat produk yang diinginkan pasar, bekerja lebih efisien, mengurangi biaya, dan tetap kuat bersaing di tengah perubahan bisnis yang cepat. Intinya, strategi manajemen inovasi sangat penting agar perusahaan bisa terus bersaing di pasar yang selalu berubah (Wahib & Susanto, 2024). Perusahaan yang konsisten mendorong inovasi cenderung lebih fleksibel menghadapi perubahan pasar dan mampu memanfaatkan peluang baru lebih cepat dibanding pesaing.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menggambarkan secara mendalam penerapan akuntansi manajemen sebagai pendorong budaya inovasi digital dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Metode deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara sistematis dan faktual mengenai suatu fenomena berdasarkan data yang akurat dan apa adanya tanpa melakukan manipulasi terhadap objek yang diteliti (Sahir, 2021, hlm. 6).

Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan interim PT Unilever Indonesia Tbk. tahun 2024 (tidak diaudit) yang diperoleh dari situs resmi Perusahaan Unilever (<https://short-url.org/unilevercoid-Lapkeu-Interim-2024>). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, dengan menelaah dokumen dan sumber literatur yang relevan guna memperoleh informasi yang sesuai dengan fokus penelitian (Abubakar, 2021, hlm. 114). Data

yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk menggambarkan hubungan antara akuntansi manajemen, budaya inovasi digital, dan peningkatan daya saing perusahaan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ringkasan Kinerja Keuangan PT Unilever Indonesia Tbk.

Tabel 1. Total Aset, Liabilitas, Ekuitas, Penjualan Bersih, Laba Bruto dan Laba Bersih.

Keterangan	2023 (Jutaan)	2024 (Jutaan)
Total Aset	Rp16.664.086	Rp18.342.427
Total Liabilitas	Rp13.282.848	Rp13.498.184
Total Ekuitas	Rp3.381.238	Rp4.844.243
Penjualan Bersih	Rp10.604.855	Rp10.079.541
Laba Bruto	Rp5.229.942	Rp5.032.703
Laba Bersih	Rp1.405.283	Rp1.448.717

Sumber: Laporan Keuangan Interim PT Unilever Indonesia Tbk. (2023 dan 2024).

Berdasarkan laporan keuangan interim PT Unilever Indonesia Tbk. tahun 2024, kondisi keuangan menunjukkan kinerja beragam. Total aset per Maret 2024 tercatat Rp18,34 triliun, naik 10,08% dari Rp16,66 triliun per Desember 2023. Liabilitas meningkat 1,58% menjadi Rp13,49 triliun, sementara ekuitas melonjak 43,20% dari Rp3,38 triliun menjadi Rp4,84 triliun, menandakan meningkatnya kepercayaan investor. Dari sisi operasional, penjualan bersih turun 4,91% menjadi Rp10,08 triliun, berdampak pada penurunan laba bruto 3,82%. Dari Rp5,23 triliun menjadi Rp5,03 triliun. Meski demikian, laba bersih justru naik 2,84% dari Rp1,41 triliun menjadi Rp1,45 triliun berkat efisiensi biaya.

Peningkatan laba bersih ini mengindikasikan adanya efisiensi biaya operasional, meskipun penjualan dan laba bruto menurun. Keberhasilan PT Unilever Indonesia Tbk. dalam mempertahankan profitabilitas inti di tengah penurunan penjualan menunjukkan strategi manajemen yang baik dan efektif. PT Unilever Indonesia Tbk. pada 2024 menunjukkan dua sisi yang berbeda. Neraca keuangan perusahaan mengalami pertumbuhan aset dan ekuitas. Namun, dari sisi operasional, perusahaan mengalami penurunan penjualan bersih dan laba bruto. Hal ini dapat disimpulkan bahwa PT Unilever Indonesia Tbk. mampu untuk meningkatkan laba bersih dan menunjukkan efektivitas dalam mengelola biaya dan menjaga profitabilitas.

Implementasi Akuntansi Manajemen di PT Unilever Indonesia Tbk.

