

## **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 mengurahi 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*.

## BAB II

### KAJIAN TEORITIK

#### A. Deskripsi Konseptual

##### 1. *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 manajer membutuhkan kenaikan atau penurunan sumber daya, maka biaya penyesuaian harus dikeluarkan. Oleh karena itu, manajer mungkin ragu untuk mengurangi sumber daya saat penjualan menurun.

##### 2. *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; Aprialiawati dan Nugrahanti, 2013).

Menurut Windyastuti dan Biyanto (2005) *sticky cost* terjadi karena pertama, ketidakseimbangan penyesuaian sumber daya yaitu lebih lambat dalam proses penyesuaian yang menurun dibanding proses penyesuaian yang meningkat. Kedua, biaya penjualan, administrasi dan umum terjadi ketika manajer memutuskan tetap memakai sumber daya yang tak terpakai dibanding melakukan penyesuaian ketika volume menurun.

Yasukata dan Kajiwara (2011) dalam Aprialiawati dan Nugrahanti (2013) mengatakan hal sama yang berkaitan dengan *the adjustment delay theory* dan *the deliberate decision theory* dengan kesimpulan yang diambil bahwa biaya menjado *sticky* ketika manajer memperkirakan bahwa volume penjualan dimasa mendatang akan terjadi peningkatan. Manajer akan mengambil keputusan yang disengaja dengan tetap mempertahankan sumber dayanya yang berlebihan dalam jangka pendek sehingga manajer tidak melakukan *adjustment cost*, meskipun penjualan yang terjadi pada peridoe yang berjalan mengalami penurunan. Hal inilah yang akan menyebabkan terjadinya perilaku *sticky cost*.



### 3. *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 manajer dalam menghadapi ketidakpastian permintaan dimasa mendatang. Biaya menyesuaikan dengan perubahan volume sumber daya yang sudah dipesan manajer, sedangkan manajer perlu berhati-hati dalam perencanaan pesanan sumber daya, yaitu menunda pesanan sampai mendapat kepastian permintaan yang turun (Anderson *et al*, 2003 dalam Hidayatullah *et al*, 2011).

Menurut Anderson *et al* (2006) dala Apriliawati dan Nugrahanti (2013) perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum dapat diperlajari 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

#### 4. Variasi Tingkatan *Sticky Cost*

##### a. *Asset Intensity*

Aset merupakan kekayaan yang mempunyai manfaat ekonomi berupa benda berwujud dan benda tak berwujud yang dapat dikuasai oleh yang berhak akibat transaksi. Pada dasarnya aset diklasifikasikan menjadi bagian utama yaitu aset lancar dan aset tetap (aset tidak lancar). Aset lancar adalah aset perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan dan mempunyai umur ekonomis paling lama satu tahun dalam siklus kegiatan yang normal (M. Nafarin, 2007:45). Sedangkan aset tetap merupakan komponen aset yang paling besar nilainya di dalam neraca (Laporan Posisi Keuangan) sebagian besar perusahaan, terutama perusahaan padat modal seperti perusahaan manufaktur. Martani *et al* (2012) dalam Amelia (2015) mendefinisikan aset tetap adalah aset berwujud yang :

- a. Dimiliki untuk digunakan dalam produksi atau penyediaan barang atau jasa, untuk direntalkan kepada pihak lain atau untuk tujuan administrasi
- b. Diharapkan untuk digunakan selama lebih dari satu periode.

Martani *et al* (2012) dalam Amelia (2015) menjelaskan bahwa aset tetap suatu entitas memiliki masa manfaat lebih dari satu periode dan seiring dengan pemakaian aset tersebut maka kemampuan potensial aset tersebut untuk menghasilkan pendapatan akan semakin berkurang. Oleh

karena itu, biaya perolehan aset harus dialokasikan sepanjang umur dari aset tersebut secara sistematis. Depresiasi adalah metode pengalokasian biaya aset tetap untuk menyusutkan nilai secara sistematis selama periode manfaat dari aset tersebut. Dalam manajemen pajak, depresiasi dapat dijadikan sebagai pengurang beban pajak.

*Berdasarkan konsep-konsep diatas, asset intensity adalah rasio aset dibandingkan dengan penjualan yang digunakan untuk melihat adanya pengaruh sticky cost terhadap biaya penjualan, administrasi, dan umum. Ketika volume penjualan mengalami penurunan, manajer akan terus berusaha menurunkan*

b. *Employee Intensity*

*Employee intensity* adalah rasio jumlah karyawan terhadap penjualan bersih. Biaya gaji termasuk dalam komponen biaya penjualan, administrasi, dan umum sehingga penjualan mempengaruhi biaya gaji. Menurut subri, karyawan merupakan setiap penduduk yang masuk ke dalam usia kerja (berusia di rentang 15 hingga 64 tahun), atau jumlah total seluruh penduduk yang ada pada sebuah negara yang memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan akan tenaga yang mereka produksi, dan jika mereka mau berkecimpung / berpartisipasi dalam aktivitas itu.

Sedangkan menurut Hasibuan (2012) pengertian karyawan adalah setiap orang yang menyediakan jasa (baik dalam bentuk pikiran maupun dalam bentuk tenaga) dan mendapatkan balas jasa ataupun kompensasi yang besarnya telah ditentukan terlebih dahulu.

## B. Hasil Penelitian yang relevan

**Tabel II. 1 Ringkasan Penelitian terdahulu**

No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil
1	Yuniasih Wahyuningtyas dan Yeterina Widi Nugrahanti (2014)  <i>Jurnal Ekonomi &amp; Bisnis Tahun 2007. ISSN: 1978-3116</i>	Pengaruh <i>Asset Intensity</i> dan <i>Employee Intensity</i> Terhadap <i>Sticky Cost</i> Pada Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum	Variabel Independen : 1. Penjualan Bersih 2. <i>Asset Intensity</i> 3. <i>Employee Intensity</i>  Variabel Dependen : Biaya penjualan, administrasi dan umum	1. Ditemukan adanya perilaku <i>sticky cost</i> pada biaya penjualan, administrasi dan umum pada perusahaan manufaktur di Indonesia periode 2009-2012 2. Besarnya <i>sticky cost</i> dipengaruhi oleh <i>asset intensity</i> 3. Besarnya <i>sticky cost</i> dipengaruhi oleh <i>employee intensity</i> , namun dengan arah yang berbeda yang menandakan peningkatan <i>employee intensity</i> tidak sesuai dengan peningkatan <i>sticky cost</i>
2	Windyastuti dan Frasto Biyanto (2005)  <i>SNA VII Solo 15-16 September 2005</i>	Analisis Perilaku Kos: <i>Stickiness</i> Kos Pemasaran, Administrasi dan Umum Pada Penjualan Bersih (Studi Empiris	Variabel Independen : 1. Pendapatan penjualan bersih 2. Jumlah Karyawan 3. Aset Bersih	1. Variasi kos pemasaran, administrasi dan umum ketika penjualan bersih mengalami kenaikan lebih besar daripada ketika penjualan bersih mengalami

		Perusahaan Yang Terdaftar di BEJ)	<p>Variabel Dependen : Kos pemasaran, administrasi dan umum (Kos PA&amp;U)</p> <p>1.</p>	<p>penurunan. Ini berarti kos pemasaran, administrasi dan umum bersifat <i>sticky</i></p> <p>2. Kos pemasaran, administrasi dan umum akan lebih <i>sticky</i> ketika perekonomian mengalami pertumbuhan</p> <p>3. Tingkat <i>stickiness</i> pada kos pemasaran, administrasi dan umum meningkat sesuai dengan <i>asset intensity</i> perusahaan</p> <p>4. Ketika penjualan bersih mengalami penurunan, maka untuk perusahaan yang memiliki intensitas pekerja tinggi, kos pemasaran, administrasi dan umum mengalami penurunan yang lebih besar daripada perusahaan dengan intensitas pekerja rendah.</p>
--	--	-----------------------------------	--	---

