

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Krisis ekonomi yang melanda Indonesia mengakibatkan tersendatnya pembangunan yang dilaksanakan seluruh komponen bangsa. Dalam pemulihannya, pembangunan yang sempat terbengkalai harus dilaksanakan kembali agar dapat mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur. Salah satu sektor yang sedang membangun kembali adalah sektor bisnis.

Tujuan perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang layak sehingga dapat mempertahankan kesinambungan perusahaan. Sehubungan dengan usaha untuk mencapai tujuan tersebut, masalah yang paling sering dihadapi perusahaan adalah bagaimana agar proses pemasaran dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien disamping memutakhirkan produk perusahaan dengan inovasi-inovasi. Keberhasilan suatu perusahaan tidak terlepas dari upaya pengelolaan yang dilakukan dengan baik oleh manajemen. Untuk mengetahui apakah perusahaan telah berjalan sesuai dengan yang direncanakan, diperlukan suatu pengendalian untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi perusahaan. Salah satu sarana yang dapat digunakan dalam pengendalian perusahaan adalah akuntansi pertanggungjawaban.

Setiap perusahaan akan berusaha agar produknya dapat diterima oleh konsumen. Pemasaran merupakan aspek penting dalam memasarkan produk kepada konsumen. Dalam penyelenggaraannya, kegiatan pemasaran tidak terlepas dari biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk mendukung sistem pemasaran. Biaya pemasaran memberikan kontribusi yang cukup besar dalam unsur biaya suatu perusahaan. Dalam hal ini peranan manajer sangat berpengaruh terhadap besar kecilnya biaya pemasaran dan pertimbangan yang seefisien dan seefektif mungkin. Biaya pemasaran adalah biaya yang terjadi saat produk selesai diproduksi/siap dipasarkan sampai produk tersebut kembali menjadi uang tunai.

Penyelenggaraan usaha-usaha pengendalian biaya pemasaran dapat mengurangi pemborosan dalam proses pemasaran, sehingga pemasaran menjadi lebih efisien. Salah satu sarana yang bisa digunakan oleh perusahaan adalah

akuntansi pertanggungjawaban, yaitu suatu sistem akuntansi yang disusun sedemikian rupa sehingga pengumpulan dan pelaporan biaya dan pendapatan dilakukan sesuai dengan bidang pertanggungjawaban dalam perusahaan.

Dalam pengendalian biaya, biasanya manajemen menyusun perencanaan untuk tiap-tiap pusat biaya. Sehingga pusat pertanggungjawaban akan dipimpin oleh seorang manajer yang harus bertanggung jawab terhadap pelaksanaan dari rencana yang telah dibuat. Pada saat tertentu hasil-hasil dari pelaksanaan pusat biaya itu akan dibandingkan dengan rencana yang telah ditetapkan, dan hasil perbandingannya akan dilaporkan kepada pimpinan yang lebih tinggi. Informasi seperti ini disebut informasi pertanggungjawaban.

Pengendalian biaya melalui akuntansi pertanggungjawaban, dapat dilakukan dengan menyelenggarakan sistem pencatatan atas biaya-biaya yang dapat dikendalikan. Dengan demikian akan dihasilkan laporan biaya yang menunjukkan bagaimana manajer bertanggung jawab terhadap pemakaian biaya yang terjadi pada unit organisasi yang dipimpin oleh manajer tersebut. Dengan adanya laporan biaya ini, manajer dapat mengetahui besarnya penyimpangan antara biaya sesungguhnya dengan biaya yang telah direncanakan, sehingga manajer dapat melakukan analisis lebih lanjut mengenai penyebab terjadinya penyimpangan dan dapat segera mengambil tindakan perbaikan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti sejauh mana peran akuntansi pertanggungjawaban dalam menunjang efektivitas biaya pemasaran. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Peranan Akuntansi Pertanggungjawaban Dalam Menunjang Efektivitas Biaya Pemasaran (Survei pada beberapa supermarket di Bandung)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, masalah-masalah yang diidentifikasi mengenai penerapan akuntansi pertanggungjawaban dan peranannya dalam menunjang efektivitas biaya pemasaran dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah penerapan sistem akuntansi pertanggungjawaban pada perusahaan sudah memadai?
2. Bagaimana peranan akuntansi pertanggungjawaban dalam menunjang efektivitas biaya pemasaran?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang dirumuskan di atas, penelitian yang dilakukan penulis bertujuan untuk:

1. Mengetahui apakah penerapan sistem akuntansi pertanggungjawaban pada perusahaan sudah memadai.
2. Mengetahui peranan akuntansi pertanggungjawaban dalam menunjang efektivitas biaya pemasaran.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi:

1. Penulis
 - a. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian sarjana ekonomi jurusan akuntansi pada Universitas Widyatama.
 - b. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan, khususnya mengenai akuntansi pertanggungjawaban dan peranannya dalam menunjang efektivitas biaya pemasaran.
 - c. Membandingkan teori yang diperoleh dari bangku kuliah dan praktek yang ada dilapangan.

2. Perusahaan

Diharapkan dengan penelitian ini pihak perusahaan mendapatkan gambaran yang luas dan jelas mengenai seberapa jauh peranan akuntansi pertanggungjawaban dalam menunjang efektivitas biaya pemasaran.

3. Pihak lain

Sebagai informasi tambahan dan bahan perbandingan tentang penerapan teori yang ada pada praktek dilapangan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Karena keterbatasan manusia, maka kemampuan manusia untuk memimpin perusahaan dalam mengendalikan perusahaan semakin terbatas. Dalam keadaan demikian, pimpinan perusahaan tidak dapat lagi melaksanakan pengendalian secara langsung atas setiap tahapan kegiatan perusahaan, sehingga manajemen memerlukan adanya alat bantu mengendalikan kegiatan-kegiatan dalam perusahaan. Pengendalian ini sangat penting terutama dalam mengendalikan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Secara garis besar, proses pengendalian manajemen akan meliputi dua aktivitas yang terpisah tetapi saling berhubungan, yaitu perencanaan dan pengendalian. Kedua aktivitas tersebut diperlukan manajemen untuk dapat memastikan apakah pelaksanaan yang dicapai pada saat ini telah sesuai dengan tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan. Dalam setiap sistem pengendalian, anggaran selalu memegang peranan penting. Sama halnya dengan akuntansi pertanggungjawaban, anggaran merupakan alat untuk menilai pelaksanaan bagian-bagian yang ada dalam perusahaan yang dijabarkan dalam struktur organisasi.

Di dalam akuntansi pertanggungjawaban, pengendalian biaya dilakukan dengan cara menghubungkan biaya dengan unit yang bertanggung jawab terhadap terjadinya biaya tersebut. Dengan demikian akuntansi pertanggungjawaban merupakan suatu sistem akuntansi yang mengakui adanya berbagai pusat pertanggungjawaban di dalam organisasi, sehingga memungkinkan adanya penelusuran biaya-biaya kepada setiap bagian yang bertanggung jawab untuk pengambilan keputusan.

Oleh karena itu, akuntansi pertanggungjawaban diterapkan dalam organisasi yang telah membagi-bagi bidang pertanggungjawaban secara jelas dan tegas. Anggaran yang sudah disusun digunakan sebagai alat pengukur pelaksanaan aktivitas masing-masing bagian. Untuk ini maka sistem akuntansi disusun agar dapat mengumpulkan biaya yang sesungguhnya dikeluarkan untuk dilaporkan kepada orang/bagian yang ditetapkan bertanggung jawab. Seperti pengertian akuntansi pertanggungjawaban yang dijelaskan oleh **Mulyadi (2001; 218)**:

“Akuntansi pertanggungjawaban adalah suatu sistem akuntansi yang disusun sedemikian rupa sehingga pengumpulan dan pelaporan biaya dan

penghasilan dilakukan sesuai dengan bidang pertanggungjawaban dalam organisasi, dengan tujuan agar dapat ditunjuk orang atau kelompok orang yang bertanggung jawab terhadap penyimpangan dari biaya dan penghasilan yang dianggarkan”.

