

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini semakin banyaknya persaingan bisnis di dunia nasional maupun internasional. Oleh karena itu, informasi mengenai akuntansi manajemen sangat dibutuhkan oleh para manajer di perusahaan. Akuntansi manajemen berkaitan dengan penyediaan informasi untuk manajer yaitu orang-orang didalam organisasi yang mengarahkan dan mengendalikan operasi organisasi (Garrison *et al*, 2008). Informasi yang bisa didapat oleh manajer dari akuntansi manajemen yaitu pola perilaku biaya masa lalu.

Perilaku biaya adalah biaya akan bereaksi atau berubah dengan adanya perubahan aktivitas bisnis (Garrison *et al*, 2008). Informasi ini dianggap penting karena informasi tersebut dapat membantu manajer dalam memprediksi biaya yang lebih akurat mengenai biaya masa depan untuk membuat perencanaan biaya maupun pengambilan keputusan. Oleh karena itu pemahaman tentang perilaku biaya sangat penting bagi manajer dan akuntan dalam menyediakan dan menggunakan informasi untuk membuat keputusan yang efektif (Maher, Stickney dan Weil, 2008 dalam Pichetkun & Panmanee, 2012).

Perilaku biaya menjelaskan hubungan antara biaya dengan aktivitas. Perilaku biaya dimanfaatkan manajer untuk memprediksikan apa yang akan terjadi dimasa mendatang pada biaya dalam setiap aktivitas operasi (Banker

dan Chen, 2006 dalam Ratnawati dan Nugrahanti, 2015). Dalam hal ini perilaku biaya dibedakan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang bersifat konstan secara total dengan rentang yang relevan. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang berubah secara proporsional terhadap perubahan aktivitas dalam rentang yang relevan, dalam hal ini biaya akan meningkat secara proporsional terhadap peningkatan aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan aktivitas (Carter *et al*, 2006:43 dalam Erlyna dan Supatmi, 2012). Selain itu biaya dikatakan variabel karena adanya basis aktivitas seperti penggerak biaya atau pemicu biaya (*cost driver*) (Garrison *et al*, 2008).

Dalam perencanaan dan mengendalikan perilaku biaya manajer harus mengenal baik berbagai aktivitas yang ada diperusahaannya. Sebagai contoh, saat permintaan tidak sesuai dengan harapan maka manajer cenderung untuk menurunkan jumlah sumber daya pendukung aktivitas tersebut. Dalam keputusan ini belum tentu dianggap benar oleh beberapa manajer karena dengan mengurangi sumber daya yang ada ketika aktivitas penjualan menurun maka perusahaan akan kehilangan sumber daya tersebut, seperti contoh ketika aktivitas penjualan menurun perusahaan harus mengurangi karyawan, dengan mengurangi karyawan tersebut perusahaan harus memberikan pesangon ketika harus merumahkan karyawan tersebut dan ketika aktivitas penjualan meningkat lagi perusahaan harus merekrut karyawan baru dengan berbagai prosedur pelatihan yang membutuhkan waktu dan biaya yang cukup banyak. Ketika perusahaan harus mengambil langkah untuk mempertahankan

sumber daya maka perusahaan ada biaya menganggur yang tetap harus ditunaikan meskipun aktivitas perusahaan sedang menurun.

Oleh sebab itu, manajer harus berhati-hati dalam mengambil keputusan akan mempertahankan sumber daya terikat atau akan melepas sumber daya tersebut ketika kemungkinan besar perusahaan mengalami penurunan volume penjualan. Ketika manajer mengambil keputusan untuk mempertahankan sumber daya terikat, perusahaan harus menanggung biaya kapasitas dari sumber daya yang menganggur tetapi jika manajer melepas sumber daya tersebut, perusahaan harus mengeluarkan biaya penyesuaian untuk penghematan dan membeli kembali sumber daya yang telah dilepas ketika volume penjualan mengalami peningkatan. Jika kemungkinan terjadinya penurunan volume penjualan lebih kecil atau biaya penyesuaian yang dikeluarkan lebih tinggi, maka kelengkungan biaya yang diperkirakan akan lebih kuat (Anderson *et al*, 2003 dalam Nugroho dan Endarwati, 2013).

