

# **PENGARUH ASSET INTENSITY, FREE CASH FLOW, PROFITABILITY, DAN LEVERAGE TERHADAP COST STICKINESS**

**Elsha Indriana<sup>1\*</sup>, Diah Armeliza<sup>2</sup>, Ati Sumiati<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Universitas Negeri Jakarta

elsha992013@gmail.com

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of Asset Intensity (X1), Free Cash Flow (X2), Profitability (X3), and Leverage (X4) on Cost Stickiness (Y). This study uses secondary data, namely from annual reports and financial reports on consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) 2016-2018 with a total sample size of 67 samples. The analysis used is multiple regression analysis using Eviews 10. This study obtained the following results: (a) asset intensity has a positive effect on cost stickiness so that management needs to adjust costs when there is a change in sales volume; (b) free cash flow has no effect on cost stickiness, so that management does not need to adjust costs when there is a change in sales volume; (c) profitability does not affect cost stickiness, so that management does not need to adjust costs when there is a change in sales volume; (d) leverage has no effect on cost stickiness so that management does not need to adjust costs when there is a change in sales volume.*

**Keywords:** *Asset Intensity, Free Cash Flow, Profitability, Leverage, Cost Stickiness*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Asset Intensity* (X1), *Free Cash Flow* (X2), *Profitability* (X3), dan *Leverage* (X4) terhadap *Cost Stickiness* (Y). Penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu dari laporan tahunan dan laporan keuangan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018 dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 67 sampel. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan Eviews 10. Penelitian ini memperoleh hasil sebagai berikut: (a) *asset intensity* berpengaruh positif terhadap *cost stickiness* sehingga manajemen perlu untuk melakukan penyesuaian biaya saat terjadi perubahan volume penjualan; (b) *free cash flow* tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness* sehingga manajemen tidak perlu melakukan penyesuaian biaya saat terjadi perubahan volume penjualan; (c) *profitability* tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness* sehingga manajemen tidak perlu melakukan penyesuaian biaya saat terjadi perubahan volume penjualan; (d) *leverage* tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness* sehingga manajemen tidak perlu melakukan penyesuaian biaya saat terjadi perubahan volume penjualan.

**Kata Kunci:** *Asset Intensity, Free Cash Flow, Profitability, Leverage, Cost Stickiness*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan perekonomian dunia saat ini tengah mengalami perlambatan termasuk Indonesia. Salah satu indikator yang menjadi penyebabnya adalah akibat dari stagnasi tingkat konsumsi rumah tangga. Permasalahan perlambatan pada sektor rumah tangga ini terjadi pada volume penjualan yang mengalami fluktuasi yang disebabkan karena berubahnya pola konsumsi masyarakat. Perubahan pola konsumsi ini disebabkan karena kemajuan teknologi yang semakin canggih dan mengakibatkan persaingan antar perusahaan semakin ketat. Untuk itu perusahaan perlu untuk berekspansi dengan merencanakan volume aktivitas perusahaan tetap meningkat dan pengeluaran biaya dapat

disesuaikan. Volume aktivitas perusahaan itu sendiri berhubungan dengan biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya-biaya tersebut akan menjadi tetap atau berubah seiring dengan perubahan volume penjualan. Namun, hal yang kini terjadi adalah ketika volume penjualan mengalami penurunan, biaya-biaya tersebut sulit untuk mengalami penurunan juga sehingga untuk dapat mempengaruhinya diperlukan perencanaan dan pengendalian dari seorang manajer supaya dapat mengendalikan struktur biaya tersebut agar sesuai dengan perubahan volume penjualan.

