

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Memahami perilaku biaya merupakan suatu elemen penting dari akuntansi manajemen dan biaya. Pada model perilaku biaya tradisional yang disampaikan dalam buku-buku akuntansi, biaya-biaya dideskripsikan sebagai biaya tetap atau biaya variabel yang dipengaruhi oleh volume dari aktivitas sumber daya yang digunakan. Pada model ini, biaya-biaya variabel secara proporsional bervariasi dengan perubahan-perubahan dari berbagai aktivitas pengendali (Noreen, 1991).

Pada beberapa literatur akuntansi biaya, disebutkan bahwa klasifikasi biaya berhubungan dengan input/output yaitu biaya variabel, biaya tetap, dan biaya semi-variabel. Biaya variabel merupakan biaya yang totalnya berhubungan dengan perubahan input/output secara proporsional, sedangkan total biaya tetap tidak dipengaruhi perubahan input/output. Biaya semi-variabel merupakan biaya yang totalnya dipengaruhi volume sumber daya tapi tidak proporsional (Windyastuti dan Frasto Biyanto, 2005). Pengaruh tidak proporsional tersebut di atas merupakan perilaku biaya, dimana besarnya perubahan biaya tergantung pada perubahan tingkat aktivitas.

Menurut Cooper dan Kaplan (1998) dalam Anderson, Banker, and Jankiraman (2003), beberapa dugaan bahwa biaya meningkat lebih tinggi saat volume aktivitas meningkat dibanding penurunan biaya saat volume aktivitas

menurun. Perilaku biaya ini disebut *sticky*. Biaya (*cost*) disebut *sticky* ketika besarnya kenaikan biaya yang disebabkan penambahan volume lebih besar dibanding besarnya penurunan biaya yang disebabkan penurunan volume ekuivalen. Perilaku biaya berhubungan dengan keputusan manajer menghadapi ketidakpastian permintaan di masa yang akan datang. Biaya menyesuaikan dengan perubahan volume sumber daya yang sudah dipesan manajer, sedangkan volume sumber daya dipengaruhi permintaan yang fluktuatif. Sehingga manajer perlu hati-hati dalam perencanaan pesanan sumberdaya, yaitu menunda pesanan sampai mendapat kepastian permintaan yang turun (Anderson, et al., 2003).

Biaya (*cost*) dikatakan *sticky* jika besarnya kenaikan kos dihubungkan dengan kenaikan volume lebih besar dibanding besarnya penurunan biaya dihubungkan dengan penurunan volume yang ekuivalen (Cooper dan Kaplan, 1998). Penelitian ini menggunakan Penjualan Bersih (*Net Sales*) sebagai proksi dari volume penjualan, karena volume penjualan tidak dapat langsung terobservasi. Sebagai proksi biaya, penelitian ini menggunakan biaya pemasaran, administrasi dan umum.

Biaya pemasaran, administrasi dan umum merupakan dua kelompok besar dari biaya komersial atau biaya operasional dalam aktivitas perusahaan (Nurul Hidayah, 2008). Biaya komersial atau biaya operasional, menurut Nurul Hidayah (2008) merupakan biaya-biaya yang pengeluarannya berkaitan dengan distribusi dan penjualan produk perusahaan serta pengeluaran untuk menjalankan roda organisasi. Biaya komersial atau biaya operasional ini

biasanya ditemukan pada perusahaan-perusahaan manufaktur atau perusahaan-perusahaan yang aktivitasnya meliputi kegiatan produksi hingga pemasaran.

Biaya pemasaran merupakan semua biaya yang sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai dengan produk tersebut berubah kembali dalam bentuk uang tunai (Mulyadi, 1999). Biaya pemasaran dimulai pada saat biaya produksi selesai, yaitu pada saat proses produksi selesai dan barang-barang sudah siap untuk dijual. Sebagian biaya pemasaran bersifat fluktuatif sesuai dengan volume aktivitas (Nurul Hidayah, 2008). Sedangkan yang dimaksud dengan biaya administrasi dan umum menurut Nurul Hidayah (2008) adalah biaya yang jumlahnya relatif tidak dipengaruhi oleh tingkat aktivitas perusahaan. Biaya ini juga tergolong biaya yang tidak berubah dari waktu ke waktu, kecuali memang direncanakan untuk berubah. Perubahan besarnya biaya administrasi dan umum, khususnya perubahan yang berupa penambahan biaya, dapat disebabkan oleh beberapa hal, baik yang direncanakan secara internal maupun faktor eksternal yang tidak terhindarkan, seperti kenaikan gaji direksi, kenaikan gaji pegawai, kenaikan tarif listrik, air, dan telepon.