Namun beberapa peneliti mengungkapkan bahwa perilaku biaya yang berhubungan dengan *input/output* terbagi menjadi tiga yaitu biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi-variabel (Widyastuti dan Biyanto, 2005). Biaya tetap tidak dipengaruhi oleh perubahan *input* ataupun *output*. Biaya variabel merupakan biaya yang totalnya berhubungan dengan perubahan input ataupun output secara proporsional. Sedangkan biaya semi variabel merupakan biaya yang totalnya dipengaruhi oleh volume sumber daya tapi tidak proporsional (Widyastuti dan Biyanto, 2005 dalam Wahyuningtyas dan Nugrahanti, 2014).

Besarnya perubahan biaya tergantung pada perubahan tingkat aktivitas namun pengaruh ketidakproporsionalan tersebut merupakan bentuk perilaku biaya (Amelia, 2008). Peningkatan biaya lebih tinggi saat volume aktivitas meningkat dibandingkan dengan penurunan biaya saat aktivitas menurun (Anderson, 2003 dalam Hidayatullah I. J. *et al*, 2011). Perilaku biaya tersebut dapat disebut dengan *sticky cost* (kelengketan biaya). Perilaku *sticky cost* menghasilkan penyesuaian biaya yang kecil ketika penjualan menurun, sehingga mengakibatkan penghematan biaya menjadi rendah. Dengan demikian ketika penjualan menurun dan biaya tetap menjadi tetap atau *sticky*, maka laba yang akan diperoleh akan menjadi berkurang. Untuk menyikapi hal tersebut maka perusahaan harus meningkatkan volume aktivitas penjualan untuk memperoleh laba (Weiss, 2010 dalam Ratnawati dan Nugrahanti, 2015).

Dalam perilaku *sticky cost* ini ketidakkonsistenan perilaku pada biaya ini disebabkan adanya tindakan yang sengaja dilakukan oleh manager menghadapi ketidakpastian permintaan di masa mendatang. Ketika volume penjualan mengalami penurunan, perusahaan harus menanggung biaya sumber daya terikat dalam hal ini yaitu karyawan yang menganggur. Manager memutuskan untuk mempertahankan sumber daya tersebut hingga mendapatkan kepastian bahwa volume penjualan mengalami penurunan secara permanen (He, et al., 2010 dalam Nugroho dan Endarwati, 2013).

Hidayatullah I. J. *et al* (2011) mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki *sticky cost* yang lebih besar akan memperlihatkan penurunan laba yang lebih besar ketika level aktivitas menurun dibandingkan dengan

perusahaan yang *sticky cost*-nya lebih kecil, hal ini dikarenakan biaya yang lebih *sticky* dihasilkan dari penyesuaian biaya yang lebih sedikit ketika level aktivitas turun, karena itu penghematan biaya lebih sedikit. Penelitian perilaku biaya ini penting dilakukan, karena ketidakpastian permintaan di masa mendatang yang dihadapi manager.

Alasan utama bagi keberadaan *sticky cost* adalah ketidakpastian tentang permintaan masa depan produk yang dijual oleh perusahaan yang mengakibatkan manager cenderung memilih tetap mempertahankan sumberdaya yang tidak terpakai daripada melakukan pengurangan sumberdaya ketika penjualan menurun. Namun sebaliknya, jika manager memilih untuk menyesuaikan biaya maka *sticky cost* tidak akan terjadi (Anderson *et al*, 2003 dalam Wahyumingtyas dan Nugrahanti, 2014).

Perusahaan melakukan berbagai aktivitas dalam menjaga keberlangsungan usahanya. Salah satu aktivitas yang dilakukan perusahaan adalah aktivitas penjualan. Manager harus merencanakan volume aktivitas untuk dapat memulai jalannya operasional perusahaan. Volume aktivitas yang direncanakan secara cerdas dan cermat akan mengefisienkan biaya. Manager cenderung meningkatkan biaya ketika manager mengambil keputusan untuk menaikkan volume penjualan. Saat manager memutuskan untuk menurunkan volume penjualan maka manager cenderung akan menunggu bagaimana kepastian permintaan di masa yang akan datang. Volume penjualan yang tidak dapat langsung terobservasi diproksi dengan penjualan bersih (*net sales*) (Amelia, 2008).

