

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Biaya menjadi komponen penting perusahaan dalam menentukan harga penjualan dan aktivitas pada pelaporan keuangan. Perusahaan membutuhkan manajemen yang baik untuk memahami aktivitas biaya perusahaan. Hal tersebut menjadi cerminan perusahaan dalam mencari laba dan mencapai keunggulan yang kompetitif. Perubahan biaya akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan merupakan perilaku biaya. Perilaku biaya menjadi dasar untuk memudahkan perencanaan dan pengambilan keputusan perusahaan. Maka dari itu, informasi dari perilaku biaya sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Perilaku biaya menjadi aspek penting akuntan manajemen untuk menganalisis laba bagi para manajer (Hidayatullah *et al.*, 2015). Laba perusahaan menjadi acuan perusahaan dalam pengambilan keputusan perusahaan. Peramalan laba berfungsi untuk sumber informasi yang penting bagi kreditur, lembaga keuangan, investor dan *stakeholder* serta pemegang saham sebagai pertimbangan laba masa depan (Putra & Muid, 2020). Maka, perilaku biaya menjadi fondasi sebagai alat pengukuran manajemen dan pelaporan operasi bagi pemangku kepentingan.

Manajemen perusahaan harus bisa memutuskan perilaku biaya atas aktivitas sumber daya perusahaan. Karena pada perilaku biaya dipengaruhi oleh biaya variabel dan biaya tetap. Menurut Hansen & Mowen (2009) biaya yang bervariasi secara keseluruhan mengikuti perubahan aktivitas biaya disebut biaya variabel. sedangkan biaya tetap adalah biaya yang jumlah keseluruhan biaya

bersifat tetap atau konstan dalam rentan yang sama ketika tingkat aktivitas berubah. Antara biaya tetap dengan biaya variabel (*mix cost*) menjadi peran manajemen perusahaan sangat penting untuk menentukan komitmen sumber daya yang akan mempengaruhi struktur jangka pendek (Evelyn, 2018). Manajemen biaya mempunyai peranan penting dalam perolehan laba perusahaan, sehingga tidak menimbulkan kerugian masa depan bagi perusahaan.

Manajemen biaya adalah salah satu prioritas utama untuk pengendalian perusahaan. Pengendalian manajemen sebagai bentuk pengurangan keterbatasan yang dihadapi atas kurangnya informasi dan pengambilan keputusan yang dibuat. Oleh karena itu, perubahan biaya yang berlebihan diakibatkan ketidak simetrisnya aktivitas biaya dan volume biaya akan meningkatkan risiko kegagalan operasi (Tang, 2020). Menurut penelitian dari Anderson *et al.*, (2003) mereka mengemukakan bahwa terdapat hubungan biaya perusahaan dan penjualan yang tidak simetris dan tidak sesuai dengan biaya secara tradisional. Mereka menemukan bahwa terdapat hubungan antara kenaikan penjualan untuk setiap kenaikan penjualan 1% akan meningkatkan biaya penjualan, administrasi dan umum (PA&U) sebesar 0,55%, sedangkan saat biaya penjualan menurun 1% mengakibatkan penurunan biaya penjualan, administrasi dan umum (PA&U) sebesar 0,35%. Sehingga aktivitas perusahaan dalam perilaku biaya tersebut menyebut fenomena ini disebut "*Cost Stickiness*".

Sebuah perusahaan yang terdeteksi mengalami *cost stickiness*, perusahaan tersebut akan membawa dampak negatif untuk mencapai target laba karena mengalami penurunan laba (Safitri & Kristianti, 2022). *Cost stickiness* disebabkan oleh ketidakpastian masa depan atas permintaan produk yang dijual oleh perusahaan, sehingga manajer tetap mempertahankan sumber daya yang

tidak terpakai (Affifah *et al.*, 2018). Manajer yang optimis dalam penjualan mengakibatkan menunda untuk mengurangi jumlah biaya sumber daya pada periode kedepannya. Sebagai contoh, perusahaan obat-obatan dengan kondisi pandemi COVID-19, perusahaan tersebut akan menambah jumlah tenaga kerja, bahan baku dan *overhead* pabrik karena permintaan obat-obatan meningkat. Ketika produksi sedang menurun dengan optimisme manajer, maka akan tetap mempertahankan sumber daya sebagai antisipasi jika akan terjadi kenaikan pada periode mendatang. Disisi lain, perusahaan harus memberikan gaji karyawan, pemeliharaan mesin, pemeliharaan gudang dan membayar biaya modal atau investor.