Dalam CNBC Indonesia (2019) terjadi fenomena pada PT. Unilever yang menggambarkan mengenai bagaimana kinerja perusahaan mengalami stagnan. PT. Unilever yang mengalami penurunan pada penjualan ekspor sedangkan penjualan domestiknya hanya sedikit mengalami kenaikan. Akibat dari hal itu perusahaan memperoleh laba sekitar Rp. 1,75 triliun pada kuartal I-2019 dan jika dibandingkan hal tersebut lebih rendah dari tahun sebelumnya yaitu pada kuartal II-2018 sekitar Rp. 1,83 triliun. Namun, yang terjadi pada penjualan tersebut tidak terjadi pada biaya. Tercatat biaya yaitu beban pokok penjualan dan beban administrasi umum mengalami kenaikan dengan masing-masing sekitar 1,99% YoY dan 0,87% YoY. Jika dilihat secara detail komponen beban pokok penjualan pada bahan baku mengalami penurunan persentase sedangkan biaya tenaga kerja, harga pokok produksi barang jadi dan penyusutan aset tetap mengalami kenaikan, sedangkan pembukuan pada beban administrasi dan umum perusahaan diidentifikasi terjadi kenaikan, hal ini dikarenakan adanya peningkatan pada komponen biaya remunerasi dan imbalan kerja, amortisasi aset tak berwujud serta lisensi merek, teknologi dan biaya jasa.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dapat disimpulkan bahwa perubahan volume penjualan berdampak pada biaya, baik itu beban pokok penjualan maupun beban administrasi dan umum. Seharusnya biaya-biaya tersebut akan menjadi tetap atau berubah seiring dengan perubahan volume penjualan. Namun hal yang terjadi ketika volume penjualan mengalami penurunan, biaya-biaya tersebut sulit untuk mengalami penurunan sehingga untuk dapat mempengaruhinya diperlukan perencanaan dan pengendalian kembali dari seorang manajer supaya dapat mengendalikan struktur biaya agar sesuai dengan perubahan volume penjualan.

Novianti & Setyono (2008) membandingkan *cost stickiness* dari biaya penjualan, administrasi dan umum pada kondisi sebelum, saat dan setelah krisis ekonomi. Dari penelitiannya teridentifikasi bahwa *cost stickiness* terjadi sebelum terjadinya krisis ekonomi. Saat krisis *cost stickiness* terjadi namun lebih rendah bila dibandingkan sebelum terjadinya krisis ekonomi, sedangkan setelah krisis fenomena *cost stickiness* semakin berkurang. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat *cost stickiness* pada biaya ketika terjadi fluktuasi pada perubahan volume penjualan berpengaruh pada keadaan kondisi dan situasi pertumbuhan ekonomi yang selalu berubah seiring perkembangan waktu.

Berdasarkan pandangan tradisional, biaya digambarkan bersifat tetap yang dipengaruhi oleh satu pool biaya untuk semua biaya. Namun, hal tersebut kini kurang membantu untuk perusahaan dalam menghadapi persaingan global, karena operasi yang dijalankannya menjadi begitu kompleks, dan biaya dikendalikan hanya dalam satu pengaruh. Padahal biaya tidak langsung merupakan komponen yang sangat penting. Dalam pengelolaan biaya ditemukan perilaku biaya yang tidak proposional atau asimetris terhadap volume aktivitas perusahaan. Biaya dikatakan berperilaku asimetris atau tidak proposional ketika peningkatan biaya saat peningkatan volume lebih besar dibandingkan penurunan biaya saat volume aktivitas menurun, hal ini disebut dengan *cost stickiness*, sehingga dapat dikatakan bahwa besaran *cost stickiness* berpengaruh terhadap pendapatan penjualan perusahaan.

Perusahaan dengan tingkat *cost stickiness* yang tinggi akan menyebabkan pendapatan penjualan menurun akibat dari aktivitas yang menurun dan biaya tetap tinggi, sehingga jika perusahaan terlalu banyak pengeluaran maka akan terjadi inefisiensi dan laba tidak dapat diprediksi dengan tepat. Hal ini dikarenakan ketika perusahaan memiliki *cost stickiness* yang tinggi akan mengalami penurunan

laba yang lebih besar ketika aktivitas perusahaan atau pendapatan penjualan menurun dibandingkan dengan perusahaan yang tingkat *cost stickiness* nya lebih kecil, karena biaya yang memiliki *cost stickiness* yang tinggi dihasilkan dari penyesuaian biaya yang lebih sedikit ketika penjualan menurun, sehingga penghematan biayanya lebih sedikit (Jazuli M Asrin, Maksun Azhar, 2020).