3	<p>Idi Junaidi Hidayatullah, Wiwik Utami, Yudhi Herliansyah (2011)</p> <p><i>Jurnal Universitas Mercu Buana</i></p>	<p>Analisis Perilaku <i>Sticky Cost</i> Dan Pengaruhnya Terhadap Prediksi Laba Menggunakan Model <i>Cost Variability</i> Dan <i>Cost Stickiness</i> (CVCS) Pada Emiten Di BEI Untuk Industri Manufaktur</p>	<p>Variabel Independen: 1. Penjualan bersih 2. ROE 3. Rasio dari penjualan bersih dan <i>equity</i></p> <p>Variabel Dependen: 1. Kos pemasaran, administrasi dan umu 2. Harga Pokok Penjualan (HPP)</p>	<p>1. Variasi kos pemasaran, administrasi dan umum (PA&amp;U) ketika penjualan bersih mengalami kenaikan lebih besar daripada ketika penjualan bersih mengalami penurunan. Ini berarti kos pemasaran, administrasi dan umum bersifat <i>sticky</i></p> <p>2. Variasi harga pokok penjualan (HPP) ketika penjualan bersih mengalami kenaikan sedikit lebih kecil daripada ketika penjualan bersih mengalami penurunan. Ini berarti harga pokok penjualan tidak bersifat <i>sticky</i></p> <p>3. Pengaruh <i>sticky cost</i> terhadap prediksi laba yang menggunakan model CVCS sangat kecil akan tetapi keakuratan model tersebut lebih baik dibandingkan dengan model ROE sederhana</p>
---	---	---	---	---

4	<p>Paskah Nugroho dan Wulan Endarwati (2013)</p> <p><i>SNA Akuntansi 16 Manado, 25-28 September 2013</i></p>	<p><i>Do the Cost Stickiness in The Selling, General and Administrative Costs Occur in Manufacturing Companies in Indonesia?</i></p>	<p>Variabel Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendapatan penjualan</li> <li>2. Dummy penurunan</li> <li>3. <i>Asset Intensity</i></li> </ol> <p>Variabel Dependen:</p> <p>Biaya penjualan, administrasi dan umu</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak terjadi adanya perilaku <i>sticky cost</i> pada perusahaan manufakturing di Indonesia</li> <li>2. Terjadi tingkat <i>stickiness</i> pada kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum</li> </ol>
5	<p>Lea Ratnawati dan Yeterina Widi Nugrahanti (2015)</p> <p><i>Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Satya Kencana, Volume XVIII No. 2 Agustus 2015</i></p>	<p>Perilaku <i>Sticky Cost</i> Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum Serta Harga Pokok Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur</p>	<p>Variabel Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penjualan bersih</li> <li>2. Dummy penurunan</li> </ol> <p>Variabel Dependen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Biaya penjualan, administrasi dan umum</li> <li>2. Harga Pokok Penjualan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat perilaku <i>sticky cost</i> pada biaya penjualan, administrasi dan umum</li> <li>2. Terdapat indikasi perilaku <i>sticky cost</i> pada HPP</li> </ol>

6	<p>Risvia Apriliawati dan Yeterina Widi Nugrahanti (2013)</p> <p><i>Jurnal Universitas Kristen Satya Kencana</i></p>	<p>Perilaku Sticky Cost Pada Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012)</p>	<p>Variabel Independen: 1. Penjualan bersih 2. Tingkat pertumbuhan ekonomi</p> <p>Variabel Dependen: Biaya penjualan, administrasi dan umum</p>	<p>1. Terdapat adanya indikasi perilaku <i>sticky cost</i> pada biaya penjualan, administrasi dan umum pada perusahaan manufaktur di Indonesia periode 2009-2012 2. Besarnya besaran <i>sticky cost</i> dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi yang artinya jika pertumbuhan ekonomi semakin meningkat maka besaran <i>stickiness</i> pada biaya penjualan, administrasi dan umum juga mengalami kenaikan sesuai dengan <i>asset intensity</i> perusahaan</p>
7	<p>Windyatuti (2010)</p> <p><i>Buletin Ekonomi Vol. 8 No. 3, Desember 2010 hal 170-268</i></p>	<p><i>Stickiness</i> Kos Produksi dan Non-Produksi (Studi Pada Perusahaan Plastik dan Kaca Yang Terdaftar di BEJ)</p>	<p>Variabel Independen: 1. Penjualan Bersih (dideflasikan)</p> <p>Variabel Dependen: 1. Kos Produksi 2. Kos Non-produksi (kos administrasi dan umum)</p>	<p>1. Kos produksi pada perusahaan plastik dan kaca tidak bersifat <i>sticky</i> 2. Kos non-produksi pada perusahaan plastik dan kaca bersifat <i>sticky</i></p>

Sumber: Data diolah, 2018



Untuk menambah eksistensi perilaku *sticky cost* yang terjadi di Indonesia pada saat ini, maka peneliti menambahkan determinan dari perilaku *sticky cost* dengan menambahkan variabel *asset intensity* dan *employee intensity* seperti yang telah dilakukan oleh Wahyuningtyas dan Nugrahanti (2014) dan Windyastuti dan Biyanto (2005).

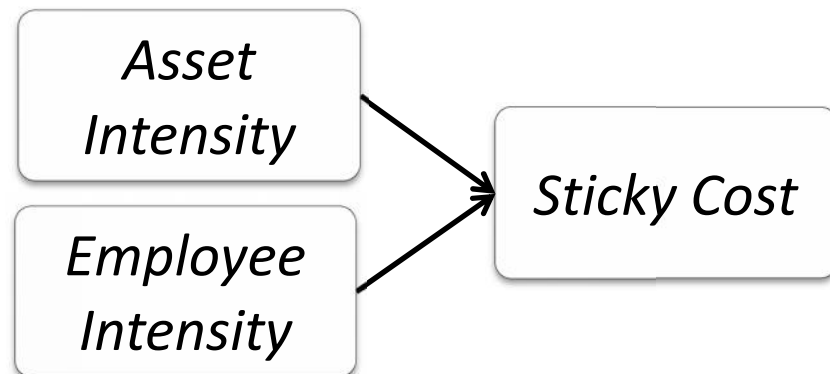
### **C. Kerangka Teoretis**

*Adjustment cost theory* menyatakan bahwa dapat terjadi suatu keadaan yang tidak dapat disangka ketika perusahaan tidak melakukan segera penyesuaian apabila penjualan menurun. *Sticky cost* dapat terjadi ketika kenaikan penjualan diikuti oleh kenaikan secara dratis oleh biaya penjualan, administrasi dan umum tetapi pada saat penjualan menurun, penurunan yang terjadi pada biaya penjualan administrasi dan umum belum tentu mengikuti. Sedangkan untuk mengukur tingkat *stickiness* pada biaya penjualan, administrasi dan umum dapat dilihat dari faktor yang mempengaruhi yaitu *asset intensity* dan *employee intensity*.

*Asset intensity* adalah rasio total aset terhadap penjualan bersih. Rasio *asset intensity* ini dapat mempengaruhi adanya indikasi *sticky cost* yaitu ketika penjualan meningkat maka perusahaan harus membeli tambahan aset untuk menunjang aktivitas perusahaannya. Namun ketika penjualan menurun, perusahaan tidak serta merta langsung untuk menjual aset tersebut karena akan mengharapkan kenaikan penjualan di masa yang akan datang. Ketika perusahaan mempertahankan aset tersebut maka ada biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan seperti biaya perawatan dan depresiasi. Jadi

secara khusus *asset intensity* dapat mempengaruhi tingkat *sticky cost* pada perusahaan.

*Employee intensity* adalah rasio jumlah karyawan terhadap penjualan bersih. Rasio ini mempengaruhi *sticky cost* karena ketika penjualan meningkat sebagai penunjang aktivitas produksi maka perusahaan harus menambah sumber daya, namun ketika penjualan menurun perusahaan harus menyesuaikan sumber daya. Tetapi ketika penjualan menurun perusahaan belum tentu akan mengurangi sumber daya atau menyesuaikan sumber daya karena akan mengeluarkan biaya berlebih ketika akan memberhentikan karyawan, namun ketika sumber daya didiamkan maka perusahaan akan mengeluarkan biaya yang menganggur. Oleh karena itu, secara khusus dapat *employee intensity* berpengaruh terhadap tingkat *sticky cost*.



**Gambar II. 1 Kerangka Pemikiran**

## D. Perumusan Hipotesis Penelitian

### 1. *Sticky Cost* Pada Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum

Biaya dikatakan *sticky* apabila besarnya kenaikan biaya yang dihubungkan dengan kenaikan volume penjualan lebih besar dibanding besarnya penurunan biaya yang dihubungkan dengan penurunan volume yang ekuivalen (Cooper dan Kaplan, 1998 dalam Anderson *et al* 2003). *Sticky Cost* terjadi karena adanya ketidakseimbangan penyesuaian sumber daya yaitu lebih lama dalam proses penyesuaian yang menurun dibanding proses penyesuaian yang meningkat. Menurut Balakrishnan dan Gruca (2008), model *sticky cost* mengakui bahwa biaya yang dikeluarkan dalam suatu periode tergantung ke beberapa derajat pada biaya yang dikeluarkan dalam periode sebelumnya. Secara khusus, *sticky cost* terjadi karena peran manajer dalam menyesuaikan sumber daya berkomitmen.

