

FENOMENA PERILAKU *STICKY COST* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA

Annida Afiffah
Yunika Murdayanti
Unggul Purwohedhi
Universitas Negeri Jakarta

annidaafiffah@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to find indication of sticky cost behavior in behavior companies in Indonesia between 2014 until 2015 and to see whether the sticky cost will be more influential with the ewxistence of asset intensity and employee intensity. The indication of sticky cost can be seen from the a higher cost when sales volume is increasing compared to when sales volume is decreasing in the equal proporton. In this research selling, adminstration and general as a dependent variable. This research proves that there are indication sticky cost on manufacturing companies in Indonesia. The showing that, every 1% increase in net sales then the selling, administration and general costs increased by 0,328%. While when net sales decreased 1% then selling, administration an general costs decreased by 0,078%. The level of stickiness will be more attached when the asset intensity increased. While the employee intensity has no effect on the stickiness of the costs.

Keywords: *asset intensity, costs of selling administration and general, sticky cost, employee intensity, and net sales.*

PENDAHULUAN

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 infomasi tersebut dapat membantu manajer dalam mempredikasi 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 infomasi untuk membuat keputusan yang efektif (Maher et al, 2008; 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; 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; 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).

Besarnya perubahan biaya tergantung pada perubahan tingkat aktivitas, namun peningkatan biaya lebih tinggi saat volume aktivitas meningkat dibandingkan dengan penurunan biaya saat aktivitas menurun (Anderson, 2003; 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; 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; Nugroho dan Endarwati, 2013).

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

Beberapa penelitian diberbagai negara mengindikasikan 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.

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 sudah 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%.

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 mengurangi 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 riil 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).

Penelitian ini mereplikasi penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningtyas dan Nugrahanti (2014) yang melihat adanya perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum serta melihat pengaruh *asset intensity* dan *employee intensity* terhadap *sticky cost* pada perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia. Dalam penelitian ini dilakukan untuk melihat menambah penelitian perilaku *sticky cost* yang terjadi di Indonesia. Pada penelitian ini menggunakan data perusahaan manufaktur pada periode 2014-2015. Penl

Tujuan penelitian ini melihat adanya perilaku *sticky cost* yang terjadi di perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia serta melihat berpengaruhnya *asset intensity* dan *employee intensity* terhadap *sticky cost*. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para manager dalam membuat perencanaan biaya serta dalam pengambilan keputusan terkait biaya. Selain manager penelitian ini juga bermanfaat

bagi para investor untuk dijadikan pertimbangan dalam memilih perusahaan yang tidak beresiko memiliki tingkat *sticky cost* yang tinggi dengan melihat *asset intensity* dan *employee intensity*.

KERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Adjustment Cost Theory

Adjustment Cost Theory diperkenalkan pertama kali oleh Lucas pada tahun 1967. Pada saat itu terjadi adanya goncangan pada perusahaan yang tidak bisa dengan langsung merubah faktor produksi tanpa biaya penyesuaian. Hal ini menunjukkan bahwa untuk merubah tingkat faktor produksi yang digunakan sangat memerlukan biaya yang mahal.

Menurut Hamermesh (1996) dalam Pitchekeun dan Panmanee (2012) mengatakan bahwa penyesuaian biaya secara implisit dapat menghasilkan nilai output yang hilang karena biaya penyesuaian tidak dapat diukur pada dan dilaporkan pada laporan pengeluaran pendapatan yang dihasilkan oleh akun perusahaan. Jika manager membutuhkan kenaikan atau penurunan sumber daya, maka biaya penyesuaian harus dikeluarkan. Oleh karena itu, manager mungkin ragu untuk mengurangi sumber daya saat penjualan menurun.