Biaya perusahaan yang mengalami *cost stickiness* terjadi karena ada pengaruh dari pendapatan penjualan perusahaan. Ketika manajer mengambil keputusan yang bersifat *sticky* dengan asumsi biaya akan mengikuti aktivitas bisnis, maka mengakibatkan kerugian pada perusahaan (Nelmidia & Siregar, 2016). Perusahaan yang mengalami *cost stickiness* tinggi terjadi karena pendapatan penjualan mengalami penurunan aktivitas tetapi biaya operasional perusahaan tetap tinggi. Sehingga manajer perlu menyesuaikan biaya yang mengalami *cost stickiness* saat penjualan menurun, akibatnya akan menghemat biaya aktivitas lebih sedikit.

Berdasarkan penelitian dari Linggardjaja (2020), faktor yang mempengaruhi *cost stickiness* itu ada 2 faktor yakni faktor internal (berasal dari dalam perusahaan) meliputi informasi penjualan historis, manajemen laba, modal intelektual, skema kompensasi dan insentif, orientasi manajemen, perilaku optimisme manajemen dan sumber pendanaan perusahaan. Sedangkan, faktor eksternal (berasal dari luar perusahaan) meliputi persaingan pasar.

Biaya menjadi peran penting dalam berbisnis. Perusahaan harus bisa menyesuaikan dan mengelola biaya untuk mencegah pemotongan atau kerugian bagi perusahaan. Oleh karena itu, manajemen biaya harus mengendalikan akibat risiko biaya yang terlalu tinggi yang berakibat kegagalan dalam operasi perusahaan. Sehingga untuk menghindari kerugian dan penurunan laba perlu mengurangi *sticky* pada beban perusahaan (Hananto, 2021). Akibatnya perusahaan yang sulit dalam mengendalikan biaya akan berakibat *cost stickiness*.

Cost stickiness pernah dilakukan oleh beberapa peneliti diantaranya Sonu *et al.* (2022) di perusahaan property, Widyastuti *et al.* (2017) di perusahaan perbankan, Kartikasari *et al.* (2018) disektor pertanian, Pande *et al.* (2017), Safitri & Kristianti (2022) disektor BUMN, Azmi & Januryanti (2021), Indriana *et al.* (2021) pada sektor *constumers good*, dan Affifah *et al.* (2018), Evelyn (2018), Hidayatullah *et al.* (2011), Jazuli *et al.* (2020), Kartikasari *et al.* (2018), Nelmida & Siregar (2016), Ratnawati & Yeterina (2015), Setiawan (2017), Tiono & Fanani (2017), Widyastuti *et al.* (2017) pada perusahaan manufaktur. Penelitian tersebut menyatakan terdapat perilaku *cost stickiness* pada biaya penjualan, administrasi dan umum yang mengakibatkan ketidaksesuaian tingkat perencanaan laba perusahaan. Sedangkan penelitian dari Nany & Haloho (2021) pada perusahaan dagang, Nelmida & Siregar (2016) di perusahaan manufaktur dan Marhamah *et al.* (2020) disektor *food and beverage* menjelaskan tidak terindikasi *cost stickiness* pada biaya penjualan, administrasi dan umum.

Pada perilaku *cost stickiness* disebabkan karena ketidaksesuaian biaya yang direncanakan dengan biaya yang terjadi. Peneliti Anderson *et al.* (2003), Evelyn (2018), Indriana *et al.* (2021), Jazuli *et al.* (2020) Nelmida & Siregar (2016) mengungkapkan bahwa pada intensitas aset berpengaruh positif terhadap *cost*

stickiness. Sedangkan peneliti Affifah *et al.* (2018) dan Tiono & Fanani (2017) menjelaskan intensitas aset berpengaruh terhadap *cost stickiness* dan peneliti Soenjoto & Alfiandri (2019) menjelaskan intensitas aset tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness*. Perusahaan dalam melakukan aktivitas produksinya perlu melihat aset yang dimiliki perusahaan. Sehingga aktivitas perusahaan dapat menyesuaikan biaya yang dikeluarkan untuk produksi perusahaan. Oleh karena itu, semakin tinggi intensitas aset yang digunakan akan mempengaruhi pada aktivitas perusahaan yang berakibat terhadap *cost stickiness*.