Ketika manajer percaya bahwa penurunan volume penjualan cenderung bertahan, manajaer aka mengambil keputusan untuk melepas sumber dayanya pada saat volume penjualan mengalami penurunan. Penelitian Anderson *et al* (2003) menemukan biaya penjualan, administrasi dan umum bersifat *sticky* terhadap penjualan yaitu kenikan biaya penjualan, administrasi dan umum ketika penjualan mengalami penurunan.

Banyak penelitian terdahulu yang menggunakan penjualan bersih sebagai *proxy* dari volume penjualan, karena volume penjualan tidak dapat diobservasi secara langsung. Perilaku biaya dapat dipelajari dengan menghubungkan aktivitas perusahaan dan biaya. Dalam hal ini, perilaku

biaya pada biaya penjualan, administrasi dan umum dihubungkan dengan volume penjualan karena volume penjualan mempengaruhi beberapa komponen biaya penjualan, administrasi dan umum. Biaya penjualan, administrasi dan umum memiliki komponen tetap dan komponen variabel maka biaya ini memiliki sifat semi variabel. Biaya penjualan, administrasi dan umum menjadi *sticky* ketika besarnya biaya penjualan, administrasi dan umum meningkat lebih tinggi pada saat volume penjualan naik, namun tidak sebaliknya ketika volume penjualan menurun tidak diikuti dengan penurunan yang tinggi pada biaya penjualan, administrasi dan umum (Wahyuningtyas dan Nugrahanti, 2014).

Berdasarkan konsep yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti merumuskan 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*

## **2. Pengaruh *Asset Intensity* Terhadap Tingkat *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 Endarwaty 2013).

Penelitian Widyastuti dan Biyanto (2005) dalam Nugroho dan Endarwaty (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*

### **3. Pengaruh *Employee Intensity* Terhadap Tingkat *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 dalam 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 dalam 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 dngan peningkatan *employee intensity* (rasio jumlah

karyawan terhadap penjualan bersih) perusahaan sehingga adanya pengaruh pada *sticky cost*.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah besaran kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum lebih tinggi ketika penjualan bersih meningkat dibandingkan dengan penurunan biaya penjualan administrasi dan umum ketika penjualan bersih turun
2. Untuk mengetahui apakah besaran kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum meningkat ketika *asset intensity* meningkat pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Untuk mengetahui apakah besaran kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum meningkat ketika *employee intensity* meningkat pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

#### **B. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian**

Objek dalam Penelitian “Pengaruh dari *asset intensity* dan *employee intensity* terhadap *sticky cost* pada perusahaan sektor manufaktur di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2016” merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan dan tahunan industri manufaktur yang bersumber dari *website* resmi bursa efek Indonesia dengan alamat [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

Berdasarkan waktu pengumpulannya, data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data panel (*pooled data*) yaitu data yang dikumpulkan pada beberapa



waktu tertentu pada objek dengan tujuan menggambarkan keadaan. Jenis data panel yang digunakan dalam penelitian ini adalah balance panel dimana setiap unit *cross section* memiliki observasi *time series* yang sama. Periode penelitian ini selama tiga tahun yaitu 2014, 2015, dan 2016.

Adapun ruang lingkup penelitian ini meliputi variabel penjualan bersih, variabel *asset intensity*, variabel *employee intensity*, dan variabel biaya penjualan administrasi dan umum (PA&U).

### **C. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode ini dipilih karena menggunakan data-data yang menghasilkan angka. Penelitian ini berusaha mengidentifikasi adanya sebab-akibat antara variabel independen dengan variabel dependen. Pada hipotesis yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini menggunakan model uji asumsi klasik yang telah dilakukan oleh Anderson *et, al* (2006) dan menghasilkan model untuk mengukur *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi, dan umum untuk setiap perusahaan manufaktur. Model tersebut digunakan untuk menunjukkan respon dari biaya penjualan, administrasi dan umum terhadap penjualan bersih yang terjadi.

### **D. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016 dengan jumlah 149 perusahaan.

## 2. Sampel

Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *Purposive Sampling*. Berikut kriteria yang harus dipilih sebagai sampel :

- a. Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan secara konsisten dari tahun 2014-2016
- b. Perusahaan manufaktur yang menyajikan informasi mengenai biaya penjualan, administrasi dan umum, penjualan bersih, total aset dan jumlah karyawan
- c. Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami *delisting* selama periode pengamatan
- d. Perusahaan manufaktur yang jumlah biaya penjualan, administrasi dan umumnya tidak melebihi jumlah penjualan bersih
- e. Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan dengan mata uang Indonesia

## E. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Penelitian ini akan menjelaskan secara mendalam dengan memberikan pemahaman konseptual dan operasional sebagai berikut:

### 1. Variabel Dependen

Variabel dependen (terikat) yang digunakan dalam penelitian ini adalah biaya penjualan, administrasi dan umum (PA&U).

## 1.1. Biaya Penjualan Administrasi dan Umum

### a) Definisi Konseptual

Biaya Penjualan Administrasi dan Umum adalah biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan pengaturan, pengawasan, dan tata usaha serta biaya-biaya yang terkait dengan penjualan suatu organisasi perusahaan yang bersangkutan. Contohnya seperti biaya penjualan, biaya gaji, biaya administrasi kantor, biaya depresiasi dan lain-lain.

### b) Definisi Operasional

Dalam penelitian ini biaya penjualan, administrasi dan umum sebagai variabel dependen. Biaya penjualan, administrasi dan umum dapat diperoleh dari Biaya penjualan, administrasi dan umum pada periode t dibagi dengan biaya penjualan, administrasi dan umum pada periode t-1.

$$[PA\&U_{i,t}/PA\&U_{i,t-1}]$$

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

## 2. Variabel Independen

### 2.1 Penjualan Bersih

#### a) Definisi Konseptual

Penjualan bersih merupakan bagian dari pendapatan. Pendapatan merupakan arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama suatu periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal (IAI, 2007). Pengertian penjualan sendiri adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk melancarkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan yang efektif.

#### b) Definisi Operasional

Nilai Penjualan dalam penelitian ini merupakan jumlah penjualan bersih dalam suatu perusahaan. Variabel ukuran penjualan bersih dapat dilihat dari laporan keuangan suatu perusahaan.

$$\text{Penjualan} = \text{Total Penjualan Bersih}$$

### 2.2 *Asset Intensity* (Intensitas Asset)

#### a) Definisi Konseptual

PSAK 16 menyatakan aset tetap adalah aset berwujud yang dimiliki untuk digunakan dalam produksi atau penyediaan barang atau jasa untuk direntalkan kepada pihak lain, atau untuk tujuan administratif dan

diharapkan digunakan selama lebih dari satu periode. Dalam penelitian ini *asset intensity* merupakan rasio total aset terhadap penjualan bersih pada periode yang sama. Jika *asset intensity* semakin tinggi maka *sticky cost* biaya penjualan, administrasi dan umum juga akan semakin besar.

b) Definisi Operasional

Dalam penelitian ini variabel *asset intensity* diperoleh dari rasio total aset terhadap penjualan bersih pada periode yang sama. Jika *asset intensity* semakin tinggi, maka *sticky cost* biaya penjualan, administrasi dan umum juga akan semakin besar.

$$A \quad I_1 = \frac{\text{Total Aset}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

### 2.3 *Employee Intensity* (Intensitas Karyawan)

a) Definisi Konseptual

*Employee Intensity* merupakan rasio jumlah karyawan terhadap penjualan bersih. Biaya gaji termasuk dalam komponen biaya penjualan, administrasi, dan umum sehingga penjualan mempengaruhi biaya gaji.

b) Definisi Operasional

Dalam penelitian ini pengukuran variabel *employee intensity* diperoleh dari rasio jumlah karyawan terhadap penjualan bersih.

$$E \quad I_1 = \frac{\text{Jumlah Karyawan}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

## **F. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan menggunakan perhitungan statistik. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterodastisitas, dan uji autokorelasi).

### **1. Analisis Statistif Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran suatu data yang dapat dilihat dari nilai minimum, maksimum, rata-rata maupun standar deviasi. Selain itu analisis statistik deskriptif ini juga dapat dilihat dari kurtosis, *varians*, dan *skewness* (kemencengan distribusi). Statistik deskriptif juga bertujuan untuk mengolah dan menyajikan data secara keseluruhan yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian yang berhubungan erat dengan pengelompokan, peringkasan dan penyajian data dengan lebih informatif.