Berdasarkan analisis laporan tahunan dan laporan keuangan tahun 2024, PT Unilever Indonesia Tbk. telah menerapkan akuntansi manajemen berbasis digital melalui sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) yang terintegrasi dengan seluruh aktivitas bisnis. ERP merupakan akronim dari tiga kata, yaitu *Enterprise* (perusahaan/organisasi), *Resource* (sumber daya), dan *Planning* (perencanaan). Ketiga elemen ini membentuk suatu konsep manajemen yang menekankan pada aspek “perencanaan”, sebagaimana tercermin dalam kata kerja *planning* sebagai inti dari sistem ERP (Indrayani, 2022). ERP memungkinkan perusahaan untuk menghubungkan data keuangan, operasional, hingga pemasaran dalam satu sistem sehingga proses pengambilan keputusan menjadi lebih cepat dan akurat.

Selain itu, perusahaan juga memanfaatkan *Unilever Manufacturing System* (UMS) yang berbasis *Internet of Things* (IoT) dan *Artificial Intelligence* (AI). *Internet of Things* (IoT) adalah sebuah konsep di mana objek-objek fisik memiliki kemampuan untuk mengirimkan data melalui jaringan tanpa memerlukan interaksi langsung antara manusia dengan manusia maupun manusia dengan computer (Trisnawati & Prasetyawan, 2020). Konsep ini menekankan konektivitas dan pertukaran data antarperangkat, sedangkan *Artificial Intelligence* (AI) berfokus pada kemampuan sistem untuk menganalisis, belajar, dan mengambil keputusan cerdas. AI menjadi elemen kunci dalam era Industrial 4.0 dan *Society 5.0*, mencakup teknologi yang meniru kecerdasan manusia (Zahara et al., 2023).

Sistem ini membantu manajemen mengendalikan biaya produksi, mengurangi pemborosan, dan meningkatkan produktivitas. Dengan adanya integrasi ini, akuntansi manajemen tidak hanya berfungsi sebagai alat pelaporan, tetapi juga sebagai dasar evaluasi dan pengendalian strategi bisnis.

Dengan adanya akuntansi manajemen digital, manajemen dapat memantau:

- a. Variasi biaya produksi secara *real-time*
- b. Tren penjualan dan perilaku konsumen
- c. Efektivitas program pemasaran dan inovasi produk

Hal ini sejalan dengan teori kapabilitas dinamis (*sensing, seizing, transforming*), di mana Unilever mampu mendeteksi peluang, memanfaatkan data pasar, dan mengubah sumber daya internal menjadi inovasi kompetitif. Kapabilitas dinamis mencerminkan kemampuan organisasi untuk beradaptasi dan mengelola sumber daya secara fleksibel guna mempertahankan keunggulan di tengah perubahan lingkungan bisnis khususnya dalam menghadapi disrupsi teknologi dan preferensi konsumen yang berubah-ubah, yang pada akhirnya memperkuat posisi mereka sebagai pemimpin pasar global (Soeparto, 2021).

Akuntansi Manajemen sebagai Pendorong Budaya Inovasi Digital

Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan akuntansi manajemen berbasis digital berkontribusi signifikan dalam membentuk budaya inovasi di lingkungan internal perusahaan. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa akuntansi manajemen digital berperan dalam beberapa aspek strategis yang menentukan kinerja perusahaan, baik dari sisi penghematan biaya, arah pengembangan bisnis, maupun daya tanggap terhadap perubahan, yaitu:

a. Alat pengendalian biaya

Hal ini tercermin dari keberhasilan perusahaan dalam menekan beban administrasi secara signifikan, yakni dari Rp1,02 triliun pada Q1 2023 menjadi Rp0,77 triliun pada Q1 2024. Penurunan ini menunjukkan efisiensi operasional yang semakin baik, yang kemungkinan besar didorong oleh optimalisasi proses bisnis berbasis digital serta penerapan sistem manajemen yang lebih terintegrasi.

b. Dasar pengambilan keputusan

Sebagai dasar pengambilan keputusan strategis, data konsumen yang diperoleh melalui pemanfaatan big data digunakan untuk menganalisis preferensi, perilaku, dan tren pasar. Informasi ini kemudian menjadi landasan dalam menentukan arah pengembangan produk serta merancang kampanye pemasaran yang lebih tepat sasaran dan relevan dengan kebutuhan konsumen.

c. Pendorong budaya inovasi

Untuk mendorong inovasi, perusahaan memanfaatkan data non-keuangan (kualitas produk, kebiasaan pelanggan, tren digital) secara cerdas. Pemanfaatan ini memungkinkan strategi yang fokus pada pelanggan, responsif terhadap pasar, dan menghasilkan produk atau layanan baru yang berguna.