Perilaku *cost stickiness* terjadi karena berkaitan dengan masalah keagenan (*agency problem*) (Sonu *et al.* 2022). Dimana *agency problem* berkaitan dengan pihak manajemen dan pemegang saham atau prinsipal, keduanya memiliki tujuan untuk memaksimalkan kekayaan pada diri sendiri. Keinginan manajemen dan pemegang saham yang disengaja untuk memperoleh profit yang tinggi dan melupakan pengeluaran biaya yang akan ditimbulkannya sehingga perusahaan nantinya akan mengalami *cost stickiness*. Manajer perlu mengimplementasikan *the deliberate decision theory* pada setiap keputusannya. Sehingga setiap keputusan oleh manajer akan mementingkan jangka panjang perusahaan untuk mengantisipasi atas *agency problem* jika keputusan manajer dinilai salah oleh pihak prinsipal. Maka manajer dalam menambah *agency cost* harus memperhatikan biaya pada beban pokok penjualan, profitabilitas dan *leverage* dalam perusahaan yang memiliki pengaruh terhadap *cost stickiness*.

Penelitian dari Hidayatullah *et al.* (2011), Marhamah *et al.* (2020), Setiawan (2017) mendapatkan hasil bahwa beban pokok penjualan berpengaruh negatif terhadap *cost stickiness*. Berbeda dengan penelitian Nany & Haloho (2021) menunjukkan bahwa beban pokok penjualan berpengaruh positif terhadap *cost*

stickiness. Beban pokok penjualan bertujuan untuk mengetahui seberapa modal yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa. Sehingga semakin besar pengeluaran modal yang dikeluarkan perusahaan maka akan mempengaruhi tingkat *cost stickiness*.

Penelitian dari Fitriyyah & Hero (2021), Setiawan (2017) Widyastuti *et al.* (2017) Windyastuti (2013) mengungkapkan manajemen laba berpengaruh terhadap *cost stickiness*. Perusahaan dalam melakukan prediksi laba perusahaan akan menghindari pendapatan yang kurang menguntungkan. Sehingga perusahaan akan mengurangi sumber daya untuk menyesuaikan dari aktivitas perusahaan. Sedangkan penelitian dari Evelyn (2018), Indriana *et al.* (2021), Jazuli *et al.* (2020) menjelaskan profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness* pada perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Evelyn (2018), Indriana *et al.* (2021), Sonu *et al.* (2022) menjelaskan *leverage* perusahaan berpengaruh negatif pada *cost stickiness*. Tingkat *leverage* yang tinggi akan meningkatkan pengawasan perusahaan. Karena perusahaan yang memiliki *leverage* yang tinggi, kreditor akan melakukan pengawasan dan kewaspadaan terhadap perusahaan. Namun, penelitian Jazuli *et al.* (2020) mengemukakan tingkat *leverage* perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat *cost stickiness*. Sehingga ketika *leverage* meningkat akan meningkatkan *cost stickiness* pada perusahaan.

Penelitian ini merupakan gabungan dari beberapa penelitian yakni Indriana *et al.* (2021) membahas mengenai pengaruh *asset intensity*, *free cash flow*, *profitability* dan *leverage* terhadap *cost stickiness*, Jazuli *et al.* (2020) yang meneliti analisis yang faktor-faktor (*asset intensity*, *employee intensity*, *equity intenisty*,

return on equity, free cash flow, leverage dan *size*) yang mempengaruhi *cost stickiness* dan Nany & Haloho (2021) yang membahas pengaruh harga pokok penjualan dan biaya penjualan terhadap *cost stickiness* serta Marhamah *et al.* (2020) tentang perilaku *cost stickiness* biaya penjualan, administrasi dan umum serta harga pokok penjualan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini ingin mengabungkan dari beberapa variabel penelitian tersebut. Sampel penelitian dari penelitian sebelumnya pada perusahaan manufaktur, sektor perdagangan, sektor *food and beverage*. Sehingga pada sampel penelitian ini berfokus pada perusahaan— perusahaan *constumers non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Berdasarkan pemaparan penelitian diatas, penulis ingin meneliti mengenai apakah dalam perusahaan *constumers non-cyclicals* ini terindikasi terjadinya *cost stickiness*. Serta apakah dalam perusahaan yang terindikasi *cost stickiness* ini dipengaruhi oleh intensitas aset, beban pokok penjualan, profitabilitas dan *leverage*. Sehingga perusahaan bisa menambah pengetahuan bagi manajemen perusahaan dalam melakukan keputusan atas setiap aktivitas pembiayaan perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam perusahaan, manajemen biaya sangat diperlukan untuk mengontrol dan merencanakan operasi perusahaan. Ketika keputusan manajemen kurang tepat akan berdampak pada aktivitas perusahaan. *Cost stickiness* menjadi masalah dalam keputusan manajemen. Perusahaan yang mengalami *cost stickiness* akan berpengaruh pada perubahan penjualan terhadap pendapatan perusahaan. *Cost stickiness* pada perusahaan menyebabkan pendapatan akan menurun karena aktivitas perusahaan dari penjualan menurun. Ketika perusahaan