Sticky Cost

Biaya dikatakan *sticky* apabila kenaikan biaya cenderung mudah berubah ketika penjualan meningkat dibandingkan ketika penjualan menurun. Malcom (1991) dalam Apriliawati dan Nugrahanti (2013) menemukan bahwa beberapa biaya memang sulit untuk disesuaikan dengan aktivitas produksinya. Biaya yang sulit untuk disesuaikan yaitu biaya tetap atau *fixed*

cost karena biaya tersebut cenderung melekat dan sulit untuk mengikuti walaupun aktivitas perusahaan sedang menurun. Sifat biaya itulah yang menyebabkan biaya disebut *sticky*. Biaya dapat dikatakan *sticky* jika besaran peningkatan biaya ketika volume aktivitas perusahaan mengalami kenaikan lebih tinggi dibandingkan ketika volume penjualan mengalami penurunan (Cooper dan Kaplan, 1998; Anderson et al, 2003; Subramanyam dan Weidenmier, 2003; Windyastuti dan Biyanto, 2005; Apriliawati dan Nugrahanti, 2013).

Sticky Cost Pada Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum

Model tradisional perilaku biaya terkait dengan biaya untuk berbagai tingkat aktivitas tanpa mempertimbangkan bagaimana intervensi manajerial mempengaruhi proses sumber daya penyesuaian, namun perilaku biaya berhubungan dengan keputusan manager dalam menghadapi ketidakpastian permintaan dimasa mendatang. Biaya menyesuaikan dengan perubahan volume sumber daya yang sudah dipesan manager, sedangkan manager perlu berhati-hati dalam perencanaan pesanan sumber daya, yaitu menunda pesanan sampai mendapat kepastian permintaan yang turun (Anderson et al, 2003; Hidayatullah et al, 2011).

Menurut Anderson et al (2006) dalam Apriliawati dan Nugrahanti (2013) perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum dapat diperelajari dengan menghubungkan aktivitas penjualan karena volume penjualan memiliki pengaruh pada beberapa komponen biaya penjualan, administrasi dan umum. Ketika manajemen memutuskan untuk mempertahankan utilisasi sebenarnya menunda penyesuaian biaya yang pada akhirnya membiarkan biaya penjualan, administrasi dan umum tetap. Selain

itu, penjualan bersih mempengaruhi biaya penjualan, administrasi dan umum. Komponen penyusun biaya penjualan, administrasi dan umum antara lain biaya gaji karyawan kantor, biaya perbaikan dan pemeliharaan aset kantor, dan biaya penyusutan gedung.

Referensi penelitian sebelumnya menggunakan penjualan bersih sebagai proksi dari volume penjualan karena volume penjualan karena penjualan tidak dapat diamati secara langsung. Perilaku biaya pada biaya administrasi, penjualan dan umum dapat dipelajari dengan menghubungkan aktivitas penjualan karena volume penjualan mempengaruhi beberapa komponen biaya penjualan, administrasi dan umum. Biaya penjualan, administrasi dan umum memiliki komponen *fix* dan komponen variabel, maka biaya ini memiliki sifat yaitu biaya semi variabel. Biaya penjualan, administrasi dan umum menjadi *sticky* ketika besarnya biaya penjualan, administrasi dan umum meningkat lebih tinggi dan ketika volume penjualan naik dibandingkan besarnya biaya penjualan, administrasi dan umum yang menurun ketika volume penjualan menurun (Windyastuti dan Biyanto, 2005; Wahyuningtyas dan Nugrahanti, 2014).

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Besaran kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum pada saat penjualan bersih naik lebih tinggi dibanding besaran penurunan biaya penjualan, administrasi dan umum pada saat penjualan bersih turun sehingga adanya perilaku *sticky cost*.

Variasi Tingkatan *Sticky Cost Asset Intensity* Terhadap *Sticky Cost* pada Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum

Ketika volume penjualan mengalami penurunan, manajer akan berusaha menurunkan skala pembelian pada persediaan bahan baku yang pengadaannya dengan melakukan pembelian dengan pihak luar. Manajer akan lebih mudah untuk mengurangi atau menghentikan bahan baku tersebut.

Akan tetapi untuk input yang diperoleh dari dalam perusahaan (Aset perusahaan), pelepasan aset ketika terjadi penurunan penjualan sangatlah mahal. Perusahaan harus membayar biaya pembelian aset dan kehilangan investasi perusahaan yang spesifik. Pada saat terjadi penurunan penjualan, perusahaan yang memiliki aset lebih tinggi akan mengalami kelengketan biaya karena menghadapi dilema yang lebih besar. Sehingga, semakin tinggi intensitas aset maka kelengketan biaya pada biaya penjualan, administrasi, dan umum akan semakin tinggi juga (Windyastuti dan Biyanto, 2005 dalam Nugroho dan Endarwati 2013).