Beberapa penelitian diberbagai negara mengindikasi adanya perilaku *sticky cost*. Medeiros dan Costa (2005) dalam Wahyuningtyas dan Nugrahanti (2014) menemukan adanya indikasi *sticky cost* pada semua perusahaan-perusahaan di Brazil dan menemukan bahwa pada biaya penjualan, administrasi dan umum meningkat 0,5% per kenaikan 1% dalam penjualan, namun menurun hanya 0,32% per penurunan 1% dalam penjualan. Teruya *et al* (2010) meneliti semua perusahaan di Jepang yang terdaftar di *Tokyo Stock Exchange* menemukan adanya indikasi perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum.

Fasarany *et al* (2015) membuktikan bahwa hubungan antara variabel dummy penjualan penurunan dengan penjualan yang disesuaikan dengan laba per saham ada hubungan yang signifikan, serta adanya korelasi langsung antara perilaku *sticky cost* dan *accounting conservatism*. Sampel data penelitian Fasarany *et al* (2015) diambil dari Tehran Stock Exchange di Iran dengan jumlah 106 perusahaan dari 19 industri. Weiss (2010) menyimpulkan bahwa perilaku *sticky cost* terjadi di Amerika dan dapat mengurangi tingkat akurasi peramalan laba.

Pichetkun dan Panmanee (2012) melakukan determinan dari perilaku *sticky cost* di Thailand dengan menggunakan *adjustment cost theory*, *agency cost theory*, *political cost theory* dan *corporate governance*. Hasil yang ditemukan bahwa rasio pada *adjustment cost theory* yaitu *asset intensity*, *employee intensity*, *stock intensity*, *equity intensity*, *capital intensity* dan rasio-rasio pada *political cost theory* yaitu *risk (BETA)*, *concentration ratio*

(COMPETE), *tax ratio* dan *size* bersama-sama berhubungan positif dengan tingkat *sticky cost* dengan variabel kontrol *GDP growth* dan *sales growth*. Sedangkan rasio pada *agency cost theory* dan *corporate governance* berhubungan secara negatif pada tingkat *sticky cost* dengan variabel kontrol yang sama dengan *adjustment cost theory* dan *political costs theory*.

Wahyuningtyas dan Nugrahanti (2014) mengindikasikan bahwa perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum pada perusahaan manufaktur di Indonesia periode 2009-2012. Selain itu, besarnya *sticky cost* dipengaruhi oleh *asset intensity* karena saat *asset intensity* meningkat *sticky cost* juga meningkat. Hal lain yaitu besarnya *sticky cost* dipengaruhi oleh *employee intensity*, namun dengan arah yang berbeda ditunjukkan dengan *employee intensity* meningkat, *sticky cost* menurun.

Penelitian mengenai perilaku *sticky cost* juga banyak dilakukan di Indonesia. Apriliawati dan Nugrahanti (2013) melihat adanya perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum pada perusahaan manufaktur di Indonesia dengan periode 2009-2012. Ratnawati dan Nugrahanti (2015) menemukan perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum serta perilaku *sticky cost* pada harga pokok penjualan (HPP). Hasil yang diperoleh yaitu ketika penjualan bersih naik sebesar 1% maka biaya penjualan, administrasi dan umum meningkat sebesar 0,117% namun tidak diikuti ketika penjualan bersih menurun sebesar 1% maka biaya penjualan, administrasi dan umum turun hanya sebesar 0,049%.

Wahyuningtyas dan Nugrahanti (2014) menemukan adanya perilaku *sticky* pada biaya penjualan, administrasi dan umum yang meningkat 0,475% pada kenaikan penjualan 1%, sedangkan penurunan biaya penjualan, administrasi dan umum sebesar 0,409% ketika penjualan menurun 1% pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Windyastuti dan Biyanto (2005) melihat adanya *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum pada penjualan bersih yang menggunakan data Indonesia Capital Market Directory periode 1998-2004 dengan hasil kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum sebesar 0,68% ketika penjualan meningkat sebesar 1% tetapi biaya penjualan, administrasi menurun sebesar 0,08% ketika penjualan menurun 1%. Kedua peneliti ini mendeterminan *sticky cost* dengan *asset intensity* dan *employee intensity*.