Menurut Cooper dan Kaplan (1998), perilaku biaya administrasi, pemasaran dan umum dapat dipelajari dengan menghubungkan aktivitas pendapatan karena volume pendapatan mempengaruhi beberapa komponen biaya pemasaran, administrasi, dan umum. Cooper dan Kaplan (1998) juga mengemukakan bahwa *sticky cost* terjadi karena pertama, ketidakseimbangan penyesuaian sumberdaya yaitu lebih lambat dalam proses penyesuaian yang



menurun dibanding proses penyesuaian yang meningkat. Kedua, biaya pemasaran, administrasi, dan umum terjadi ketika manajer memutuskan tetap memakai sumberdaya tak terpakai dibanding melakukan penyesuaian ketika volume menurun. Dalam kondisi yang lazim, *sticky costs* konsisten dengan suatu model alternatif perilaku biaya yang memberikan kebebasan bagi para manajer untuk melakukan penyesuaian untuk merespon perubahan-perubahan dalam volume sumber-sumber yang ada.

Model ini membedakan antara biaya-biaya yang bergerak secara mekanis dengan perubahan yang ada pada volume sumber daya dan biaya-biaya yang ditentukan oleh sumber daya yang dilakukan oleh para manajer. Ketika ada ketidakpastian tentang permintaan mendatang dan perusahaan harus membuat biaya-biaya penyesuaian untuk mengurangi atau merevisi kembali sumber daya, para manajer dapat saja menunda pengurangan sumber daya sampai diketahui penurunan tetap dari permintaan. Kondisi ini menyajikan bahwa *stickiness* yang diamati pada suatu periode mungkin berbalik pada periode yang berikutnya dan *stickiness* itu mungkin lebih sedikit atau berkurang dibandingkan ketika periode observasi lebih panjang.

Alasan dari kondisi ini mengandung kenyataan bahwa dasar dari berbagai keputusan manajerial adalah pengetahuan tentang bagaimana biaya-biaya dapat berubah sebagai suatu fungsi tingkat aktivitas. Anderson, et. al. (2003) mengacu pada biaya pemasaran, administrasi, dan umum sebagai nama-nama pengelolaan biaya yang lebih tepat. Alasannya adalah kekurangan pada pengendali-pengendali biaya-biaya. Seperti pendapat Anderson, et. al.

(2003), penelitian ini juga menggunakan biaya-biaya pemasaran, administrasi, dan umum sebagai wakil dari biaya-biaya.

Begitu juga seperti yang dikemukakan Garrison dan Norren (2001), penelitian ini mencoba untuk mengambil keputusan tanpa pengetahuan biaya-biaya yang terlibat dan bagaimana biaya-biaya tersebut relatif berubah pada level aktivitas yang mungkin dapat menyebabkan suatu musibah. Ada penyimpangan pandangan dari buku-buku literatur akuntansi dengan perilaku biaya.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah perilaku biaya. Penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi/acuan dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Windyastuti dan Frasto Biyanto (2005) dengan judul: *Analisis Perilaku Kos: Stickiness Kos Pemasaran, Administrasi, dan Umum Pada Penjualan Bersih (Studi Empiris Perusahaan Yang Terdaftar di BEJ)* dan penelitian yang dilakukan oleh Iman Persada (2006) dengan judul: *Cost Behavior Analysis: The Stickiness of Selling, General, and Administrative Cost. An Empirical Study on Indonesian Manufacturing Companies Listed in Jakarta Stock Exchange.*

Dari kedua penelitian terdahulu tersebut, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan saat ini. Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel-variabel yang akan diteliti, yaitu variabel bebas yang meliputi pendapatan penjualan bersih (*net sales revenue*), jumlah karyawan (*number of*