### **2. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak layak untuk digunakan. Berikut empat uji asumsi klasik yang harus dipenuhi yaitu :

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal

atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal dengan bentuk lonceng (*bell shaped*) yang berarti data tersebut tidak menceng kekanan maupun kekiri (Ghozali, 2006: 160). Dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov (K-S).

Dasar keputusan dari uji K-S adalah sebagai berikut :

- i. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas  $> 0,05$  atau 5 persen maka data terdistribusi secara normal.
- ii. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas  $< 0,05$  atau 5 persen maka data tidak berdistribusi secara normal.

#### **b. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu  $t-1$  (sebelumnya) (Nisfiannoor, 2009 : 92). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena ada observasi yang beruntutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*). Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi digunakan uji Durbin Watson, dimana dalam pengambilan keputusan dengan melihat berapa jumlah sampel yang diteliti yang kemudian dilihat angka ketentuannya pada tabel Durbin Watson ( $dW$ ) harus dihitung terlebih dahulu. Setelah itu diperbandingkan dengan

nilai batas atas ( $d_U$ ) dan nilai batas bawah ( $d_L$ ) untuk berbagai nilai  $n$  (jumlah sampel) dan  $k$  (jumlah variabel bebas) yang ada didalam tabel Durbin Watson dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1)  $d_W < d_L$ , berarti ada autokorelasi positif (+)
- 2)  $d_L < d_W < d_U$ , tidak dapat disimpulkan
- 3)  $d_U < d_W < 4-d_U$ , berarti tidak terjadi autokorelasi
- 4)  $4-d_U < d_W < 4-d_L$ , tidak dapat disimpulkan
- 5)  $d_W > 4-d_L$ , berarti ada autokorelasi negatif (-)

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2001). Heteroskedastisitas terjadi dikarenakan perubahan situasi yang tidak tergambar dalam spesifikasi model regresi, seperti perubahan struktur ekonomi dan kebijakan pemerintah sehingga terjadi perubahan tingkat keakuratan data (Prastisto, 2004:149).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Sumbu Y menjadi sumbu yang



telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y diprediksi-Y sesungguhnya) yang telah di *studentized*.

Selain itu, untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas pada suatu model regresi dapat dilakukan dengan Uji Glejser. Uji Glejser mengusulkan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen (Gujarat, 2003 dalam Ghozali, 2011). Apabila variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.

#### **d. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai *cutoff* yang umum adalah :

- i. Jika nilai *tolerance* > 10% dari nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.
- ii. Jika nilai *tolerance* < 10% dari nilai VIF > 10, maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

### 3. Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2006: 250) analisis regresi ganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktir prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Model analisis ini dipilih karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel tidak bebas.

Oleh sebab itu dalam 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 ini untuk **Pengujian pada Hipotesis 1 :**

$$\text{Log} [PA\&U_{i,t}/PA\&U_{i,t-1}] = \beta_0 + \beta_1 [\text{Penjualan}_{i,t}/ \text{Penjualan}_{i,t-1}] + \beta_2 \text{DECRUM}_{i,t} * \log[\text{Penjualan}_{i,t}/ \text{Penjualan}_{i,t-1}]$$

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

$\beta_2$  = Persentase Kenaikan Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum

$\text{Penjualan}_{i,t}$  = Penjualan Bersih pada periode t

$\text{Penjualan}_{i,t-1}$  = Penjualan Bersih pada periode t-1

$\text{DECRDUM}_{i,t}$  = Variabel Dummy Bernilai 1 Jika Penjualan Bersih Turun antara Periode t dan t-1, serta sebaliknya

$\epsilon_{i,t}$  = Residual/Error

Koefisien  $\beta_1$  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  $\beta_1 + \beta_2$ . 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** :

$$\begin{aligned} \text{Log [PA\&U}_{i,t}/\text{PA\&U}_{i,t-1}] = & \beta_0 + \beta_1 [\text{Penjualan}_{i,t}/ \text{Penjualan}_{i,t-1}] + \beta_2 * \\ & \text{DECNUM}_{i,t} * \log[\text{Penjualan}_{i,t}/ \text{Penjualan}_{i,t-1}] \\ & + \beta_3 \text{DECNUM}_{i,t} * \log[\text{Penjualan}_{i,t}/ \text{Penjualan}_{i,t-1}] \\ & * \log [\text{Total Aset}_{i,t} / \text{Penjualan}_{i,t-1}] + \beta_4 \text{DECNUM}_{i,t} \\ & * \log[\text{Penjualan}_{i,t}/ \text{Penjualan}_{i,t-1}] * \log[\text{Jumlah} \end{aligned}$$

$$\text{Karyawan}_{i,t} / \text{Penjualan}_{i,t-1}] + \varepsilon_{i,t}$$

Keterangan :

PA&U <sub>i,t</sub>	= Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum perusahaan i pada periode t
PA&U <sub>i,t-1</sub>	= Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum perusahaan i pada periode t-1
Penjualan <sub>i,t</sub>	= Penjualan Bersih pada periode t
Penjualan <sub>i,t-1</sub>	= Penjualan Bersih pada periode t-1
DECRDUM <sub>i,t</sub>	= Variabel Dummy Bernilai 1 Jika Penjualan Bersih Turun antara Periode t dan t-1, serta sebaliknya
Total Aset/Penjualan	= <i>Asset Intensity</i>
Jumlah Karyawan/Penjualan	= <i>Employee Intensity</i>
$\varepsilon_{i,t}$	= Residual/Error

*Asset intensity* dan *employee intensity* berpengaruh jika signifikansi secara statistik dengan nilai ( $\alpha$ ) sebesar 0,05. Alasan penentuan nilai ( $\alpha$ ) 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  $\beta_3$  dan  $\beta_4$  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.

#### **4. Pengujian Hipotesis**

##### **a. Uji Signifikansi parameter Individual (Uji Statistik t)**

Uji statistik t pada dasarnya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006:95). Pengujian secara parsial ini dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat signifikansi t dari hasil pengujian dengan nilai signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini. Cara pengujian terhadap variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- i. Jika nilai signifikansi t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih kecil dari nilai signifikansi yang dipergunakan yaitu sebesar 5% maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen ( $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima).
- ii. Jika nilai signifikansi t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih besar dari nilai signifikansi yang dipergunakan yaitu sebesar 5% maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen ( $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak).

### **b. Uji Simultan (Uji F Statistik)**

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat/dependen. Menurut Ghozali (2009: 16) hasil output regresi akan terlihat nilai  $F_{hitung}$  dan nilai signifikansinya. Untuk memutuskan apakah variabel dependen secara simultan adalah dengan cara membandingkan  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$  sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan 5%. Apabila nilai  $F_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $F_{tabel}$ , maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol ( $H_0$ ). Artinya variabel independen (X) secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Untuk menguji apakah hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1) Quick Look

Bila nilai F lebih besar daripada 4 maka  $H_0$  yang menyatakan  $b_1=b_2=...=b_k=0$  dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

2) Membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$

Bila nilai  $F_{hitung}$  lebih besar daripada  $F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_A$ .

### c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Zulfikar & Budiantara, 2014: 183). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2001). Bila terdapat nilai adjusted  $R^2$  bernilai negatif, maka nilai *adjusted*  $R^2$  dianggap bernilai nol.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

##### 1. Hasil Pemilihan Sampel

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh *asset intensity* dan *employee intensity* terhadap *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2014-2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku *sticky cost* yang terjadi di Indonesia karena perilaku tersebut akan mempengaruhi laba perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga melihat apakah *asset intensity* dan *employee intensity* dapat mempengaruhi *sticky cost*. Dalam menentukan sampel atas populasi yang telah dijabarkan sebelumnya, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Berikut ini adalah kriteria pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini:

- a. Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan secara konsisten dari tahun 2014-2016
- b. Perusahaan manufaktur yang menyajikan informasi mengenai biaya penjualan, administrasi dan umum, penjualan bersih, total aset dan jumlah karyawan



- c. Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami *delisting* selama periode pengamatan
- d. Perusahaan manufaktur yang jumlah biaya penjualan, administrasi dan umumnya tidak melebihi jumlah penjualan bersih
- e. Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan dengan mata uang Indonesia

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, maka jumlah perusahaan yang dapat dijadikan sampel penelitian berjumlah 90 perusahaan. Sehingga jumlah sampel yang akan menjadi objek penelitian sebanyak 270 perusahaan. Data sampel perusahaan dapat dilihat pada lampiran 1. Berikut data yang terangkum untuk dijadikan sampel:

**Tabel IV. 1 Perhitungan Jumlah Sampel Penelitian**

<b>No.</b>	<b>Kriteria Sampel Penelitian</b>	<b>Jumlah</b>
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2014-2016	<b>149</b>
2	Perusahaan manufaktur yang tidak menyajikan informasi yang lengkap	<b>(24)</b>
3	Perusahaan manufaktur yang mengalami <i>delisting</i>	<b>(6)</b>
4	Perusahaan manufaktur yang jumlah biaya penjualan, administrasi dan umum melebihi jumlah penjualan bersih	<b>(4)</b>
5	Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangannya dengan mata uang asing	<b>(25)</b>
	Sampel Perusahaan	<b>90</b>
	Jumlah sampel perusahaan selama 3 tahun (2014-2016)	<b>270</b>
	Data <i>Oulier</i>	<b>(7)</b>
	Total sampel data yang akan diteliti	<b>263</b>

Sumber: Data diolah penulis, 2018

## 2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan analisis yang memberikan gambaran atau deskriptif tentang data dalam penelitian. Statistik deskriptif bertujuan untuk mengolah dan menyajikan data secara keseluruhan yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian yang berhubungan erat dengan pengelompokan, peringkasan, dan penyajian data dengan lebih informatif. Berikut analisis statistik deskriptif yang dijadikan sampel penelitian pada perusahaan selama 3 tahun sebanyak 270 perusahaan:

**Tabel IV. 2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

<b>Keterangan</b>	<b>Rata-rata kenaikan (dalam Jutaan Rp)</b>	<b>Rata-rata penurunan (dalam Jutaan Rp)</b>	<b>Sampel yang mengalami kenaikan (%)</b>	<b>Sampel yang mengalami penurunan (%)</b>
Perubahan Biaya Penjualan, administrasi dan umum periode 2013/2014	178.835	28.427	79	21
Perubahan Biaya Penjualan, administrasi dan umum periode 2014/2015	103.557	164.529	74	26
Perubahan Biaya Penjualan, administrasi dan umum periode 2015/2016	143.568	44.003	69	31
Perubahan penjualan bersih periode 2013/2014	974.912	243.554	81	19
Perubahan penjualan bersih periode 2014/2015	605.508	686.857	54	46
Perubahan penjualan bersih periode 2015/2016	880.243	420.469	66	34

Perubahan total aset periode 2013/2014	1.156.274	91.349	76	24
Perubahan total aset periode 2014/2015	985.088	462.909	73	27
Perubahan total aset periode 2015/2016	899.673	607.201	72	28
Perubahan jumlah karyawan periode 2013/2014	996	366	52	48
Perubahan jumlah karyawan periode 2014/2015	229	354	51	49
Perubahan jumlah karyawan periode 2015/2016	235	317	39	61

Sumber: Data diolah penulis, 2018

Berdasarkan hasil analisis yang telah ditunjukkan pada tabel IV.2 tersebut, peneliti dapat memberikan informasi mengenai kenaikan dan penurunan dari masing-masing data yang akan diuji dalam penelitian ini. Hasil analisis statistik deskriptif selengkapnya dapat dilihat pada lampiran .

Berdasarkan informasi tersebut, maka dapat dijabarkan analisis statistik deskriptif sebagai berikut::

**a. Biaya penjualan, administrasi dan umum dan penjualan bersih**

Biaya penjualan, administrasi dan umum merupakan variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini.. Berdasarkan hasil analisis statistik pada tabel IV.2 menunjukkan pada periode 2013/2014 biaya penjualan, administrasi dan umum rata-rata kenaikan sebesar Rp 178.835 juta dan

rata-rata penurunan sebesar Rp 28.427 juta. Dari total 90 perusahaan, ada 71 perusahaan yang mengalami kenaikan dengan pencapaian 79% dari jumlah sampel, sedangkan jumlah perusahaan yang mengalami penurunan sebanyak 19 perusahaan dengan pencapaian 21%. Pada periode 2009/2010 perusahaan yang mengalami kenaikan paling tinggi yaitu PT Indofood Sukses Makmur Tbk dengan kenaikan Rp 2.094.904 juta, sedangkan untuk penurunan yang paling tinggi yaitu PT Bentoel International Investama Tbk dengan jumlah penurunan biaya penjualan, administrasi dan umum sebesar Rp 192.166 juta.

Pada periode 2014/2015 kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum terlihat lebih kecil dengan rata-rata sebesar Rp 103.557 juta dan rata-rata penurunan sebesar Rp 164.529 juta dengan 74% lebih tinggi dibandingkan periode 2013/2014. Sampel yang mengalami kenaikan sebanyak 67 perusahaan dengan pencapaian 74% dari jumlah sampel, sedangkan yang mengalami penurunan sebanyak 23 perusahaan dengan pencapaian 26%. Pada periode 2013/2014 perusahaan yang mengalami kenaikan yang paling tinggi yaitu PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dengan kenaikan Rp 1.021.675 juta, sedangkan untuk penurunan yang paling tinggi yaitu PT Semen Indonesia Tbk d.h Semen Gresik Tbk dengan penurunan sebesar Rp 1.986.127.

Dilihat dari tabel IV. 2 periode 2015/2016 biaya penjualan, administrasi dan umum menunjukkan bahwa rata-rata kenaikan sebesar Rp 143.568 juta dan rata-rata penurunan sebesar Rp 44.003 juta. Rata-rata

kenaikan dan rata-rata penurunan biaya operasional yang terjadi pada periode 2015/2016 mengalami perubahan yang cukup tinggi dibandingkan dengan periode 2014/2015, hal ini dapat dilihat bahwa rata-rata kenaikan terjadi penurunan hingga mencapai 45% dibanding periode sebelumnya, sedangkan rata-rata penurunan yang terjadi mengalami kenaikan hingga mencapai 41% dibandingkan periode sebelumnya. Kenaikan yang paling tinggi dialami oleh PT Semen Baturaja Persero Tbk sebesar Rp 2.223.721 juta. Penurunan yang paling tinggi terjadi pada PT Astra International Tbk sebesar Rp 600.000 juta.

**b. Penjualan bersih**

Periode 2013/2014 yang terlihat pada tabel IV.2 dapat dijelaskan mengenai kenaikan dan penurunan penjualan bersih perusahaan manufaktur di Indonesia. Pada periode ini perusahaan manufaktur mengalami rata-rata kenaikan sebesar Rp 974.912 juta dengan jumlah sampel kenaikan 73 perusahaan dan mengalami rata-rata penurunan sebesar Rp 243.554 dengan jumlah sampel penurunan 17 perusahaan. Dari total 90 perusahaan, mencapai 81% dari total sampel yang diteliti mengalami kenaikan dan sisanya mengalami penurunan. Perusahaan yang mengalami kenaikan tertinggi yaitu PT Gudang Garam Tbk dengan jumlah kenaikan sebesar Rp 9.748.896 juta, sedangkan perusahaan yang mengalami penurunan yang paling tinggi yaitu PT Siearad Produce Tbk dengan jumlah penurunan sebesar Rp 1.348.697 juta.

Terlihat pada tabel IV. 2 pada periode 2014/2015 menjelaskan mengenai rata-rata kenaikan dan penurunan penjualan bersih perusahaan manufaktur di Indonesia. Pada periode 2014/2015 perusahaan mengalami rata-rata kenaikan sebesar Rp 605.508 juta dengan jumlah sampel 49 perusahaan dan mengalami rata-rata penurunan sebesar Rp 686.857 dengan jumlah sampel 41 perusahaan. Dari keseluruhan total sampel sebanyak 90 perusahaan, dapat ditunjukkan bahwa kenaikan penjualan bersih mencapai 54% dan sebesar 46% mengalami penurunan. Perusahaan yang mengalami kenaikan tertinggi yaitu PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk sebesar Rp 8.379.167 juta, sedangkan perusahaan yang mengalami penurunan tertinggi yaitu PT Astra International Tbk Rp 17.505.000 juta.

Selama periode 2015/2016 rata-rata kenaikan dan penurunan penjualan bersih pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Pada periode ini, perusahaan manufaktur mengalami rata-rata kenaikan Rp 880.243 dengan jumlah sampel perusahaan sebanyak 59, sedangkan rata-rata penurunan Rp 420.469 juta dengan jumlah sampel perusahaan sebanyak 31. Dari keseluruhan total sampel sebanyak 90 perusahaan, dapat ditunjukkan bahwa kenaikan penjualan bersih mencapai 66% dan sebesar 34% mengalami penurunan. Perusahaan yang mengalami kenaikan tertinggi yaitu Charoen Pokphand Indonesia Tbk sebesar Rp 8.336.229 juta, sedangkan perusahaan yang mengalami penurunan tertinggi yaitu PT Astra International Tbk sebesar Rp 3.112.000 juta.