Penelitian Widyastuti dan Biyanto (2005) dalam Nugroho dan Endarwati (2013) menemukan bahwa tingkat *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi, dan umum meningkat sesuai dengan *asset intensity* karena biaya yang ada dalam aset seperti biaya perawatan dan biaya depresiasi termasuk kedalam komponen biaya penjualan, administrasi dan umum.

Berdasarkan konsep yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Peningkatan *stickiness* pada biaya penjualan, administrasi dan umum sesuai dengan peningkatan *asset intensity* (rasio total aset terhadap penjualan bersih) perusahaan sehingga adanya pengaruh pada *sticky cost*

***Employee Intensity* Terhadap *Sticky Cost* pada Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum**

Employee Intensity adalah rasio jumlah karyawan terhadap penjualan bersih (Pithecckun dan Panmanee, 2012). Biaya gaji termasuk dalam komponen biaya penjualan administrasi dan umum, sehingga penjualan mempengaruhi biaya gaji. Menghentikan tenaga kerja sangat mahal karena perusahaan harus mengeluarkan biaya pesangon. Perusahaan akan kehilangan investasi yang spesifik ketika pekerja diberhentikan saat penjualan menurun dan menambah karyawan saat penjualan meningkat sehingga biaya gaji bersifat *sticky* (Windyastuti dan Biyanto, 2005; Wahyuningtyas dan Nugrahanti, 2014). Namun apabila manajer mengambil keputusan untuk melakukan *adjustment cost* terhadap biaya gaji dengan kata lain manajer melakukan pemutusan hubungan kerja maka *sticky cost* tidak terjadi (Anderson et al, 2003; Wahyuningtyas dan Nugrahanti, 2014).

Berdasarkan konsep yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Peningkatan *stickiness* pada biaya penjualan, administrasi dan umum sesuai dengan peningkatan *employee intensity* (rasio jumlah karyawan terhadap penjualan bersih) perusahaan sehingga adanya pengaruh pada *sticky cost*.

METODOLOGI PENELITIAN

Sampel dan Data

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016.

Data yang diambil adalah data sekunder yang diambil dari *www.idx.com*. Pengambilan sample menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria: Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan secara konsisten dari tahun 2014-2016; Perusahaan manufaktur yang menyajikan informasi mengenai biaya penjualan, administrasi dan umum, penjualan bersih, total aset dan jumlah karyawan; Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami *delisting* selama periode pengamatan; dan Perusahaan manufaktur yang jumlah biaya penjualan, administrasi dan umumnya tidak melebihi jumlah penjualan bersih.

Variabel Penelitian

1. Biaya penjualan, administrasi dan umum
2. Penjualan Bersih
3. *Asset Intensity* (Total aset/Penjualan Bersih)
4. *Employee Intensity* (Jumlah karyawan/ Penjualan Bersih)

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model yang telah dikenalkan oleh (Anderson *et al*, 2003) dan telah digunakan oleh beberapa peneliti di berbagai negara dan di Indonesia. Dalam penelitian ini sebelum menguji variabel yang berpengaruh pada *sticky cost* maka langkah pertama yang harus dilakukan yaitu menguji perilaku *sticky cost* dengan model yang sudah digunakan oleh peneliti sebelumnya.

Model persamaan ini untuk **Pengujian pada Hipotesis 1** : $Penjualan_{i,t} = Penjualan$

$$\text{Log} [PA\&U_{i,t}/PA\&U_{i,t-1}] = \frac{\beta_0 + \beta_1 [Penjualan_{i,t}/ Penjualan_{i,t-1}] + \beta_2 DECRUM_{i,t}^*}{\log[Penjualan_{i,t}/ Penjualan_{i,t-1}]}$$

Keterangan:

- PA&U_{i,t} = Biaya Penjualan, Admistrasi dan Umum perusahaan i pada periode t
- PA&U_{i,t-1} = Biaya Penjualan, Admistrasi dan Umum perusahaan i pada periode t-1
- β = Persentase Kenaikan Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum
- Penjualan_{i,t} = Penjualan Bersih pada periode t
Penjualan_{i,t-1} = Penjualan Bersih pada periode t-1
- DECRDUM_{i,t} = Variabel Dummy Bernilai 1 Jika Penjualan Bersih Turun antara Periode t dan t-1, serta sebaliknya
- ε_{i,t} = Residual/Error

Koefisien β₁ mengukur presentase kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum akibat kenaikan penjualan bersih sebesar 1% karena variabel *dummy* yang bernilai 0 pada saat penjualan bersih tidak menurun. Persentase

penurunan biaya penjualan, administrasi dan umum akibat penurunan penjualan bersih sebesar 1% diukur dengan penjumlahan dari koefisien β₁+ β₂. Apabila biaya penjualan, administrasi dan umum bersifat *sticky*, maka variasi peningkatan

biaya administrasi dan penjualan bersih harus lebih besar dibandingkan saat penurunan penjualan bersih.

Hipotesis 1 mendasar pada $\beta_1 > 0$ dan $\beta_2 < 0$ atau jika $\beta_1 + \beta_2$, dengan demikian menunjukkan bahwa kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum pada saat penjualan naik lebih tinggi dibandingkan penurunan biaya penjualan, administrasi dan umum pada saat penjualan bersih turun. Ini berarti dapat dikatakan biaya

penjualan, administrasi dan umum bersifat *sticky* (Anderson, 2003).

Setelah model 1 teruji maka untuk menambah variabel yang mempengaruhi tingkat *sticky cost* tersebut dapat dilakukan dengan model berikut. Variabel yang digunakan untuk melihat tingkat *stickiness* yaitu *asset intensity* dan *employee intensity*. Model Pengujian ini digunakan untuk pengujian **Pengujian Hipotesis 2 dan Hipotesis 3:**

$$\text{Log [PA\&U}_{i,t}/\text{PA\&U}_{i,t-1}] = \frac{\beta_0 + \beta_1 [\text{Penjualan}_{i,t}/\text{Penjualan}_{i,t-1}] + \beta_2 * \text{DECRUM}_{i,t} * \log[\text{Penjualan}_{i,t}/\text{Penjualan}_{i,t-1}] + \beta_3 \text{DECRUM}_{i,t} * \log[\text{Penjualan}_{i,t}/\text{Penjualan}_{i,t-1}] * \log [\text{Total Aset}_{i,t} / \text{Penjualan}_{i,t-1}] + \beta_4 \text{DECRUM}_{i,t} * \log[\text{Penjualan}_{i,t}/\text{Penjualan}_{i,t-1}] * \log[\text{Jumlah Karyawan}_{i,t} / \text{Penjualan}_{i,t-1}] + \epsilon_{i,t}}$$

Keterangan:

- PA&U_{i,t} = Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum perusahaan i pada periode t
- PA&U_{i,t-1} = Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum perusahaan i pada periode t-1
- Penjualan_{i,t} = Penjualan Bersih pada periode t
- Penjualan_{i,t-1} = Penjualan Bersih pada periode t-1

Asset intensity dan *employee intensity* berpengaruh jika signifikansi secara statistik dengan nilai α (*alpha*) sebesar 0,05. Alasan penentuan nilai α (*alpha*) sebesar 0,05 karena sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu Anderson *et al* (2003), Windyastuti dan Biyanto (2005), Nugroho dan Endarwati (2013) dan Wahyuningtyas dan Nugrahanti (2014). Dengan signifikansinya variabel-variabel tersebut maka analisis kondisi dan situasi yang mempengaruhi derajat *stickiness* biaya penjualan, administrasi dan umum dapat dilakukan.

Pengaruh *asset intensity* dan *employee intensity* terhadap derajat *stickiness* biaya penjualan, administrasi dan umum terlihat dari β_3

dan β_4 yang bertanda negatif dan signifikan. Ini berarti bila *asset intensity* dan *employee intensity* naik, maka variasi penurunan biaya penjualan, administrasi dan umum akibat penurunan penjualan bersih akan lebih kecil dibandingkan ketika *asset intensity* dan *employee intensity* tidak mengalami kenaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan terdapat 149 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Berdasarkan data tersebut,

terdapat 24 perusahaan yang tidak menyajikan informasi yang lengkap, 6 perusahaan yang mengalami *delisting* selama periode pengamatan, 4 perusahaan yang memiliki nilai biaya penjualan, administrasi dan umum melebihi penjualan bersih, 25 perusahaan yang menerbitkan laporan dengan mata uang asing.