Dalam Afiffah et al. (2018) yang mengidentifikasi bahwa ketika terjadi penurunan penjualan, *asset intensity* perusahaan akan berpengaruh terhadap *cost stickiness* pada biaya penjualan, administrasi, dan umum karena manajer perlu untuk mengambil keputusan dengan menahan sumber daya ketika penjualan menurun atau dapat dikatakan bahwa manajer perlu melakukan penyesuaian pada biayanya. Berbeda dengan hasil penelitian Soenjoto & Alfiandri (2019) yang mengidentifikasi bahwa *asset intensity* tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness* karena manajer menaruh perhatian kepada tingkat fluktuasi penjualan daripada penyesuaian biaya SG&A dan mengasumsikan bahwa selama perusahaan dapat menghasilkan laba yang tinggi, tinggi rendahnya *asset intensity* tidak akan disesuaikan dengan biaya SG&A.

Keputusan manajerial dalam mempertahankan sumber daya yang tidak digunakan dapat menyebabkan keakuan biaya, hal ini disebabkan karena adanya pertimbangan pribadi dalam manajer (misalnya untuk menghindari konsekuensi pribadi dari pengurangan biaya seperti kehilangan status) dan menyebabkan timbulnya biaya agensi (Venieris et al., 2015). Zhang & Keusch (2016) menemukan bahwa terdapat pengaruh antara *free cash flow* terhadap *cost stickiness* pada biaya SG&A, karena ketika terjadinya *agency problem* yang dihadapi oleh seorang manajer terbukti bahwa terjadi peningkatan *free cash flow* dan diikuti oleh *cost stickiness*. Hal ini menggambarkan bahwa walaupun terjadi masalah manajer akan tetap mengambil keputusan untuk menyesuaikan biaya dan insentif untuk kepentingan sendiri. Berbeda dengan penelitian Sidabutar et al. (2018) yang menemukan bahwa *free cash flow* tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness*, hal ini dikarenakan perusahaan mampu menyesuaikan biaya dengan baik walaupun terjadi perubahan volume penjualan. Karena keputusan telah diambil sebelum terjadi perubahan volume penjualan.

Perencanaan dan pengendalian saat penting bagi seorang manajer untuk dapat memprediksi mengenai target laba yang akan dicapai. Prediksi target laba dapat memotivasi manajemen untuk menyesuaikan biaya ketika terjadi penurunan pada penjualan sehingga terjadi penghematan biaya yang rendah (Aninda et al. 2018). Sehingga ketika terjadi penurunan penjualan, biaya akan menjadi *stickiness*, walaupun laba yang akan di dapat oleh perusahaan menjadi berkurang. Untuk menyingkapi hal tersebut perusahaan harus meningkatkan volume aktivitas penjualan kembali agar laba dapat meningkat kembali.

Yunaz & Sasongko (2017) menemukan bahwa target laba memiliki dampak negatif terhadap tingkat *cost stickiness*, yang mana ketika penjualan bersih pada biaya SG&A menurun lebih besar dibandingkan dengan biaya SG&A ketika penjualan bersih meningkat. Hal ini dikarenakan seorang manajer mengambil keputusan untuk menyesuaikan biaya (Argilés-Bosch et al. 2017) Lain halnya dengan ketika manajemen tidak mengambil keputusan apapun ketika perusahaan mengalami kenaikan keuntungan, sehingga *profitabilitas* tidak memiliki pengaruh terhadap *cost stickiness* pada SG&A (Evelyn 2019).