yang sedang mengalami *cost stickiness* akibatnya akan berisiko pada perusahaan. Sehingga perusahaan perlu melakukan kebijakan pengurangan sumber daya dan penghematan biaya terhadap aktivitas perusahaan.

Berdasarkan penjelasan latar belakang, maka rumusan masalah diperoleh sebagai berikut:

1. Apakah intensitas aset berpengaruh terhadap *cost stickiness*?
2. Apakah beban pokok penjualan berpengaruh terhadap *cost stickiness*?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *cost stickiness*?
4. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap *cost stickiness*?

1.3 Batasan Masalah

Pada penelitian ini menggunakan data pengelolaan yakni data sekunder yang berasal dari Bursa Efek Indonesia. Objek penelitian ini pada perusahaan *consumers non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2022 dengan menggunakan data laporan keuangan tahunan perusahaan. Perusahaan *consumers non-cyclicals* merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi produk kebutuhan harian konsumen. Sehingga perusahaan ini yang menjadi sektor industri yang stabil dan dipengaruhi kondisi ekonomi pada perubahan musiman baik resesi dan inflasi (Kadek *et al.*, 2022). Perusahaan yang tergolong dikategori ini seperti 1) Industri ritel makanan dan kebutuhan pokok, 2) Industri minuman 3) Industri tembakau, 4) Industri makanan olahan, 5) Industri hasil pertanian, dan 6) Industri produk rumah tangga, serta 7) Industri produk perawatan pribadi.

Dalam menguji tentang perilaku *cost stickiness* menggunakan Model ABJ yang dikenalkan dan dilakukan oleh (Anderson *et al.*, 2003). Penelitian ini hasil

penelitian yang dilakukan oleh Anderson et al. (2003) yang diperoleh terdapat *cost stickiness* diperusahaan manufaktur yang dilakukan selama 10 tahun yakni periode 1979-1998.

Melihat penelitian sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara intensitas aset, Beban Pokok Penjualan, profitabilitas dan *leverage* terhadap *cost stickiness* pada perusahaan. Penelitian ini objek penelitiannya dikhususkan menguji perilaku *cost stickiness* pada perusahaan *consumers non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2022.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang dan perumusan masalah yang telah disebutkan di atas. Maka tujuan penelitian ingin mencapai dan menganalisis penelitian mengenai:

1. Untuk mengetahui apakah intensitas aset berpengaruh terhadap tingkat *cost stickiness*.
2. Untuk mengetahui apakah beban pokok penjualan berpengaruh terhadap tingkat *cost stickiness*.
3. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap tingkat *cost stickiness*.
4. Untuk mengetahui apakah *leverage* berpengaruh terhadap tingkat *cost stickiness*.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan sebagai berikut:

1. Manfaat Akademisi

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai perilaku biaya khususnya *cost stickiness*. Penelitian ini juga bisa sebagai referensi untuk penelitian di masa yang akan datang untuk mengkaji mengenai *cost stickiness*.

2. Manfaat Entitas

Perusahaan sebagai objek penelitian ini, diharapkan menjadi pandangan mengenai perencanaan biaya dan mengambil keputusan perusahaan. Sehingga bisa memberikan informasi pada perusahaan untuk lebih berhati-hati dalam perencanaan biaya khususnya dalam menganalisis dan mengelola biaya untuk lebih baik dan terkontrol.

3. Manfaat Calon Peneliti

Untuk penelitian ke depannya bisa menjadi referensi atau acuan untuk pengembangan penelitian selanjutnya. Bagi peneliti yang baru bisa menjadi pengetahuan dan wawasan baru mengenai perilaku biaya *cost stickiness*.