Hasil analisis menunjukkan bahwa akuntansi manajemen berbasis digital mendorong budaya inovasi perusahaan. Data yang dihasilkan berupa informasi keuangan dan non-keuangan seperti perilaku konsumen dan tren pasar, yang menjadi dasar penting dalam penyusunan strategi dan pengukuran kinerja komprehensif (Silalahi & Ovami, 2020). Informasi ini digunakan oleh manajemen untuk mengidentifikasi peluang inovasi produk, strategi promosi yang tepat, hingga peningkatan layanan kepada pelanggan. Dengan kata lain, Akuntansi manajemen bertindak sebagai *business partner* manajemen dalam merancang inovasi berkelanjutan, selaras dengan teori kapabilitas dinamis (*sensing, seizing, transforming*).

Dampak terhadap Peningkatan Daya Saing

Transformasi digital melalui akuntansi manajemen terbukti berpengaruh pada peningkatan daya saing PT Unilever Indonesia Tbk. Beberapa indikator yang terlihat antara lain:

a. Efisiensi internal meningkat

Efisiensi internal perusahaan menunjukkan peningkatan yang signifikan melalui pengendalian biaya operasional secara efektif. Hal ini tercermin dari peningkatan laba usaha yang mencapai Rp1,88 triliun pada Q1 2024, sedikit lebih tinggi dibandingkan Rp1,86 triliun pada Q1 2023, meskipun perusahaan mengalami penurunan penjualan. Capaian ini mengindikasikan keberhasilan strategi efisiensi dalam menjaga profitabilitas di tengah tekanan pendapatan, sekaligus mencerminkan ketahanan operasional perusahaan terhadap dinamika pasar.

b. Kemampuan adaptasi

Kemampuan adaptasi perusahaan terlihat dari profitabilitas yang terjaga meski penjualan menurun. Hal ini dicapai melalui strategi efisiensi, seperti pengendalian biaya operasional, optimalisasi proses produksi, dan pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas kerja dan pengambilan keputusan yang cepat.

c. Inovasi digital

Inovasi digital berperan penting dalam mendukung peluncuran produk baru yang lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan serta preferensi konsumen. Melalui pemanfaatan teknologi seperti big data, analitik pasar, dan kecerdasan buatan, perusahaan dapat mengidentifikasi tren konsumen secara lebih akurat, mempercepat proses pengembangan produk, serta meningkatkan keberhasilan produk di pasar.

Dengan demikian, penerapan akuntansi manajemen berbasis digital bukan hanya meningkatkan efisiensi internal, tetapi juga mendukung inovasi berkelanjutan yang memperkuat daya saing Unilever di pasar barang konsumsi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa penerapan akuntansi manajemen digital pada PT Unilever Indonesia Tbk. tahun 2024 berkontribusi pada peningkatan efisiensi, inovasi, dan daya saing. Meski penjualan dan laba bruto menurun, perusahaan tetap meningkatkan laba bersih melalui efisiensi biaya, terutama pengurangan beban administrasi. Akuntansi manajemen digital berperan sebagai alat strategis dalam pengambilan keputusan, pendorong inovasi, dan penguatan kapabilitas perusahaan melalui integrasi ERP, UMS berbasis IoT, serta pemanfaatan AI.

Saran yang dapat diajukan yaitu agar PT Unilever Indonesia Tbk. terus memanfaatkan teknologi digital seperti big data dan AI guna memahami tren pasar dan konsumen. Pengembangan SDM adaptif dan budaya inovasi perlu diperkuat agar lebih responsif terhadap perubahan. Penelitian selanjutnya dapat meninjau pengaruh akuntansi manajemen digital terhadap kepuasan konsumen, loyalitas merek & keberlanjutan bisnis.

