

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Suatu perusahaan didirikan dengan tujuan yang jelas, tujuan didirikannya perusahaan antara lain adalah mencapai keuntungan yang maksimal dari barang dan jasa yang dihasilkan. Kesuksesan perusahaan tidak lepas dari kejelian dalam melihat kondisi lingkungannya. Kejelian ini tidak terlepas dari bagaimana sebuah perusahaan dapat melihat pengaruh keputusan saat ini yang berdampak pada masa yang akan datang. Sebuah keputusan lahir dari adanya perencanaan. Perencanaan perusahaan terhadap harga dan biaya dari produk yang dihasilkan menjadi salah satu kunci keberhasilan dari perusahaan tersebut.

Dalam pengambilan keputusan, seorang manajer harus mengetahui tentang perilaku biaya. Apabila manajer mengetahui konsep biaya maka akan mampu mengoptimalkan serta meningkat efisiensi biaya dalam pengelolaan sumber daya perusahaan. Menurut Dunia dan Abdullah (2014:26) ditinjau dari perilaku biaya terhadap perubahan dalam tingkat kegiatan atau volume maka biaya biaya dapat dikategorikan dalam tiga jenis biaya, yaitu biaya variabel (*variabel cost*), biaya tetap (*fix Cost*) dan biaya semi variabel (*semi variabel cost*), agar dapat memudahkan manajemen dalam menyusun perencanaan atau anggaran operasi dan mengendalikan biaya dengan baik maka untuk maksud tersebut biaya semi variabel harus dipecah menjadi unsur variabel dan unsur tetap kemudian digabungkan kepada biaya variabel atau biaya tetap, dengan demikian hanya terdapat dua jenis dari biaya yaitu biaya variabel dan biaya tetap.

Menurut Nurdiniah *et al.* (2014:9) biaya variabel adalah biaya yang totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan volume produksi sedangkan biaya per unitnya konstan. Biaya tetap adalah biaya yang totalnya selalu konstan sedangkan biaya per unitnya berubah karena perubahan volume produksi. Berdasarkan asumsi tersebut perilaku biaya dapat diilustrasikan sebagai berikut yaitu setiap kenaikan satu persen tingkat aktivitas akan menaikkan biaya

sebesar satu persen, sama halnya dengan aktivitas menurun yaitu setiap penurunan satu persen tingkat aktivitas akan menurunkan biaya sebesar satu persen (Calleja *et al.*, 2012). Namun Anderson *et al.* (2003) menyatakan bahwa biaya tidak berubah secara proporsional terhadap perubahan aktivitas, melainkan kenaikan biaya lebih tinggi pada saat tingkat aktivitas meningkat dibandingkan dengan penurunan biaya pada saat tingkat aktivitas mengalami penurunan dan perilaku biaya tersebut disebut dengan *cost stickiness*.

Perubahan biaya yang tidak proporsional tersebut merupakan perilaku biaya yang besarnya perubahan biaya tergantung pada perubahan aktivitas. Perubahan biaya pada saat aktivitas meningkat dan saat aktivitas menurun secara tidak proporsional disebabkan ketidakseimbangan respon biaya terhadap perubahan aktivitas. Ketidakseimbangan respon biaya terhadap perubahan aktivitas ini disebut dengan perilaku *sticky cost*. Suatu biaya dikatakan *sticky* ketika kenaikan biaya lebih besar dibandingkan dengan penurunannya pada perubahan aktivitas dengan jumlah yang ekuivalen (Ratnawati dan Nugrahanti, 2015).

Komponen *cost stickiness* pada penelitian ini adalah *selling, general and administrative cost* (SG&A) atau dalam Bahasa Indonesia disebut dengan biaya penjualan, administrasi dan umum (PA&U). Menurut Sorros dan Karagiorgos (2013) biaya penjualan, administrasi dan umum merupakan terdiri dari biaya langsung dan tidak langsung terkait dengan aktivitas penjualan, kegiatan administrasi dan umum perusahaan yang dilaporkan di laporan laba rugi perusahaan. Biaya penjualan langsung dapat dikaitkan dengan kenaikan dan penurunan penjualan secara langsung. Disisi lain, biaya penjualan tidak langsung hanya dapat dialokasikan berdasarkan jumlah produk yang terjual. Terkait dengan biaya administrasi dan umum, perusahaan akan mengklasifikasikan biaya karyawan dan operasional kantor ke dalam kategori ini. Berdasarkan penjelasan tersebut *selling, general and administrative cost* memiliki potensi distorsi dan perilaku biaya yang tidak simetris karena keterlibatan manajemen dalam mengontrol biaya ini cukup besar.