Dalam permasalahan *stickiness*, pengambilan keputusan sangatlah berpengaruh. Manajer harus dapat melihat dari berbagai aspek untuk dapat melakukan perencanaan dan pengendalian mengenai struktur biaya, seperti permasalahan tingkat hutang yang dipengaruhi oleh volume aktivitas penjualan perusahaan. Karena saat terjadi kondisi penurunan penjualan, perusahaan akan cenderung untuk berusaha menyesuaikan biaya lain agar bisa menutupi kewajibannya dalam membayar hutang. Dalam Evelyn (2019) *leverage* berpengaruh negatif terhadap *cost stickiness*, hal ini dikarenakan saat tingkat *leverage* meningkat, seorang manajer mengambil keputusan untuk menyesuaikan biaya SG&A, sehingga tingkat biaya dapat disesuaikan supaya tidak terlalu tinggi. Berbeda dengan penelitian Sidabutar et al., (2018) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness*, yang mana ketika *leverage* mengalami kenaikan variasi penurunan biaya akibat penjualan tidak lebih tinggi dibandingkan ketika *leverage* mengalami kenaikan. Hal ini berarti manajemen mengambil keputusan yang baik dalam menyesuaikan biaya.

Berdasarkan latar belakang masalah peneliti ingin membuktikan pengaruh *asset intensity*, *free cash flow*, *profitability* dan *leverage* terhadap *cost stickiness* di sektor perusahaan *consumer goods*. Penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai tambahan pengetahuan mengenai perilaku *cost stickiness*, khususnya pembelajaran bagi manajer perusahaan dalam pengambilan keputusan yang efektif dan efisien terkait biaya agar memperhatikan perubahan yang terjadi pada kondisi pertumbuhan ekonomi yang berubah setiap tahunnya.

## **TINJAUAN TEORI**

### ***Agency Theory***

Teori keagenan pertama kali dinyatakan oleh Jensen. M. & Mecking (1976) yang menjelaskan bahwa teori ini berhubungan dengan kontrak antara pemegang saham/pemilik dan manajemen/manajer. *Agency theory* mengimplikasikan adanya informasi asimetris antara pemegang saham "*principal*" yang bertindak sebagai pemberi wewenang dan tanggung jawab kepada manajer dan manajer yang bekerja atas pemegang saham. Munculnya informasi asimetris hal ini karena manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan untuk masa mendatang dibandingkan dengan pemegang saham. Terdapatnya perbedaan kepentingan antara pihak pemegang saham dan manajer menimbulkan masalah keagenan (*agency problem*). Kepentingan pemegang saham menginginkan nilai perusahaan yang maksimal, sedangkan rencana atau kontrak insentif yang memotivasi manajer untuk berperilaku sesuai dengan kepentingan pemegang saham. Namun, manajer cenderung mengejar keuntungan pribadi dengan memaksimalkan insentif daripada berkontribusi penuh pada nilai kompetensi perusahaan.

### ***Adjustment Cost Theory***

Pertama kali *adjustment cost theory* diperkenalkan oleh Lucas (1967). Teori ini menyatakan bahwa ketika perusahaan mengalami guncangan, perusahaan tidak dapat secara langsung mengubah faktor produksi tanpa biaya penyesuaian, karena manajer perlu untuk menambah biaya tambahan jika ingin mengubah level produksi. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seorang manajer memerlukan biaya penyesuaian, hal ini dikarenakan terdapatnya biaya yang cenderung sulit untuk mengalami perubahan jika dihubungkan antara perubahan penjualan dengan perubahan biaya.