**c. Total Aset**

Periode 2013/2014 yang terlihat pada tabel IV. 2 dapat dijelaskan mengenai kenaikan dan penurunan total aset perusahaan manufaktur di Indonesia. Pada periode ini perusahaan manufaktur mengalami rata-rata kenaikan sebesar Rp 1.156.274 juta dengan jumlah sampel kenaikan 68 perusahaan dan mengalami rata-rata penurunan sebesar Rp 91.349 juta dengan jumlah sampel penurunan 22 perusahaan. Dari total 90 perusahaan, mencapai 76% dari total sampel yang diteliti mengalami kenaikan dan sisanya mengalami penurunan. Perusahaan yang mengalami kenaikan tertinggi yaitu PT Astra International Tbk dengan jumlah kenaikan sebesar Rp 22.035.000 juta, sedangkan perusahaan yang mengalami penurunan yang paling tinggi yaitu PT Voksel Electric Tbk dengan jumlah penurunan sebesar Rp 401.925 juta.

Pada periode 2014/2015 kenaikan total aset terlihat lebih kecil dari periode sebelumnya. Pada periode 2014/2015 dapat dilihat bahwa rata-rata kenaikan sebesar Rp 985.088 juta dan rata-rata penurunan sebesar Rp 462.909 juta dengan 46% lebih tinggi dibandingkan periode 2013/2014. Sampel yang mengalami kenaikan sebanyak 66 perusahaan dengan pencapaian 73% dari jumlah sampel, sedangkan yang mengalami penurunan sebanyak 24 perusahaan dengan pencapaian 27%. Pada periode 2013/2014 perusahaan yang mengalami kenaikan yang paling tinggi yaitu PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dengan kenaikan Rp 9.630.094 juta, sedangkan untuk penurunan total aset yang paling tinggi yaitu PT

Panasia Indo Resources Tbk d.h Panasia Indosyntec Tbk dengan penurunan total aset sebesar Rp 3.594.884 juta.

Dilihat dari tabel IV. 2 periode 2015/2016 total aset menunjukkan bahwa rata-rata kenaikan sebesar Rp 899.673 juta dan rata-rata penurunan sebesar Rp 607.201 juta. Rata-rata kenaikan dan rata-rata penurunan biaya operasional yang terjadi pada periode 2015/2016 mengalami perubahan yang cukup tinggi dibandingkan dengan periode 2014/2015, hal ini dapat dilihat bahwa rata-rata kenaikan terjadi penurunan hingga mencapai 46% dibanding periode sebelumnya, sedangkan rata-rata penurunan yang terjadi mengalami kenaikan hingga mencapai 37% dibandingkan periode sebelumnya. Kenaikan total aset yang paling tinggi dialami oleh Astra International Tbk sebesar Rp 16.420.000 juta. Penurunan yang paling tinggi terjadi pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk sebesar Rp 9.657.011 juta.

**d. Jumlah karyawan**

Periode 2013/2014 yang terlihat pada tabel IV. 2 dapat dijelaskan mengenai kenaikan dan penurunan jumlah karyawan perusahaan manufaktur di Indonesia. Pada periode ini perusahaan manufaktur mengalami rata-rata kenaikan sebesar 996 orang dengan jumlah sampel kenaikan 47 perusahaan dan mengalami rata-rata penurunan sebesar 366 orang dengan jumlah sampel penurunan 43 perusahaan. Dari total 90 perusahaan, mencapai 52% dari total sampel yang diteliti mengalami kenaikan dan sisanya mengalami penurunan. Perusahaan yang mengalami



kenaikan jumlah karyawan tertinggi yaitu PT Astra International Tbk dengan kenaikan sebesar 28.146 orang sedangkan perusahaan yang mengalami penurunan yang paling tinggi yaitu PT Gudang Garam Tbk dengan jumlah penurunan sebesar 6.861 orang

Terlihat pada tabel IV. 2 pada periode 2014/2015 menjelaskan mengenai rata-rata kenaikan dan penurunan jumlah karyawan perusahaan manufaktur di Indonesia. Pada periode 2014/2015 perusahaan mengalami rata-rata kenaikan 229 orang dengan jumlah 46 perusahaan dan mengalami rata-rata penurunan sebesar 354 orang dengan jumlah sampel 44 perusahaan. Perusahaan yang mengalami kenaikan tertinggi yaitu PT Kimia Farma Tbk dengan jumlah kenaikan sebesar 2.499 orang, sedangkan perusahaan yang mengalami penurunan jumlah karyawan yaitu PT Astra International Tbk dengan jumlah penurunan sebesar 4.534 orang.

Terlihat pada tabel IV. 2 pada periode 2015/2016 menjelaskan mengenai rata-rata kenaikan dan penurunan jumlah karyawan perusahaan manufaktur di Indonesia. Pada periode 2015/2016 perusahaan mengalami rata-rata kenaikan 235 orang dengan jumlah sampel 35 perusahaan dan mengalami rata-rata penurunan sebesar 317 orang dengan jumlah sampel 55 perusahaan. Dari keseluruhan total sampel sebanyak 90 perusahaan, dapat ditunjukkan bahwa kenaikan penjualan bersih mencapai 39% dan sebesar 61% mengalami penurunan. Perusahaan yang mengalami kenaikan tertinggi yaitu PT Gajah Tunggal Tbk sebesar 1.955 orang dan perusahaan

yang mengalami penurunan jumlah karyawan yang tertinggi yaitu PT Astra International dengan jumlah sebesar 6.211 orang

## **B. Pengujian Hipotesis**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *asset intensity* dan *employee intensity* terhadap *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum. Dalam penelitian ini akan menguji tingkat stickiness bila ditambahkan dengan variabel *asset intensity* dan *employee intensity*. Ada beberapa proses dalam melakukan pengujian, peneliti menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis. Adapun pengujian yang telah dilakukan sebagai berikut:

### **1. Hasil Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk digunakan atau dengan kata lain apakah data sudah berdistribusi dengan normal, dan tidak adanya masalah multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Pada dasarnya dalam pengujian asumsi klasik untuk data panel tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan, jika ingin tetap dilakukan maka hanya uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas yang relevan untuk dilakukan. Karena pada uji normalitas pada dasarnya tidak merupakan syarat BLUE (*Best Linier Unbias Estimator*), serta uji autokorelasi hanya terjadi pada data *time series*, jadi uji autokorelasi tidaklah memiliki arti pada jenis data panel. Pengujian yang dilakukan sebagai berikut:

### 1.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan uji statistik, yaitu uji One Sample Kolmogorov-Smirnov. Dengan kriteria pengambilan keputusan jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal dan jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa data tidak berdistribusi normal. Berikut hasil dari uji One Sample Kolmogorov-Smirnov:

**Tabel IV. 3 Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		262
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,05182187
Most Extreme Differences	Absolute	,051
	Positive	,030
	Negative	-,051
Test Statistic		,051
Asymp. Sig. (2-tailed)		,091 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS 24, data diolah, 2018

Berdasarkan hasil pengujian One Sample Kolmogorov-Smirnov pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (*Asymp. Sig*) sebesar 0,091. Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan, dengan hasil tingkat signifikansi  $0,091 > 0,05$  dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dalam tabel normalitas yang diperoleh tidak mengandung masalah asumsi klasik dalam hal normalitas.

## 1.2 Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *Tolerance*. Dasar pengambilan keputusan yakni nilai *tolerance* di atas 0,10 atau VIF dibawah 10 menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas. Berikut hasil dari uji Multikolinieritas:

**Tabel IV. 4 Hasil Uji Multikolinieritas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	PENJUALAN	,952	1,050
	PERIODE	,826	1,210
	AI	,800	1,250
	EI	,985	1,015

a. Dependent Variable: PAU

Sumber: *output* SPSS 24, data diolah, 2018

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinieritas di atas, diperoleh hasil masing-masing variabel mempunyai nilai *tolerance* di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10. Variabel penjualan mempunyai nilai *tolerance* 0,952 dan VIF sebesar 1,050; variabel periode (dummy\*log (penjualan<sub>it</sub>/penjualan<sub>i,t-1</sub>)) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,826 dan VIF sebesar 1,210; variabel AI memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,800 dan VIF sebesar 1,250; variabel EI memiliki nilai *tolerance* 0,985 dan VIF sebesar 1,015. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen.