Penelitian mengenai *cost stickiness* pada *selling, general and administrative cost* telah diteliti diantaranya oleh Serdaneh (2014) meneliti

perilaku *sticky cost* di negara Jordania pada perusahaan manufaktur dan menemukan indikasi perilaku *sticky cost* pada *selling, general and administrative costs* sementara perilaku anti-*sticky* pada harga pokok penjualan. He (2014) juga menemukan indikasi perilaku *sticky cost* pada *Selling, General and Administrative cost* selama periode resesi di Los Angeles, United States terkait reaksi perubahan biaya terhadap perubahan pendapatan penjualan.

Penelitian tentang *sticky cost* juga dilakukan di Indonesia diantaranya adalah Hidayatullah *et al.* (2011) menemukan adanya perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum di perusahaan manufaktur namun menemukan bahwa HPP tidak bersifat *sticky*. Sedangkan Nugroho dan Endarwati (2014) menemukan bahwa tidak terdapat indikasi perilaku *sticky cost* pada perusahaan manufaktur di Indonesia.

Menurut Anderson *et al.* (2003) terdapat beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya fenomena *cost stickiness* antara lain manajer cenderung memiliki keinginan untuk menyesuaikan sumber daya perusahaan sebagai tanggapan terhadap perubahan volume penjualan. Ketika terjadi penurunan penjualan, manajer akan menunda penurunan tingkat penggunaan *committed resources* sampai manajer memiliki keyakinan bahwa akan terjadi penurunan permintaan yang berkelanjutan dimasa mendatang.

Anderson *et al.* (2003) juga menemukan bahwa faktor *asset intensity* dan *employee intensity* berpengaruh terhadap tingkat *cost stickiness*. Kedua faktor tersebut merupakan bagian dari karakteristik perusahaan yang menjadi indikator biaya penyesuaian (*adjustment cost*) yang terjadi jika manajer menaikkan atau menurunkan *committed resources* perusahaan (Pichetkun dan Parmance, 2012). Novianti dan Setyono (2014) juga membandingkan *cost stickiness* dari biaya SG&A terkait dengan *adjustment cost* dari *asset* dan *employee intensity* dalam kondisi sebelum, saat dan sesudah krisis ekonomi. Dari penelitian itu mereka menyimpulkan bahwa *sticky cost* terjadi sebelum krisis ekonomi dan fenomena ini semakin terlihat dengan meningkatnya *asset* dan *employee intensity*. Saat krisis, tetap ditemukan fenomena *sticky cost* tetapi *sticky cost* justru lebih rendah dalam kondisi *asset* yang tinggi dan *employee intensity* yang tinggi. Setelah krisis berlalu fenomena *sticky cost* menurun.

Faktor lain yang mempengaruhi terjadinya *cost stickiness* terkait dengan masalah keagenan (*agency problem*). Masalah keagenan menimbulkan terjadinya biaya keagenan (*agency cost*) yang akan menambah total biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan (Chen *et al.*, 2012). *Agency problem* yang menambah *agency cost* dinilai berdasarkan *free cash flow* (FCF) perusahaan memiliki pengaruh terhadap tingkat *cost stickiness*. FCF merupakan salah satu ukuran insentif kepada manajemen (*management empire building incentive*) yang memberikan kesempatan yang lebih besar kepada manajer untuk melakukan investasi yang sangat besar dalam beban operasi pada saat terjadinya kenaikan penjualan. Namun ketika terjadi penurunan penjualan, manajer akan menunda pengurangan beban operasi tersebut (Chen *et al.*, 2012).