Anderson, MC., (2006) dalam Apriliawati (2015) menjelaskan bahwa *adjustment cost* pada *cost stickiness* terjadi tidak hanya dipengaruhi oleh variable spesifik perusahaan saja, namun juga dapat dipengaruhi dari lingkungan ekonomi perusahaan. Porporato & Werbin (2012) dalam Apriliawati (2015) menambahkan bahwa *business environment* dan *macro economic condition* juga dapat mempengaruhi komposisi total biaya yang nantinya akan menjadi pertimbangan manajer dalam penggunaan utilisasi perusahaan. Jadi dapat dikatakan bahwa *adjustment cost theory* merupakan teori mengenai biaya perusahaan yang digunakan untuk mengubah tingkat output perusahaan. Ketika perusahaan mengalami fluktuasi dalam skala besar diperlukan pertimbangan dari seorang manajer untuk memprediksi penjualan di masa yang akan datang (Ratnawati & Nugrahanti, 2016). Pertimbangan manajer ini memiliki dua pilihan yang akan terjadi, yaitu mempertahankan sumber daya yang tidak digunakan atau mengeluarkan biaya sebagai prediksi guna meningkatkan penjualan di masa depan saat terjadi penurunan permintaan.

### ***Deliberate Decision Theory***

Dalam keputusan manajemen biaya strategis *deliberate decision* atau pengambilan keputusan yang disengaja sangatlah diperlukan. Hal ini dikarenakan *deliberate decision* berguna untuk menyelaraskan struktur biaya perusahaan dengan strategis dan optimal. Anderson & Banker (2003) dalam Linggardjaja (2020) menjelaskan bahwa terdapat beberapa biaya yang tidak dapat berperilaku secara mekanis dari struktur biaya yang kaku. Hal ini dikarenakan adanya komitmen sumber daya yang sengaja dibuat oleh manajer. Padahal biaya dalam model biaya tradisional diklasifikasikan

sebagai biaya tetap dan biaya variabel yang merupakan suatu respon biaya terhadap perubahan aktivitas penjualan. Namun pada kenyataannya biaya-biaya tersebut tak sejalan dalam meresponi tindakan perubahan aktivitas dan lebih kepada tindakan/keputusan yang sengaja dibuat oleh manajer termasuk dalam melakukan penyesuaian terhadap komitmen biaya.

Evelyn (2019) menggunakan teori *deliberate decision* untuk menjelaskan bagaimana biaya menjadi sticky akibat dari keputusan manajer yang disengaja. Ketika manajer dihadapkan dengan keadaan yang mana penjualan mengalami penurunan, manajer sengaja menyesuaikan sumber daya yang digunakan untuk kegiatan operasional selama periode penurunan penjualan tersebut. Perilaku penyesuaian ini dibenarkan karena dianggap dapat menghasilkan biaya yang lebih rendah dengan tetap mempertahankan sumber daya daripada menghilangkan sumber daya tersebut dan hal ini dilakukan sebagai respon terhadap penurunan penjualan dan sebagai perkiraan penjualan untuk masa depan.

### ***Cost Stickiness***

Dalam model tradisional mengenai perilaku biaya menjelaskan bahwa biaya diklasifikasikan sebagai biaya tetap dan biaya variabel berdasarkan respon biaya terhadap perubahan aktivitas perusahaan. Namun menurut Malcolm (1991) yang menemukan bahwa beberapa biaya cenderung tidak proposional atau tidak mudah disesuaikan dengan aktivitas perusahaan, seperti biaya tetap (*fixed cost*). Anderson & Banker (2003) dalam Linggardjaja (2020) mengidentifikasi bahwa tidak sepakat dengan model tradisional dan menyarankan dengan model alternatif lain mengenai perilaku biaya. Model alternatif ini bertujuan untuk menjelaskan bahwa respon mengenai peningkatan dan penurunan dalam aktivitas penjualan perusahaan itu tidak sejalan, karena terdapatnya beberapa biaya yang tidak berperilaku secara mekanis dari struktur biaya yang kaku. Struktur biaya yang kaku ini dinamakan *sticky cost* atau *cost stickiness*. Anderson & Banker (2003) dalam Yunaz & Sasongko (2017) mendefinisikan *cost stickiness* sebagai perilaku biaya asimetris yang mana ketika terjadi peningkatan biaya pada saat peningkatan penjualan besarnya akan lebih besar bila dibandingkan dengan saat terjadi penurunan biaya pada penjualan menurun.

