



Analisis Penerapan Activity-Based Management (ABM) dan Pengungkapan Informasi Strategis pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk

Paulina Merlinda

STIE Mahardhika

Dwi Aprillia Heriani

STIE Mahardhika

Enjelina Putika S

STIE Mahardhika

Andika Saputra

STIE Mahardhika

Agus Wahyudi

STIE Mahardhika

Jl. Wisata Menanggal No.42, Dukuh Menanggal, Kec. Gayungan, Surabaya, Jawa Timur

Korespondensi penulis : Lingpaulina22@email.com

Abstrak. This study aims to analyse PT Indofood Sukses Makmur Tbk's implementation of the Activity-Based Management (ABM) approach and the extent to which the company discloses strategic information in its fourth quarter annual report. The study focuses on cost efficiency, management of corporate activities, and transparency in disclosing information related to ownership structure, leverage, and profitability. The analysis shows that the implementation of ABM can help companies maximise value-added activities and reduce unnecessary costs. However, the disclosure of strategic information, especially related to share ownership and financing structure, is still not fully transparent to the public.

Keywords: Company characteristics; Company ownership; Strategic management accounting

Abstrak. Studi ini bertujuan untuk menganalisisi penerapan pendekatan Activity-Based Management (ABM) oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk dan sejauh mana perusahaan tersebut menyampaikan informasi strategis dalam laporan tahunan kuartal IV tahun 2023. Kajian ini berfokus pada efisiensi biaya, pengelolaan aktivitas perusahaan, serta transparansi dalam mengungkapkan informasi terkait struktur kepemilikan, tingkat utang (leverage), dan profitabilitas. Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan ABM dapat membantu perusahaan dalam memaksimalkan aktivitas bernilai tambah dan mengurangi biaya yang tidak perlu. Namun, pengungkapan informasi strategis, terutama yang berkaitan dengan kepemilikan saham dan struktur pembiayaan, masih belum sepenuhnya transparan kepada publik.

Kata Kunci: Akuntansi manajemen strategis; kepemilikan Perusahaan; karakteristik Perusahaan

PENDAHULUAN

Saat ini, dunia bisnis menghadapi persaingan yang semakin intens. Para pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya menyajikan laporan keuangan yang sederhana, tetapi juga memberikan informasi tambahan yang mendukung pengambilan keputusan strategis jangka panjang. Dalam hal ini, peran Akuntansi Manajemen Strategis (SMA) sangat krusial bagi perusahaan manufaktur karena membantu mereka menyelaraskan keputusan dengan tujuan jangka panjang. Menurut penelitian yang dilakukan pada tahun 2019 oleh Cescon, Costantini, dan Grassetti, faktor eksternal seperti peraingan dan ketidakpastian lingkungan mempengaruhi pendekatan SMA. Namun, penelitian tersebut menunjukkan bahwa jenis pendekatan yang diterapkan oleh perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan SMA. (Tifani and Mukhtaruddin, 2024) Salah satu strategi yang dapat diambil oleh perusahaan untuk menekan biaya adalah dengan mengimplementasikan pendekatan manajemen berbasis aktivitas (ABM) dalam proses

perencanaan. Melalui teknik manajemen analitis, perusahaan dapat mengelola aktivitasnya demi meningkatkan nilai produk. Mereka didorong untuk merancang strategi, sistem, dan metode yang sesuai guna mengembangkan teknologi serta menghitung biaya produksi untuk mencapai efisiensi dalam produksi. (Oktarina Harahap et al., 2024)

Studi ini mengamati penerapan Activity-Based Management (ABM) oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk, yang merupakan salah satu perusahaan manufaktur terbesar di Indonesia. Selain itu, analisis ini juga menganalisis bagaimana perusahaan tersebut menyajikan informasi strategis dalam laporan tahunan pada kuartal IV tahun 2023, khususnya terkait struktur kepemilikan, tingkat utang, dan profitabilitas. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diungkap apakah penerapan ABM sesuai dengan praktik transparansi informasi yang diperlukan oleh para pemangku kepentingan.

KAJIAN TEORITIS

Dalam menghadapi pergeseran kompetisi bisnis yang semakin sengit, organisasi dituntut untuk tidak hanya menyediakan laporan keuangan konvensional, melainkan juga menyajikan informasi strategis yang dapat mendukung pengambilan keputusan jangka panjang. Di sini, pentingnya Akuntansi Manajemen Strategis (SMA) muncul, yang membantu organisasi menyelaraskan aktivitas manajerial dengan tujuan berkelanjutan jangka panjang. Kajian teori yang ada mengungkapkan bahwa faktor eksternal seperti persaingan dan ketidakpastian dalam lingkungan bisnis sangat memengaruhi implementasi pendekatan SMA di lingkup organisasi. Salah satu pendekatan yang relevan dan umum diterapkan adalah Manajemen Berbasis Aktivitas (ABM). Pendekatan ini menekankan pengelolaan aktivitas organisasi dengan fokus pada efisiensi biaya serta peningkatan nilai tambah. Dengan bantuan ABM, organisasi dapat lebih mudah mengenali aktivitas mana yang memberikan nilai dan mana yang justru meningkatkan biaya tanpa menghasilkan manfaat. Oleh karena itu, pengintegrasian ABM dalam konteks SMA menjadi strategi kritis bagi perusahaan manufaktur untuk mempertahankan keunggulan kompetitif di tengah tantangan bisnis yang terus berubah.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, bertujuan untuk mendeskripsikan dengan teliti bagaimana PT Indofood Sukses Makmur Tbk menerapkan prinsip Activity-Based Management (ABM) serta mengungkapkan informasi strategis dalam laporan tahunan kuartal IV tahun 2023. Sumber data yang digunakan adalah dokumen publik, termasuk laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Indofood. Analisis dilakukan dengan menelaah elemen-elemen laporan yang berhubungan dengan pengelolaan aktivitas, efisiensi biaya, serta informasi strategis seperti struktur kepemilikan saham, tingkat utang (leverage), dan rasio profitabilitas. Pendekatan ini dipilih karena memberikan kesempatan yang luas untuk memahami praktik manajerial dari perspektif implementasi, bukan hanya angka-angka keuangan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