*employees*), asset bersih perusahaan (*net asset*), dan pertumbuhan ekonomi makro (*macroeconomics growth*), sedangkan variabel terikatnya adalah *stickiness cost* biaya-biaya pemasaran, administrasi, dan umum. Adapun perbedaannya terletak pada waktu pelaksanaan penelitian dan objek yang diteliti/diamati. Apabila pada penelitian terdahulu yang pertama objek yang diteliti/diamati adalah perusahaan manufaktur yang listing di BEI dari tahun 1998-2004, sedangkan pada penelitian terdahulu kedua adalah perusahaan manufaktur yang listing di BEI dari tahun 1991 – 1996 dan 1998 – 2004. Objek yang diamati pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang listing di BEI dari tahun 1994 – 1996 (sebelum krisis ekonomi tahun 1998) dan 2006 – 2008 (sesudah krisis ekonomi). Perusahaan-perusahaan yang diamati dimungkinkan berbeda.

Selain merupakan replikasi dari beberapa penelitian terdahulu seperti yang disebutkan di atas, penelitian ini juga mengadopsi asumsi-asumsi bahwa perilaku biaya-biaya tergantung pada arah intensitas variasi di pengendali aktivitas, seperti yang disebut Anderson, et. al. (2003), yang menyimpulkan bahwa biaya-biaya tersebut adalah *sticky*. Mengacu pada pendapat para peneliti tersebut di atas, dapat disampaikan bahwa biaya-biaya bersifat *sticky* jika besar dari kenaikan biaya yang berkaitan dengan peningkatan volume lebih besar dibandingkan besarnya penurunan biaya ekuivalen dengan penurunan volume. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis meneliti tentang Analisis Perilaku Biaya: *Stickiness Cost* Biaya Pemasaran,

**Administrasi, dan Umum pada Penjualan Bersih (*Net Sales*) (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI).**

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, dalam penelitian ini dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah perilaku biaya dari biaya-biaya pemasaran, administrasi, dan umum pada perusahaan-perusahaan manufaktur bersifat *sticky*?
2. Bagaimanakah *stickiness* perusahaan-perusahaan manufaktur selama pertumbuhan ekonomi makro di Indonesia?
3. Bagaimanakah hubungan *stickiness cost* tersebut pada intensitas asset (*asset intensity*)?
4. Bagaimanakah hubungan *stickiness cost* tersebut pada intensitas karyawan (*employee intensity*)?

**C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang disusun, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk membuktikan secara empirik atas perilaku *stickiness* biaya-biaya pemasaran, administrasi, dan umum pada perusahaan-perusahaan manufaktur di Indonesia.
2. Untuk menguji perilaku *stickiness* perusahaan-perusahaan manufaktur di Indonesia selama pertumbuhan ekonomi makro.

3. Untuk membuktikan hubungan dari perilaku *stickiness cost* pada biaya-biaya pemasaran, administrasi, dan umum terhadap intensitas asset (*asset intensity*) pada perusahaan-perusahaan manufaktur di Indonesia.
4. Untuk membuktikan hubungan dari perilaku *stickiness cost* pada biaya-biaya pemasaran, administrasi, dan umum terhadap intensitas karyawan (*employee intensity*) pada perusahaan-perusahaan manufaktur di Indonesia.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Manajer perusahaan; penelitian ini dapat digunakan sebagai peningkatan pemahaman yang lebih baik terhadap perilaku biaya yang akan menghasilkan keuntungan dari pembuatan keputusan dalam menyesuaikan perubahan permintaan dari aktivitas sumber daya.
2. Akademis; diharapkan dapat menjadi penelitian dasar dan referensi bagi berbagai pihak yang akan melakukan penelitian serupa.

#### **E. Sistematika Penulisan Laporan Skripsi**

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan laporan skripsi.



**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Dalam bab ini menjelaskan teori-teori yang mendasari penelitian yaitu biaya, aktivitas, penelusuran (*tracking*), dan *stickiness cost*. Selain itu, pada bab ini juga disampaikan tentang penelitian terdahulu dan pengembangan hipotesis penelitian serta kerangka konseptual atau model penelitian.

**BAB III : METODA PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang desain penelitian; populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel; variabel penelitian dan definisi operasional variabel, lokasi dan waktu penelitian, data dan prosedur, pengumpulan data, dan teknik analisis.

**BAB IV : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menjelaskan tentang data penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil analisa data.

**BAB V : SIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini berisi tentang simpulan dari hasil penelitian yang sudah dilaksanakan, keterbatasan penelitian, dan saran bagi penelitian yang akan datang.