Indikasi adanya perilaku *sticky cost* pada *asset intensity* yaitu ketika penjualan naik, maka perusahaan harus mengambil keputusan untuk membeli mesin lagi untuk memenuhi kebutuhan kenaikan penjualan tersebut. Hal yang dapat mempengaruhi *sticky cost* ini lebih kepada aset tetap, hal tersebut dapat terjadi ketika aset tetap tersebut harus mengeluarkan biaya tambahan walaupun tidak secara riil namun dapat mengurair laba perusahaan. Dengan keputusan tersebut, maka perusahaan harus menambah biaya untuk membeli mesin baru sedangkan untuk setiap periodenya perusahaan harus mengeluarkan biaya perawatan dan biaya depresiasi. Namun, ketika penjualan menurun manajer akan tetap mempertahankan mesin tersebut dengan alasan bahwa untuk periode mendatang akan terjadi peningkatan (Wahyuningtyas dan Nugrahanti, 2014).

Meskipun biaya depresiasi tidak ada transaksi ril namun harus tetap diakui karena untuk aset tetap terutama mesin yang biasa digunakan oleh perusahaan manufaktur dalam operasi perusahaannya. Indikasi *sticky cost* dalam kasus ini yaitu biaya perawatan dan depresiasi meningkat ketika penjualan naik, sedangkan saat penjualan menurun biaya tersebut tidak ikut menurun. Hal ini dapat diartikan karena, ketika penjualan naik perusahaan akan menambah mesin untuk mempercepat produksi atau untuk menambah volume penjualan, namun ketika penjualan menurun perusahaan belum tentu akan menjual secara langsung mesin tersebut karena masih berharap akan adanya penjualan meningkat lagi dimasa datang. Ketika *asset intensity* tidak segera disesuaikan masa perusahaan dapat meningkatkan biaya penjualan, administrasi dan umum dan dapat mempengaruhi laba perusahaan.

Winsdyastuti dan Biyanto (2005) melihat tingkat *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum meningkat sesuai dengan *asset intensity*. Wahyuningtyas dan Nugrahanti (2014) juga menyatakan bahwa besarnya *sticky cost* dipengaruhi oleh *asset intensity* yang berarti peningkatan *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum sesuai dengan peningkatan *asset intensity* perusahaan.

Indikasi adanya perilaku *sticky cost* pada *employee intensity*. Perusahaan tidak akan serta merta melakukan pemutusan hubungan kerja ketika penjualan bersih mengalami penurunan. Biaya yang dipergunakan untuk menyesuaikan sumber daya akan lebih besar bagi perusahaan yang menggunakan lebih banyak tenaga kerja, untuk mendukung skala usaha tertentu. Menghentikan

pekerja adalah mahal karena perusahaan harus memberikan pesangon. Perusahaan akan kehilangan investasi yang spesifik ketika pekerja diberhentikan saat permintaan turun dan menambah pekerja baru saat permintaan meningkat. Selain itu, moral pekerja dan loyalitas pekerja akan turun ketika turnover tinggi (Anderson, et al, 2003).

Ketika penjualan bersih mengalami penurunan, maka untuk perusahaan yang memiliki intensitas pekerja tinggi, kos pemasaran, administrasi dan umum mengalami penurunan yang lebih kecil. Ini berarti semakin tinggi intensitas pekerja, maka *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum akan semakin besar (Widyastuti dan Biyanto, 2005 dalam Wahyuningtyas dan Nugrahanti, 2014).

