

ABSTRAK

Strategic Management Accounting (SMA) membantu perusahaan dalam mengungkapkan tujuan strategis dan mengidentifikasi strategi yang dimiliki oleh pesaing. Praktik SMA akan membantu para *decision-maker* perusahaan untuk memahami pasar, pesaing, *customer* dan memanfaatkan pengetahuan tersebut untuk mengevaluasi pemilihan strategi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Strategic Management Accounting Networking*, dan *Market Competition* berpengaruh terhadap beberapa teknik *Strategic Management Accounting*. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan 25 sampel subsector perusahaan logam dan sejenisnya dan makanan minuman pada periode pengamatan 2016-2021.

Berdasarkan uji hipotesis, hasil dari penelitian ini menemukan bahwa baik *Strategic Management Accounting Networking*, dan *Market Competition* tidak berpengaruh atas perkembangan penggunaan teknik *Strategic Management Accounting* pada sampel perusahaan yang dipilih. Hal ini terjadi dikarenakan sampel yang dipilih tidak memiliki ruang lingkup persaingan yang sama, teknik SMA yang bisa teridentifikasi menjadi satu teknik, dan tidak banyak pengungkapan terkait dengan teknik SMA atau pelatihan yang terkait dengan teknik SMA yang ditetapkan.

Kata Kunci: Strategic Management Accounting, Strategic Management Accounting Networking, Market Competition, Firm Size, Firm Growth, Strategic Management Accounting Technique