Dengan periode penelitian 3 tahun (2013-2014, 2014-2015, dan 2015-2016) maka jumlah data sebanyak 90 perusahaan, sehingga total pengamatan berjumlah 270. Dari data tersebut 7 data *outlier*, sehingga total data yang dapat diolah sebanyak 263.

Sebelum melakukan uji *sticky cost*, maka peneliti terlebih dahulu melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji Multikolinearitas, uji Heteroskedastisitas dan uji Autokorelasi.

Hasil Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

A. Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis 1 menjelaskan mengenai keterkaitan antara koefisien variabel dengan model *sticky cost* dapat dilihat pada Lampiran 1. Dalam penelitian ini, koefisien $\beta_1 > 0$ dan koefisien $\beta_2 < 0$ dan terpenuhi. Dengan menjumlahkan $\beta_1 + \beta_2$ maka akan diperoleh persentase penurunan biaya penjualan, administrasi dan umum akibat penjualan menurun sebesar 1%, menghasilkan nilai -0,078 (0,328-0,406). Sedangkan nilai koefisien β_1 sebesar 0,328. Hal ini menunjukkan bahwa ketika penjualan menurun sebesar 1% maka biaya penjualan, administrasi dan umum sebesar 0,078%. Sedangkan ketika penjualan bersih naik sebesar 1% maka biaya penjualan, administrasi dan umum akan mengalami peningkatan sebesar 0,328%. Hal ini menunjukkan bahwa adanya perilaku *sticky cost*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Anderson *et al.* (2003), De Medeiros dan Costa (2005), Teruya (2010), Weiss (2010), Windyastuti dan Biyanto (2005), Weiss (2010) serta Wahyuningtyas dan Nugrahanti (2014) menyatakan bahwa biaya penjualan, administrasi dan umum dikatakan *sticky* jika komponen terbesar dalam biaya penjualan, administrasi dan umum adalah *fixed cost* yang tidak mudah mengikuti pergerakan penjualan. Sehingga kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum ketika penjualan naik lebih besar dibandingkan dengan penurunannya pada volume aktivitas yang sama.

Komponen pembentuk biaya penjualan, administrasi dan umum antara lain biaya gaji karyawan kantor, biaya penyusutan gedung kantor dan pemeliharaan aset kantor. Penghentian karyawan kantor ketika penjualan menurun, pada perusahaan akan berakibat kekurangan tenaga kerja ketika penjualan meningkat. Hal ini membuat *cost* penggantian tenaga kerja atau biaya gaji karyawan kantor naik sehingga perilaku *sticky cost* lebih tinggi.

Banyak komponen yang terlibat dalam biaya penjualan misalnya termasuk gaji, biaya iklan, biaya manufaktur, sewa, dan semua biaya dan pajak secara langsung berhubungan dengan produksi dan penjualan produk (sumber: wikipedia.org). Biaya yang paling besar dalam hal ini yaitu biaya imbalan kerja atau beban gaji yang termasuk dalam komponen penjualan seperti pada PT Astra International Tbk, dimana pada perusahaan tersebut memiliki beban imbalan kerja sebesar 15.740 miliar dan lebih besar dibanding beban yang lainnya.

Penelitian ini sesuai dengan *cost adjustment delay theory*. Manajer yang

memprediksi penjualan akan meningkat di masa depan akan mendorong manajer untuk mempertahankan sumber daya yang tidak digunakan daripada mengeluarkan biaya penyesuaian ketika permintaan menurun. Hal ini akan menimbulkan biaya tetap yang membuat total biaya sulit untuk berubah sehingga muncul indikasi perilaku *sticky cost*.