### 1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji *glejser* dengan kriteria pengambilan keputusan jika nilai Signifikasi variabel independen  $< 0,05$ : terjadi heteroskedastisitas dan jika nilai signifikasi variabel independen  $> 0,05$ : tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil dari uji *glejser*:

**Tabel IV. 5 Hasil Uji Glejser**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,040	,002		19,378	,000
	PENJUALAN	-,027	,021	-,083	-1,315	,190
	PERIODE	-,009	,033	-,018	-,261	,794
	AI	,026	,019	,094	1,364	,174
	EI	1,048	1,067	,061	,983	,327

a. Dependent Variable: abs\_res

Sumber: *output* SPSS 24, data diolah, 2018

Dari tabel di atas diperoleh hasil bahwa nilai signifikasi (*Sig.*) seluruh variabel independen (Penjualan Bersih, Dummy Penurunan, *Asset Intensity* dan *Employee Intensity*) lebih besar dari 0,05. Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan dalam uji *glejser*, jika nilai signifikasi diatas 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

### 1.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi pada peneitian ini menunakan uji Durbin-Watson. Terjadi atau tidaknya autokorelasi dapat diketahui dari membandingkan

nilai Durbin-Watson (dw) yang terdapat pada tabel hasil pengujian dengan nilai dU dan dL. Berikut tabel hasil pengujian uji Durbin-Watson:

**Tabel IV. 6 Hasil Uji Durbin-Watson**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.661 <sup>a</sup>	.437	.429	.05723	1.962

Sumber: *output SPP 24*, data diolah, 2018

Berdasarkan hasil pengujian diketahui nilai koefisien Durbin-Watson sebesar 1,962. Dengan kriteria observasi (n) sebanyak 198 dan variabel independen (k) sebanyak 3, diperoleh batas dL sebesar 1,6296 dan dU 1,9085. Dengan ini maka diperoleh hasil nilai koefisien Durbin-Watson (dw) berada di atas batas dU ( $1,962 > 1,9085$ ) yang artinya tidak terjadi autokorelasi. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini terbebas dari masalah autokorelasi.

## 2. Hasil Uji Regesi Liniear Berganda

Setelah diketahui variabel-variabel penelitian ini terbebas dari masalah uji asumsi klasik, tahap berikutnya adalah melakukan analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk melihat pengaruh *Asset Intensity* dan *Employee Intensity* terhadap *sticky cost* pada biaya penjualan, adminitrasi dan umum. Berdasarkan uraian sebelumnya bahwa untuk menguji *sticky cost* pada penelitian ini terdapat 2 model pengujian hipotesis. Berikut hasil yang dapat dijabarkan:

## 2.1 Hasil Uji Model 1

$$\text{Log [PA\&U}_{i,t}/\text{PA\&U}_{i,t-1}] = \beta_0 + \beta_1 [\text{Penjualan}_{i,t}/\text{Penjualan}_{i,t-1}] + \beta_2 \text{DECRUM}_{i,t} * \log[\text{Penjualan}_{i,t}/\text{Penjualan}_{i,t-1}]$$

Keterangan :

PA&U<sub>i,t</sub> = Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum perusahaan i pada periode t

PA&U<sub>i,t-1</sub> = Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum perusahaan i pada periode t-1

Penjualan<sub>i,t</sub> = Penjualan Bersih pada periode t

Penjualan<sub>i,t-1</sub> = Penjualan Bersih pada periode t-1

DECRDUM<sub>i,t</sub> = Variabel Dummy Bernilai 1 Jika Penjualan Bersih Turun antara Periode t dan t-1, serta sebaliknya

$\epsilon_{i,t}$  = Residual/Error

Dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan, diperoleh hasil regresi sebagai berikut:

**Tabel IV. 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Model 1**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,025	,003		8,435	,000
	Penjualan	,328	,028	,543	11,638	,000
	Periode	-,406	,042	-,446	-9,560	,000

a. Dependent Variable: PAU

Sumber: output SPSS 24, data diolah, 2018

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat diketahui model regresi yang terbentuk antara log penjualan dengan Dummy log penjualan adalah sebagai berikut:

$$\text{Log [PA\&U}_{i,t}/\text{PA\&U}_{i,t-1}] = 0,25 + 0,328 [\text{Penjualan}_{i,t}/ \text{Penjualan}_{i,t-1}] - 0,406 * \text{DECNUM}_{i,t} * \log[\text{Penjualan}_{i,t}/ \text{Penjualan}_{i,t-1}]$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta ( 0) sebesar 0,25 yang artinya variable independen (penjualan bersih dan Dummy penurunan penjualan bersih) dianggap konstan maka biaya penjualan, administrasi dan umum akan mengalami penurunan sebesar -0,25
- b. Koefisien regresi variabel penjualan bersih ( 1) sebesar 0,328 maka artinya jika penjualan bersih mengalami kenaikan 1 satuan, maka biaya penjualan, administrasi dan umum mengalami penurunan sebesar -0,602. Koefisien penjualan bersih bernilai positif menandakan bahwa adanya pengaruh positif antara penjualan bersih dan biaya penjualan, administrasi dan umum (PAU).
- c. Koefisien dummy penurunan penjualan bersih ( 2) sebesar -0,406 yang artinya jika dummy penurunan penjualan mengalami 1 satuan, maka biaya penjualan, administrasi dan umum mengalami kenaikan sebesar 0,406.

Penjelasan mengenai keterkaitan antara koefisien variabel dengan model *sticky cost* yaitu pada 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  $\beta_1$  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*.

## 2.2 Hasil Uji Hipotesis 2 :

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

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
$\text{Penjualan}_{i,t}$	= Penjualan Bersih pada periode t
$\text{Penjualan}_{i,t-1}$	= Penjualan Bersih pada periode t-1
$\text{DECNUM}_{i,t}$	= Variabel Dummy Bernilai 1 Jika Penjualan Bersih Turun antara Periode t dan t-1, serta sebaliknya
Total Aset/Penjualan	= <i>Asset Intensity</i>
Jumlah Karyawan/Penjualan	= <i>Employee Intensity</i>
$\epsilon_{i,t}$	= Residual/Error

Dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda pada model 2 yang telah dilakukan, diperoleh hasil regresi sebagai berikut

Tabel IV. 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Model 2

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	,024	,003		7,288	,000
	PENJUALAN	,336	,032	,535	10,392	,000
	PERIODE	-,184	,052	-,195	-3,523	,001
	AI	-,138	,030	-,254	-4,526	,000
	EI	-,789	1,682	-,024	-,469	,639

a. Dependent Variable: PAU

Sumber: *Output SPSS 24*, data diolah, 2018

Dari persamaan regresi linear berganda model 2 diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta ( 0) sebesar 0,024 yang artiya jika variabel independen dianggap konstran maka biaya penjualan, administrasi dan umum akan mengalami penurunan sebesar -0,024.
- b. 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.
- c. 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 umu pada saat penjualan menurun.

### **3. Hasil Uji Hipotesis**

Sebelum melakukan uji hipotesis, penelitian ini melakukan uji kemampuan model terlebih dahulu yakni menggunakan uji statistik F dan uji koefisien determinasi.

#### **3.1 Uji Statistik F**

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian uji F dilakukan dengan menggunakan kriteria berdasarkan perbandingan nilai F-statistik ( $F_{hitung}$ ) terhadap  $F_{tabel}$  dan juga berdasarkan probabilitas.

Dengan nilai df 1 (jumlah variabel-1) yang dihasilkan sebesar 2 (3-1) dan df 2 (n-k-1) yang dihasilkan sebesar 257 (260-2-1), dimana n sebesar 260 adalah jumlah observasi dan variabel independen (k) sebesar 3. Dengan nilai df1 sebesar 2, df 257 sebesar dan tingkat signifikansi 0,05 maka nilai  $F_{tabel}$  adalah 3,04. Untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dengan menggunakan kriteria pengujian apabila ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ) atau

( $sig < 0,05$ ) maka seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian uji F pada model 1 dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV. 9 Hasil Pengujian uji F Model 1**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,455	2	,227	103,260	,000 <sup>b</sup>
	Residual	,566	257	,002		
	Total	1,021	259			

a. Dependent Variable: PAU

b. Predictors: (Constant), Periode, Penjualan

Sumber: *Output SPSS 24*, data diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji F pada model 1 ini dapat diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 103,260 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar daripada  $F_{tabel}$  ( $103,260 > 3,04$ ) dan juga dengan nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel bebas dummy penurunan penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap biaya penjualan, administrasi dan umum.