Beberapa perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) banyak yang mengaitkan tentang penurunan atau peningkatan laba dengan aktivitas produksi, penjualan dan efisiensi seperti PT Mayora Indah Tbk (MYOR) memutuskan memangkas target laba bersih pada tahun 2014. Berdasarkan paparan publik MYOR memprediksi laba akan turun 20% dibanding tahun 2013. MYOR mengemukakan ada tiga kendala yang bakal dihadapi, yaitu situasi perekonomian global, persaingan dan stabilitas pasokan maupun harga bahan baku. MYOR menyatakan kebutuhan bahan baku akan terus meningkat seiring ekspansi produksi yang dilakukan. Tahun 2014, MYOR menganggarkan belanja modal US\$ 75 juta atau sekitar Rp 918,37 miliar yang mayoritas digunakan untuk meningkatkan kapasitas produksi pabrik. Fenomena ini memberikan dukungan kepada penelitian yang dilakukan oleh Hidayatullah *et al.* (2011) yaitu 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 *cost* yang lebih *sticky* dihasilkan dari penyesuaian *cost* yang lebih sedikit ketika level aktivitas turun karena itu penghematan *cost* lebih sedikit.

Adapun fenomena lain mengenai *sticky cost* pada perusahaan - perusahaan manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia dapat dijelaskan dalam tabel dibawah ini :

**Tabel 1.1 Penjualan Bersih dan Laba/Rugi Perusahaan Manufaktur
Berdasarkan Kelompok Industri**

Dalam Jutaan Rupiah

Nama Perusahaan	Kelompok Industri	Tahun	Penjualan Bersih	Laba/Rugi
PT. Holcim Indonesia Tbk	Cement, Ceramics, Glass and Porcelain	2013	9,686,262	1,006,363
		2014	10,528,723	652,412
		2015	9,239,022	144,983
		2016	9,458,403	(274,318)
		2017	9,382,120	(116,948)
		2018	10,377,729	(343,745)
PT. Indomobil Sukses International Tbk	Automotive and Components	2013	20,094,736	805,480
		2014	19,458,165	6,133
		2015	18,099,979	7,957
		2016	15,049,532	8,573
		2017	15,359,437	2,624,296
		2018	17,544,709	899,142
PT. Sunson Textile Manufaktur Tbk	Textile, Garment and Foot Wear	2013	573,748	(13,228)
		2014	519,854	(12,840)
		2015	506,180	(14,039)
		2016	436,691	(16,378)
		2017	343,842	(25,474)
		2018	410,244	2,784

Sumber : Bursa Efek Indonesia

Seperti terlihat dalam tabel 1.1, PT. Holcim Indonesia Tbk, PT. Indomobil Sukses International Tbk, dan PT. Sunson Textile Manufaktur Tbk selama tahun 2013-2018 mengalami kenaikan dan penurunan penjualan bersih yang berdampak pada laba/rugi perusahaan pertahun. Ketika penjualan bersih mengalami penurunan diikuti juga oleh penurunan laba bersih dalam jumlah yang cukup besar seperti yang terjadi pada PT. Holcim Indonesia Tbk, penjualan bersih tahun 2015 sebesar Rp 9.239.022 mengalami penurunan dari tahun 2014 yang memiliki penjualan bersih sebesar Rp 10.528.723 hal tersebut mengakibatkan penurunan laba bersih yang cukup besar yaitu dari Rp 652.412 (Tahun 2014) menjadi Rp 144.983 (Tahun 2015).

PT. Indomobil Sukses International Tbk mengalami penurunan penjualan dari tahun 2013 ke tahun 2014 yaitu dari penjualan bersih sebesar Rp 20.094.736 mengalami penurunan penjualan menjadi sebesar Rp 19.458.165 kemudian diikuti oleh penurunan laba yang cukup besar yaitu tahun 2013 mencatat laba sebesar Rp 805.480 menjadi sebesar Rp 6.133 pada tahun 2014. PT. Sunson Textile Manufaktur Tbk mengalami penurunan penjualan berturut turut dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017, tetapi tahun 2018 mengalami peningkatan penjualan menjadi sebesar Rp 410.244, hal ini mengakibatkan selama tahun 2013 – 2017 terus mengalami kerugian dan hanya pada tahun 2018 mendapatkan keuntungan sebesar Rp 2.784.

Fenomena ketiga perusahaan tersebut juga memberikan dukungan kepada penelitian yang dilakukan oleh Weiss (2010) yaitu perusahaan yang memiliki perilaku *cost stickiness* akan menghasilkan penurunan profit yang lebih besar ketika terjadi penurunan aktivitas dalam hal ini tingkat penjualan alasannya *cost stickiness* ini mengakibatkan berkurangnya penyesuaian penurunan biaya ketika tingkat aktivitasnya berkurang sehingga penghematan juga berkurang, penghematan biaya berkurang berakibat pada makin menurunnya tingkat profit yang diperoleh perusahaan.