Ketika terjadinya perilaku *sticky cost* maka perusahaan akan mengalami penurunan laba, dengan penurunan laba tersebut maka perusahaan akan sulit bersaing dengan perusahaan lainnya baik nasional maupun internasional. Pada penelitian ini adanya perilaku *sticky cost* di perusahaan manufaktur di Indonesia sehingga dapat menyebabkan perusahaan sulit bersaing dengan perusahaan internasional. Untuk mengatasi hal tersebut, para manajer perusahaan melakukan penyesuaian pada biaya yang dilihat lebih tinggi.

B. Pengujian Hipotesis 2 dan 3

Dalam hasil penelitian pada pengujian Hipotesis 2 dan 3 ini dapat dilihat pada Lampiran 2 dengan melihat nilai signifikansi aset intensity sebesar $0,000 < 0,005$, hal ini menunjukkan bahwa *asset intensity* berpengaruh signifikan terhadap *sticky cost*. Koefisien *asset intensity* sebesar $-0,138$, hal ini menunjukkan bahwa *asset intensity* berpengaruh terhadap *sticky cost* dengan arah negatif yang artinya kenaikan *asset intensity* lebih tinggi dibandingkan dengan penurunan biaya penjualan, administrasi dan umum.

Tingkat *sticky cost* akan lebih tinggi pada perusahaan yang mempergunakan aset untuk menjalankan kegiatan operasioanalnya (Dewi, 2012 dalam Wahyuningtyas dan Nugrahanti, 2014). *Sticky cost* terjadi karena manajer tidak segera menyesuaikan biaya (Anderson *et al*,

2003). Tindakan untuk menjual aset ketika penjualan bersih menurun sangat berisiko karena perusahaan akan khilangan investasi yang spesifik (Anderson *et al*, 2003 dalam Wahyuningtyas dan Nugrahanti, 2014). Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa peneliti sebelumnya oleh Windyastuti dan Biyanto (2005), Nugroho dan Endarwati (2013), serta Wahyuningtyas dan Nugrahanti (2014). Dengan demikian, penelitian ini mendukung hipotesis 2 bahwa peningkatan *stickiness* pada biaya penjualan, administrasi dan umum sesuai dengan peningkatan *asset intensity*.

Nilai signifikansi *employee intensity* sebesar $0,639 > 0,005$, hal ini menunjukkan bahwa *employee intensity* tidak signifikan. Koefisien *employee intensity* sebesar $-0,789$, hal ini menunjukkan bahwa *employee intensity* tidak berpengaruh pada kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum pada saat penjualan menurun.

Kondisi ini dibuktikan dengan pada kondisi saat pasa tenaga kerja di Indonesia yang bercirikan pasokan kerja berlebih (*labour surplus*). Jumlah pekerja yang diperlukan perusahaan lebih kecil dibanding jumlah orang yang bersedia bekerja. Faktor *labour surplus* membuat perusahaan relatif mudah untuk menyesuaikan jumlah pekerja dengan skala operasi perusahaan terutama untuk pekerja produksi. Oleh karena itu pekerja produksi keberadaannya terkait langsung dengan kegiatan oprasional perusahaan (Windyastuti dan Biyanto, 2005).

Peneltiaan ini tidak sejalan dengan Windyastuti dan Biyanto (2005) serat Wahyuningtyas dan Nugrahanti (2014). Keduanya menyatakan bahwa *employee intensity* berpengaruh terhadap *sticky cost* namun dengan arah yang berbeda dengan kerangka

teori yang artinya peningkatan *stickiness* pada biaya penjualan, administrasi dan umum tidak didukung, artinya saat *employee intensity* meningkat, *sticky cost* akan menurun

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa ditemukannya perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum pada perusahaan manufaktur di Indonesia pada periode 2014-2016. Hal ini dapat dibuktikan bahwa bahwa ketika penjualan bersih mengalami kenaikan maka biaya penjualan, administrasi dan umum meningkat lebih besar dibandingkan ketika penjualan mengalami penurunan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 2 dapat disimpulkan bahwa *asset intensity* berpengaruh signifikan terhadap kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Hal ini berarti semakin tinggi *asset intensity*, maka *sticky cost* akan semakin tinggi pula. Pada hasil pengujian hipotesis 3 *employee intensity* tidak berpengaruh terhadap kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum pada perusahaan manufaktur di Indonesia yang artinya kenaikan atau penurunan tingkat *sticky cost* tidak dipengaruhi oleh *employee intensity*.