DAFTAR REFERENSI

- Abubakar, R. (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. In SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga (Vol. 1). Yogyakarta: SUKA Press UIN Sunan Kalijaga. <https://surli.cc/jxiizo> (Diakses pada tanggal 06 Oktober 2025).
- Alanudin, D., & Sukma Permadi, D. (2024). Transformasi Kompetitif Melalui Data: Peran Kerangka Toe dan Kapabilitas Dinamis dalam Adopsi Bisnis Analitik. *Jurnal Sosial Teknologi*, 4(9), 697–711. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v4i9.1378> (Diakses pada tanggal 06 Oktober 2025).
- Indrayani, N. L. A. (2022). Penerapan Sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) pada Perusahaan Jasa Konstruksi. *CRANE : Civil Engineering Research Journal*, 3, 2775–4588. <https://doi.org/10.34010/crane.v3i2.8159> (Diakses pada tanggal 08 Oktober 2025).
- Kholmi, M. (2019). Akuntansi Manajemen. Malang: Universitas Muhammadiyah. <https://surl.lt/piqzro> (Diakses pada tanggal 06 Oktober 2025).
- Marpaung, D. ... Ginting, E. (2024). Mendorong Inovasi Melalui Budaya Digital: Studi Literatur tentang Transformasi Budaya Organisasi di Era Pasca-Pandemi. 7(2), 107–120. <https://doi.org/10.52655/khg.v7i2.96> (Diakses pada tanggal 08 Oktober 2025).
- Munir, N. S. ... Patricia, M. C. (2023). Strategi Peningkatan Kapabilitas Dinamis Perusahaan Properti. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 7(1), 18–29. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v7i1.299> (Diakses pada tanggal 08 Oktober 2025).
- Najah, S. ... Mu'alimin, M. (2025). Strategi Inovasi untuk Meningkatkan Daya Saing Organisasi di Era Digital. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 3(3), 128–138. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v3i3.1919> (Diakses pada tanggal 08 Oktober 2025).
- Nursanty, I. A. ... Febrianty. (2022). Akuntansi Manajemen (A. Bairizki, ed.). Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi. <https://surl.li/mqongw> (Diakses pada tanggal 06 Oktober 2025).
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi Penelitian (T. Koryati, ed.). Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia. <https://surl.lt/yihgtg> (Diakses pada tanggal 06 Oktober 2025).
- Sari, D. N. ... Hanif, R. A. (2024). Pengaruh Peran SPI, Penerapan Pengendalian Internal, Komitmen Organisasi, dan Budaya Inovasi terhadap Pencapaian GUG. *Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif*, 6(2). <https://doi.org/10.11594/untad.jan.6.1.20452> (Diakses pada tanggal 08 Oktober 2025).
- Silalahi, A. D., & Ovami, D. C. (2020). Pengaruh Informasi Non Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Dalam Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(1), 11. <https://doi.org/10.24853/jmmb.1.1.11-16> (Diakses pada tanggal 08 Oktober 2025).

- Soeparto, W. H. (2021). Analisis Faktor Kapabilitas Dinamis Terhadap *Firm Survive*. JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi), 8(3), 833–844. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.36183> (Diakses pada tanggal 08 Oktober 2025).
- Sujiono, H. N., & Astuti, A. W. (2024). Peran *Corporate Entrepreneurship* Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian, 2(12), 1218–1225. <https://doi.org/10.58344/locus.v2i12.2297> (Diakses pada tanggal 06 Oktober 2025).
- Syamil, A. ... Rusgowanto, F. H. (2023). Akuntansi Manajemen (Konsep-konsep dasar Akuntansi Manajemen Era Digital) (Efitra, ed.). Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://surl.ln/gvdiyn> (Diakses pada tanggal 06 Oktober 2025).
- Syaputra, A. ... Sanjaya, V. F. (2024). Strategi Inovasi Dalam Meningkatkan *Competitive Advantage* Di Era Digital. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 3(2), 121–132. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v3i2.1489> (Diakses pada tanggal 08 Oktober 2025).
- Trisandri, M. I. R. ... Revelyn, H. (2024). Peran Perencanaan Sumber Daya Manusia dalam Mendorong Inovasi di PT Unilever Indonesia Tbk. Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce, 3(3), 532–537. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i3.3255> (Diakses pada tanggal 06 Oktober 2025).
- Trisnawati, F., & Prasetyawan, P. (2020). SEMMUDIK : Selamat Mudik Menggunakan Helm Berbasis *Internet of Things* (IoT). Journal ICTEE, 1(1), 6–10. <https://doi.org/10.33365/jictee.v1i1.696> (Diakses pada tanggal 08 Oktober 2025).
- Wahib, M., & Susanto, A. (2024). Penerapan Strategi Manajemen Inovasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran, 7(2), 1186–1193. <https://doi.org/10.63200/jebmass.v2i2.118> (Diakses pada tanggal 06 Oktober 2025).
- Zahara, S. L. ... Chusni, M. M. (2023). Implementasi Teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dalam Bidang Pendidikan. Jurnal Penelitian Sains Dan Pendidikan (JPSP), 3(1), 15–20. <https://doi.org/10.23971/jpsp.v3i1.4022> (Diakses pada tanggal 08 Oktober 2025).