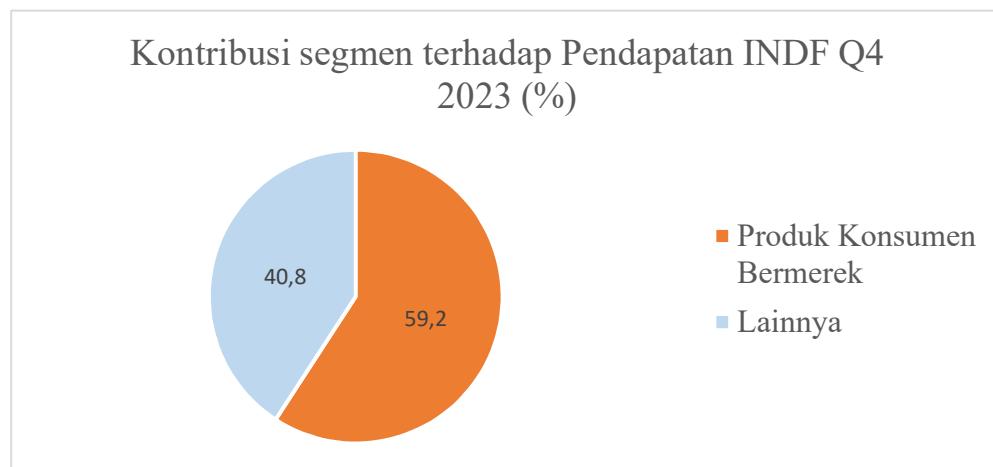
1. Kinerja Keuangan

Dalam laporan kuartal IV tahun 2023, Indofood mencatat pertumbuhan penjualan bersih sebesar 5,7%, dari Rp104,84 triliun menjadi Rp110,83 triliun. (Indofood, 2023) Namun, pertumbuhan ini tidak diikuti peningkatan laba. Laba usaha justru turun dari Rp20,58 triliun menjadi Rp18,36 triliun (turun 11%), sedangkan laba bersih yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk turun dari Rp7,07 triliun menjadi Rp5,23 triliun (turun 26%). Penurunan ini menandakan adanya tekanan biaya, baik dari sisi bahan

baku, tenaga kerja, maupun distribusi, yang belum sepenuhnya bisa dikendalikan meskipun ada pertumbuhan penjualan.

Grafik di atas merupakan visualisasi kontribusi segmen usaha terhadap PT Indofood Sukses Makmur Tbk pada kuartal IV 2023. Terlihat bahwa segmen Produk Konsumen Bermerek (CBP) menyumbang hampir 60% dari total pendapatan perusahaan.

2. Kontribusi Segmen Bisnis



Segmen Produk Konsumen Bermerek (CBP) tetap menjadi kontribusi utama pendapatan dengan nilai Rp66,01 triliun, atau sekitar 59% dari total pendapatan. Namun, segmen ini juga mengalami penurunan laba usaha sebesar 19%, dari Rp12,80 triliun menjadi Rp10,34 triliun. Fakta ini menjadi penting dalam konteks ABM karena menunjukkan bahwa aktivitas yang sebelumnya lebih efisien bisa jadi perlu dievaluasi kembali. Ada kemungkinan beban biaya meningkat pada aktivitas yang tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap laba.



Bisa dilihat dari grafik di atas bahwa tren kinerja keuangan Indofood antara tahun 2022 dan 2023. Meskipun pendapatan meningkat, baik laba usaha maupun laba bersih

mengalami penurunan, yang menandakan tekanan pada efisiensi operasional dan struktur biaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa, Indofood telah menerapkan prinsip-prinsip ABM secara Implisit, meskipun tidak disebutkan secara eksplisit dalam laporan publik, dan kinerja keuwngan menunjukkan bahwa meskipun penjualan meningkat, tekanan biaya menyebabkan turunnya laba usaha dan laba bersih, serta pengungkapan informasi yang strategis seperti struktur kepemilikan dan indikator keuangan telah tersedia, namun nformasi terkait rencana jangka Panjang dan inovasi bisnis masih terbatas. Indofood sebaiknya mulai menyampaikan informasi strategis secara lebih terbuka, termasuk arah pengembangan bisnis, inovasi produk, dan strategi ekspansi pasar, dan untuk penerapan ABM sebaiknya dipperkuat dan dijadikan kerangka formal untuk mengevaluasi setiap aktivitas bisnis secara berkala, serta segmen CBP yang menjadi sumber utama pendapatan perlu dikaji ulang dari sisi efisiensi, terutama dalam mengelola beban operasional dan logistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Indofood, P. (2023) ‘PT Indofood Sukses Makmur Tbk dan entitas’, Diakses 19, pp. 1–8.
- Oktarina Harahap *et al.* (2024) ‘Penerapan Akuntansi Manajemen Berbasis Aktivitas Pada Perusahaan Manufaktur’, *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(2), pp. 271–278. Available at: <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i2.787>.
- Tifani, N.L. and Mukhtaruddin, M. (2024) ‘IFR Journal of Economics and Business’, (November). Available at: <https://doi.org/10.70146/ebmv01i02.003>.