Implikasi

Diharapkan untuk para manajer perusahaan agar dapat mempertimbangkan kembali pengambilan keputusan dan perencanaan biaya pada batas ketika *sticky cost* masih bisa dibiarkan dan pada batas ketika biaya harus mulai disesuaikan agar biaya dapat dikelola sedemikian rupa sehingga tingkat

sticky cost pada perusahaan tidak meningkat. Selain itu, Aset sebagai penunjang kegiatan perusahaan harus mampu dikelola dengan baik, karena kenaikan aset diikuti dengan kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum. Selain itu manajer juga harus dapat menahan untuk pembelian aset terutama mesin untuk operasi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari *prospect* penjualan dimasa yang akan datang.

Saran

Manajer harus mengenali dan mengendalikan *sticky cost*, karena *sticky cost* berdampak buruk karena dapat mengurangi laba. Selain itu karena adanya pengaruh *asset intensity* terhadap *sticky cost* manajer harus mengambil keputusan yang tepat untuk menahan sumber daya ketika penjualan menurun atau melakukan penyesuaian; diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk menggantikan variabel yang tidak berpengaruh untuk melihat apakah adanya pengaruh lain yang dapat meningkatkan *sticky cost*; dan Diharapkan peneliti mengembangkan penelitian lainnya yang dilakukakan dengan tidak hanya pada perusahaan manufaktur, seperti perusahaan perbankan, perusahaan pertanian, dan lainnya. Hal ini agar bermanfaat bagi pengembangan penelitian mengenai perilaku *sticky cost* dan menambah keluasan literatur.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, M. C., R. D. Banker, dan S. N. Janakiraman. 2003. Are selling, general, and administrative cost "sticky"? *Journal of Accounting Research*. Vol.41 No.1
- Amelia Vicky, 2015 M. C., R. D. Banker, dan S. N. Janakiraman. 2003. Are selling, general, and administrative cost "sticky"? *Journal of Accounting Research*. Vol.41 No.1.

- Dewi, A. A. K. 2012. Apakah Kelengketan Biaya Terjadi Pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. Tidak Dipublikasikan.
- Garrison, et al. 2008. *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat
- Hidayatullah, I. J. *et al.* 2011. Analisis perilaku *sticky cost* dan pengaruhnya terhadap prediksi laba menggunakan model *cost variability* dan *cost stickiness* pada emiten di BEI untuk industri manufaktur. *Simposium Nasional Akuntansi*. Available at *sna.akuntansi.unikal.ac.id*.
- Nugroho, P. I., dan W. Endarwati. 2013. Do the cost stickiness in the selling, general and administrative costs occur in manufacturing companies in Indonesia? *Simposium Nasional Akuntansi XVI Manado*.
- Pichetkun, N., dan Panmanee, 2012. The Determinants of Sticky Cost Behavior A Structural Equation Modeling Aproach. *Doctoral Dissertation*. Rajamangala University of Technology. Thanyaburi Thailand.
- Ratnawati, Lea dan Nugrahanti Y. Widi, 2015. Perilaku Sticky Ciost Biaya Administrasi dan Umum Serta Harga Pokok Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. XVIII No. 2.
- Teruya, jenny., Shimizu, T., and He, D. 2010. Sticky Selling, General, and Administrative Cost Behavior and It's Changes in Japan. *Global Journal of Business Research*. 4(4): 1-10
- Wahyuningtyas, Yuniasih dan Nugrahanti Y. Widi, 2014. "Pengaruh *Asset Intensity* dan *Employee Intensity* Terhadap *Sticky Cost* Pada Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 8 No. 2, al 113-121
- Windyastuti, B. F. 2005. Analisis perilaku *cost*: Perilaku *sticky cost cost* pemasaran, administrasi & umum pada penjualan bersih (studi empiris perusahaan yang terdaftar di BEJ). *Simposium Nasional Akuntansi VIII*, Solo.
- Weiss, D. 2010. Cost behavior and analysts earnings forecast. *The Accounting Review*. Vol. 85 No. 4