Penelitian terdahulu mengenai *sticky cost* pernah dilakukan oleh Nelmidia dan Siregar (2016), hasil penelitiannya adalah 1) Tidak menemukan fenomena *cost stickiness* pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009 - 2015, 2) *Capital Intensity Ratio*, *Debt To Asset Ratio* dan *Current Ratio* memberikan kontribusi yang besar dalam fenomena *sticky cost* pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia, 3) *Capital Intensity Ratio* tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness* pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia, 4) *Debt To Asset Ratio* tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness* pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia, 5) *Current Ratio* tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness* pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia, 6) *Capital Intensity Ratio*, *Debt To Asset Ratio*, dan *Current Ratio* secara bersama sama tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness* pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nelmidia dan Siregar (2016) yang tidak menemukan fenomena *sticky cost* diperusahaan manufaktur.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Sidabutar *et al.* (2018), hasil penelitiannya adalah 1) Terdapat perilaku *sticky cost* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2013-2015, karena adanya peningkatan total *operating cost* lebih tinggi pada saat penjualan naik dibanding penurunan biaya pada saat penjualan menurun, 2) *Tobins'q* berpengaruh terhadap perilaku *sticky cost*, 3) *Size, Free Cash Flow, Discretionary Expense Ratio, ROA* dan *Leverage Ratio* tidak berpengaruh terhadap perilaku *sticky cost* 4) *Size, Free Cash Flow, Discretionary Expense Ratio, ROA, Tobins Q, Leverage Ratio* berpengaruh secara simultan terhadap *Sticky Cost Behaviour*.

Penelitian ini merujuk kepada penelitian yang dilakukan oleh Anderson *et al.* (2003) yang meneliti perilaku *sticky cost* pada *selling, general and administrative cost* dan melihat faktor faktor yang mempengaruhi *cost stickiness* yaitu *capital intensity ratio* yang diproxy oleh *asset intensity ratio* dan *employee intensity ratio*. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Anderson *et al.* (2003) adalah terdapat faktor lain yang mempengaruhi *cost stickiness* yaitu insentif manajemen dan menambahkan variabel kontrol yaitu *firm size*. Selain itu rumus untuk mencari *asset intensity ratio* merujuk kepada Lanis dan Richardson (2012) dan rumus untuk mencari *employee intensity ratio* yang merujuk kepada Kartikasari *et al.* (2018)

Berdasarkan latar belakang, fenomena dan *Gap Research* di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Perilaku dan Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Cost Stickiness Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2018**”.

1.2.Perumusan Masalah

Berdasarkan dari identifikasi masalah yang ada, maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara *Capital Intensity Ratio* terhadap *Cost Stickiness* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2018 ?

2. Apakah terdapat pengaruh antara *Employee Intensity Ratio* terhadap *Cost Stickiness* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2018 ?
3. Apakah terdapat pengaruh antara Insentif Manajemen terhadap *Cost Stickiness* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2018 ?

1.3.Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *Capital Intensity Ratio* terhadap *Cost Stickiness* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2018.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *Employee Intensity Ratio* terhadap *Cost Stickiness* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2018.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara insentif manajemen terhadap *Cost Stickiness* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2018.

1.4.Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi ilmu pengetahuan, regulator dan investor. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Bagi akademisi dan Peneliti Berikutnya, penelitian ini diharapkan akan menambah *khasanah* ilmu pengetahuan di bidang ekonomi dan bisnis, khususnya dibidang akuntansi manajemen untuk menganalisis perilaku biaya yang bersifat *sticky* serta faktor apa saja yang mempengaruhi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi untuk penelitian berikutnya yang berhubungan dengan perilaku biaya.

2. Bagi Regulator

Bagi manajemen perusahaan publik, penelitian ini dapat dijadikan suatu informasi untuk memahami struktur dan perilaku biaya yang dapat digunakan dalam proses perencanaan, pengawasan dan pengendalian biaya. Selain itu, manajemen perusahaan publik dapat menganalisis dan mengelola biaya yang ada secara efektif dan efisien.

3. Bagi Investor

Bagi Investor, penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu bahan referensi untuk mengetahui dan memahami perilaku manajemen dalam mengelola biaya – biaya yang terjadi di perusahaan. Disisi lain, hal ini dapat menjadi informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan investasi.