Terjadinya biaya dalam suatu bidang pertanggungjawaban tidak selalu sebagai akibat dari keputusan yang diambil oleh kepala bidang yang bersangkutan. Hal ini disebabkan tidak semua biaya yang terjadi dalam suatu bidang pertanggungjawaban dapat dikendalikan oleh kepala bidang yang bersangkutan. Maka sangat perlu untuk memisahkan antara biaya terkendali (*controllable cost*) dengan biaya yang tidak terkendali (*uncontrollable cost*). Hanya biaya-biaya yang dapat dikendalikan oleh kepala bidang yang bersangkutan yang harus dimintakan pertanggungjawabannya. Untuk itulah akuntansi pertanggungjawaban biasanya menitikberatkan pada pertanggungjawaban dari pusat-pusat biaya.

Dengan semakin berkembangnya perusahaan, maka persaingan semakin ketat antar perusahaan yang sejenis. Oleh karena itu tugas manajemen akan semakin sulit. Untuk menghadapinya, perusahaan tidak cukup hanya menjual produk yang mutu atau kualitasnya terjamin dan dengan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen saja, tetapi perlu juga melakukan kegiatan pemasaran agar volume penjualan meningkat, sehingga laba yang diperoleh meningkat pula.

Perusahaan dalam melaksanakan kegiatan tidak terlepas dari masalah biaya. Demikian pula bila perusahaan melaksanakan kegiatan pemasaran yang akan menimbulkan biaya pemasaran sehingga biaya harus diperhatikan secara serius.

Sebagaimana kita ketahui bahwa semakin ketatnya persaingan, maka kegiatan pemasaran akan semakin meningkat pula. Dan sebagai akibatnya biaya pemasaran semakin bertambah besar. Peningkatan biaya pemasaran pada akhirnya akan mempengaruhi besar kecilnya pendapatan dan laba yang diperoleh. Oleh karena itu perlu adanya suatu pengendalian pemasaran.

Untuk memudahkan pengendalian terhadap biaya pemasaran, perlu adanya penggolongan biaya pemasaran menurut fungsi/kegiatan pemasaran. Dengan demikian diharapkan bahwa akuntansi pertanggungjawaban dapat berperan

sebagai alat bantu manajemen dalam menunjang efektivitas pengendalian biaya pemasaran.

Ada konsepsi akuntansi pertanggungjawaban yang dapat dilaksanakan sesuai dengan fungsinya apabila persyaratan terpenuhi. Persyaratan tersebut adalah:

1. Struktur organisasi yang menetapkan secara tegas wewenang dan tanggung jawab tiap tingkatan manajemen.
2. Anggaran biaya yang disusun untuk tiap tingkatan manajemen.
3. Penggolongan biaya ke dalam biaya terkendali dan biaya tidak terkendali oleh tiap tingkatan manajemen.
4. Sistem akuntansi biaya yang disesuaikan dengan struktur organisasi.
5. Sistem pelaporan biaya kepada manajemen yang bertanggung jawab (*responsibility reporting*).

Berdasarkan uraian di atas, penulis dapat menarik suatu hipotesis sebagai berikut: **“Akuntansi pertanggungjawaban yang diterapkan dengan cukup memadai akan berperan dalam menunjang efektivitas biaya pemasaran”**.

1.6 Metodologi Penelitian

Teknik penelitian yang dilakukan disini bersifat studi survei, sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Penggunaan metode ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran dari suatu fakta secara sistematis, faktual, dan akurat sehingga dapat diinterpretasikan dengan tepat untuk menganalisis masalah yang diteliti dan dapat ditarik kesimpulan yang tepat pula.

Adapun teknik pengambilan data dilakukan dengan cara:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan ini dilakukan dengan cara meneliti secara langsung ke lokasi perusahaan untuk memperoleh data-data yang diperlukan.

Langkah-langkah yang dilakukan antara lain:

- a. Melakukan wawancara langsung dengan pejabat yang berwenang yang menguasai objek penelitian yang sedang diteliti oleh penulis.

- b. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara tertulis tentang hal-hal yang berhubungan dengan bidang yang diteliti dalam skripsi ini.
 - c. Mengamati langsung ke lokasi penelitian.
2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan ini dilakukan dengan cara mempelajari teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, yang diperoleh dari buku-buku atau bahan bacaan lain.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dalam menyusun skripsi ini adalah pada beberapa supermarket di daerah Bandung. Penelitian ini dilakukan mulai bulan Februari sampai dengan bulan Maret 2007.