### 3.1.2 Uji F Model 2

Dengan nilai df 1 (jumlah variabel-1) yang dihasilkan sebesar 4 (5-1) dan df 2 (n-k-1) yang dihasilkan sebesar 257 (262-4-1), dimana n sebesar 262 adalah jumlah observasi dan variabel independen (k) sebesar 4. Dengan nilai df 1 sebesar 4, df2 sebesar 257 sebesar dan tingkat signifikansi 0,05 maka nilai  $F_{tabel}$  adalah 2,39.

**Tabel IV. 10 Hasil Pengujian uji F Model 2**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,380	4	,095	34,806	,000 <sup>b</sup>
	Residual	,701	257	,003		
	Total	1,081	261			

a. Dependent Variable: PAU

b. Predictors: (Constant), EI, PENJUALAN, PERIODE, AI

Sumber: *Output SPSS 24, data diolah, 2018*

Berdasarkan hasil uji F pada model 2 ini dapat diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 34,806 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar daripada  $F_{tabel}$  (34,806 > 2,39) dan juga dengan nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel bebas penjualan, periode (dummy penurunan), *asset intensity* dan *employee intensity* secara bersama-sama berpengaruh terhadap biaya penjualan, administrasi dan umum.

### 3.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa besar kemampuan model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan dengan menggunakan *Adjusted R-Squared* pada persamaan regresi. *Adjusted R-Squared* mencerminkan seberapa besar perubahan variabel dependen yang dapat ditentukan oleh perubahan variabel-variabel independen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) (mendekati satu) berarti semakin kuat hubungan antara

variabel dependen dengan variabel independen. Adapun hasil pengujian uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model 1**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,667 <sup>a</sup>	,446	,441	,04693

a. Predictors: (Constant), Periode, Penjualan

b. Dependent Variable: PAU

Sumber: *Output SPSS 24, data diolah, 2018*

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,441. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa 44,1% dari Biaya penjualan, administrasi dan umum dipengaruhi dan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam penelitian ini. Sedangkan sisanya (100%-44,1%=55,9%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

**Tabel IV. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model 1**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,593 <sup>a</sup>	,351	,341	,05222

a. Predictors: (Constant), EI, PENJUALAN, PERIODE, AI

Sumber: *Output SPSS 24, data diolah, 2018*

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,341. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa 34,1% dari Biaya penjualan, administrasi dan umum dipengaruhi dan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam penelitian ini. Sedangkan sisanya (100%-34,1%=55,9%)

dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

### **C. Pembahasan**

#### **1. Pengaruh penjualan bersih terhadap biaya penjualan, administrasi dan umum**

Hasil pengujian hipotesis 1 dapat dilihat pada tabel IV.8. Terlihat bahwa koefisien  $\beta_1$  sebesar 0,336. Ini berarti pada saat penjualan meningkat sebesar 1% maka biaya penjualan, administrasi dan umum meningkat sebesar 0,336%. Sedangkan koefisien  $\beta_2$  sebesar -0,184 sehingga nilai  $\beta_1 + \beta_2$  menjadi 0,152 (0,336-0,184). Ini menunjukkan bahwa pada saat penjualan menurun sebesar 1% maka biaya penjualan, administrasi dan umum sebesar 0,152%. Hasil penelitian ini mendukung bahwa hipotesis 1 yaitu peningkatan biaya penjualan, administrasi dan umum lebih tinggi pada saat penjualan bersih meningkat dibandingkan penurunan biaya pada saat penjualan menurun. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Oleh karena itu hipotesis 1 diterima.

Dapat dilihat pada Tabel IV. 2 bahwa terdapat perubahan biaya penjualan, administrasi dan umum yang tidak proporsional pada periode 2013/2014 hingga periode 2015/2016, dimana terdapat peningkatan penjualan sebesar Rp 152.772.785 juta dan penurunan biaya

sebesar Rp 5.556.382 juta. Namun pada periode 2014-2015 terdapat penurunan penjualan sebesar Rp 686.857 juta, namun biaya justru mengalami peningkatan sebesar Rp 143.568 juta. Kondisi ini memungkinkan terjadinya inefisiensi biaya. Anderson *et al.* (2006) menambahkan bahwa biaya seharusnya mengikuti pergerakan penjualan secara proporsional dan bila tidak terjadi demikian maka hal ini memberikan sinyal bahwa terjadinya inefisiensi biaya yang akan mengakibatkan terdapatnya 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 Nugrahati (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.

## **2. Pengaruh *Asset Intensity* terhadap *Sticky Cost* Pada Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum**

Hasil pengujian hipotesis 2 yaitu menunjukkan bahwa terlihat signifikansi *asset intensity* sebesar  $0,000 < 0,005$ . Ini menunjukkan bahwa *asset intensity* berpengaruh terhadap *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum. Pengaruh *asset intensity* terhadap *sticky cost* terlihat pada nilai  $\beta_3$  yaitu -0,138. Nilai  $\beta_3$  yang negatif berarti apabila *asset intensity* naik, maka variasi penurunan biaya penjualan, administrasi dan umum akibat penurunan penjualan bersih akan lebih kecil dibandingkan *asset intensity* tidak mengalami kenaikan. Dengan kata lain, semakin tinggi *asset intensity* maka semakin tinggi pula *sticky cost*.

Hal ini dibuktikan dengan data pada tabel IV.2 pada periode 2013/2014 hingga periode 2014/2015 terjadi peningkatan aset sebesar Rp 1.156.274/ Begitu pula dengan penjualan yang mengalami peningkatan pada periode 2012/2014 hingga periode 2014/2015 sebesar Rp 974.912. Ini membuktikan bahwa perusahaan berinvestasi pada aset dan operasi perusahaan bergantung pada aset. Ketika aset meningkat 1% maka biaya akan meningkat sebesar 79% dan penjualan meningkat sebesar 54%. Ini mengindikasikan adanya pengaruh dari *asset intensity* terhadap *sticky cost*.

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 Enderwati (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*.

### **3. Pengaruh *Employee Intensity* Terhadap *Sticky Cost* Pada Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum**

Hasil hipotesis 3 dapat dilihat dari tabel IV.8 bahwa signifikansi variabel *employee intensity*  $0,639 > 0,005$ . Hal ini berarti bahwa *employee intensity* tidak berpengaruh terhadap *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum. Tidak terbuktinya hipotesis 3 ini dimungkinkan bahwa perusahaan dapat melakukan penyesuaian dengan baik. 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 keberadannya terkait langsung dengan kegiatan operasional perusahaan (Windyastuti dan Biyanto, 2005).

Penelitian ini tidak sejalan dengan Windyastuti dan Biyanto (2005) serta 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.

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya indikasi *sticky cost* dan apakah adanya pengaruh *asset intensity* dan *employee intensity* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan yang di publikasikan di *website idx.com*. Dengan pengambilan sampel secara *purposive samplign*, diperoleh sampel sebanyak 90 perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria dengan periode penelitian 3 tahun, yakni tahun 2014-2016. Berdasarkan hasil oengujian dan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka kesimplan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

1. Penjualan bersih berpengaruh terhadap biaya penjualan, administrasi dan umum sehingga adanya perilaku *sticky cost* di Indonesia pada perusahaan manufaktur. Dapat diartikan bahwa ketika penjualan bersih mengalami kenaikan maka biaya penjualan, administrasi dan umum meningkat lebih besar dibandingkan ketika penjualan mengalami penurunan. Hipotesis 1 diterima.
2. *Asset instesity* 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. Hipotesis 2 diterima.
3. *Employee intensity* tidak berpengaruh terhadap kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Hipotesis 3 ditolak.

## B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini memberikan beberapa implikasi kepada pihak-pihak yang terkait, diantaranya:

1. Dengan adanya bukti indikasi perilaku *sticky cost* pada perusahaan manufaktur di Indonesia menunjukkan bahwa perubahan biaya tidak selalu mengikuti perubahan aktivitas penjualan. Namun sebaliknya, ketika terjadi perubahan penjualan meningkat maka biaya akan mengikuti sesuai dengan perubahan peningkatan biaya tersebut. Selanjutnya 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
2. 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

## C. Saran

1. 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.

2. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk menggantikan variabel yang tidak berpengaruh untuk melihat apakah adanya pengaruh lain yang dapat meningkatkan *sticky cost*.
3. Diharapkan peneliti mengembangkan penelitian lainnya yang dilakukan 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.