Pekerja yang dimaksud dalam kasus ini yaitu tenaga kerja tidak langsung karena tenaga kerja tidak langsung berhubungan dengan aktivitas penjualan perusahaan. Ketika penjualan meningkat perusahaan akan mendukung untuk menambah tenaga kerja untuk menunjang aktivitasnya. Namun ketika penjualan menurun perusahaan belum tentu menyesuaikan dengan pengurangan pegawai karena masih akan berharap permintaan yang meningkat lagi dimasa mendatang. Pegawai yang menganggur ini yang akan mempengaruhi laba perusahaan karena akan memperkecil laba, karena adanya biaya menganggur akibat tingginya karyawan. Selain itu, perusahaan juga tidak segera menyesuaikan langsung pekerja karena akan mengeluarkan biaya yang lebih tinggi akibat pemutusan hak kerja.

Penelitian yang dilakukan oleh Apriliawati dan Nugrahanti (2012) mengindikasikan bahwa pertumbuhan ekonomi pada periode 2009-2012 terus mengalami peningkatan. Hal tersebut juga diikuti pada besaran *sticky cost* di setiap tahun periode dan disimpulkan bahwa besarnya besaran *sticky cost* dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi yang dibuktikan dengan pertumbuhan ekonomi semakin meningkat diikuti dengan kenaikan besaran *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum.

Berdasarkan uraian dan penelitian Wahyuningtyas dan Nugrahanti (2014) penelitian mengenai determinan *sticky cost* masih jarang dilakukan di Indonesia, maka sebab itu peneliti termotivasi untuk meneliti kembali atau replikasi penelitian ini. Sehingga penelitian mengambil **judul “Pengaruh *Asset Intensity* dan *Employee Intensity* Terhadap *Sticky Cost* Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Di Indonesia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2014-2016”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian ini mengidentifikasi masalah-masalah yang mempengaruhi *sticky cost* pada biaya penjualan, umum, dan administrasi, yaitu sebagai berikut:

1. Dengan adanya perilaku *sticky cost* manajer masih ragu dalam menyesuaikan biaya ketika terjadi penurunan penjualan

2. Perilaku *sticky cost* dapat mempengaruhi penurunan laba bagi perusahaan
3. Dengan adanya perilaku *sticky cost* pada *asset intensity* maka perusahaan harus tetap mengeluarkan biaya depresiasi dan perawatan ketika penjualan menurun
4. Dengan adanya perilaku *sticky cost* pada *employee intensity* maka perusahaan harus tetap mengeluarkan biaya gaji terhadap tersebut walaupun sumber dayanya tidak digunakan dengan alasan akan adanya peningkatan penjualan di periode mendatang.

C. Pembatasan Masalah

Sehubungan dengan luasnya latar belakang permasalahan, maka dalam penelitian akan dibatasi ruang lingkupnya yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. Biaya Penjualan, umum dan administrasi yang nilainya tidak melebihi penjualan bersih. Variabel *dummy* penurunan dinilai 1 jika penjualan menurun antara periode $t-1$ dan t , dan 0 jika sebaliknya (Hidayatullah *et al*, 2011). *Asset intensity* dilihat dari rasio total asset terhadap penjualan bersih. *Employee intensity* dilihat dari rasio jumlah karyawan terhadap penjualan bersih.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan pokok yang telah disebutkan bahwa masih adanya ketidaksesuaian hasil dan kurangnya faktor-faktor yang mempengaruhi

sticky cost dari penelitian-penelitian. Untuk itu penelitian ini merumuskan beberapa permasalahan yang terjadi, yaitu:

1. Apakah volume penjualan mempengaruhi kenaikan biaya penjualan administrasi, dan umum sehingga dapat membuktikan bahwa adanya perilaku *sticky cost*?
2. Apakah *asset intensity* perusahaan mempengaruhi *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum?
3. Apakah *employee intensity* perusahaan mempengaruhi *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum?

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris terbaru mengenai pengaruh *asset intensity* dan *employee intensity* terhadap *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi, dan umum serta dapat menjadi bahan referensi bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian selanjutnya mengenai *sticky cost*.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi para manager mengenai perilaku biaya yaitu *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi, dan umum sehingga mampu memberikan informasi dan masukan bagi perusahaan yang mengalami kondisi tertentu

yang mengakibatkan *sticky cost* menjadi tinggi. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan pertimbangan bagi investor dalam memilih perusahaan yang tidak berisiko tinggi memiliki tingkat *sticky cost*.