### ***Asset Intensity***

Dalam PSAK 16 revisi tahun 2011, aset merupakan semua kekayaan yang dimiliki oleh seseorang atau perusahaan, baik berwujud maupun tak berwujud yang berharga atau bernilai yang akan mendatangkan manfaat bagi seseorang atau perusahaan. Pada umumnya aset diklasifikasinya menjadi dua macam, yaitu aset lancar dan aset tidak lancar (aset tetap). Aset lancar (*current asset*) merupakan aset yang dapat dengan mudah dikonversikan menjadi kas (uang tunai) dan setara kas (Wahyuni & Khoirudin, 2020). Dalam PSAK 16 revisi tahun 2011, aset tetap merupakan aset berwujud yang:

1. Dimiliki untuk digunakan dalam produksi atau penyediaan barang atau jasa untuk direntalkan kepada pihak lain, atau untuk tujuan administratif.
2. Diharapkan untuk digunakan selama lebih dari satu periode.

Afiffah et al. (2018) membahas ketika suatu perusahaan mengalami penurunan penjualan, manajer berusaha untuk menurunkan/ menghentikan skala pembeliannya pada persediaan bahan baku yang pengadaannya dari pihak luar. Namun ketika hal tersebut terjadi itu akan berdampak pada input perusahaan dan akan berdampak juga pada aset yang dimiliki oleh perusahaan, karena ketika input perusahaan berkurang maka bisa jadi akan terjadi pelepasan aset tersebut karena tidak terpakainya aset (mesin) atau pengurangan jam kerja akan aset (mesin) tersebut

Ketika penjualan suatu perusahaan mengalami kenaikan maka perusahaan tersebut harus mengambil keputusan untuk membeli mesin tambahan guna mempercepat produksi atau untuk menambah volume penjualan, namun terdapat hal yang mempengaruhinya, yaitu *stickiness* pada aset tetap yang mana perusahaan harus mengeluarkan biaya tambahan seperti biaya perawatan dan biaya depresiasi pada setiap periodenya. Keputusan selanjutnya yang harus diambil oleh seorang manajer,

yaitu ketika terjadi penurunan penjualan, perusahaan harus tetap mempertahankan mesin tersebut dengan prediksi akan terjadi peningkatan penjualan di masa yang akan datang (Wahyuningtyas & Nugrahanti, 2014).

Berdasarkan konsep-konsep diatas, *asset intensity* merupakan gambaran investasi aset perusahaan yang biasanya digunakan untuk mengukur seberapa produktif suatu perusahaan dalam menggunakan hasil penjualan dalam menginvestasi asetnya. Rasio aset terhadap operasi penjualan yang tinggi menggambarkan ukuran intensitas aset yang besar dan rasio aset terhadap operasi penjualan yang rendah menggambarkan ukuran intensitas aset yang kecil.

### ***Free Cash Flow***

*Free cash flow* merupakan salah satu alat pengukur pertumbuhan, kinerja keuangan dan kesehatan perusahaan. *Free cash flow* mewakili kas yang dimiliki oleh perusahaan yang digunakan untuk membiayai seluruh aktivitas perusahaan, baik dalam pembayaran dividen, ekspansi maupun pelunasan utang perusahaan. Dengan *free cash flow* dapat menjadi indikator yang sangat berguna untuk melihat profitabilitas perusahaan yang sebenarnya, karena metrik *free cash flow* cenderung sulit untuk dimanipulasi dengan metrik atau indikator umum lain seperti halnya laba setelah pajak perusahaan.

Menurut Brigham & Houston (2010) *free cash flow* merupakan arus kas sesungguhnya yang didistribusikan kepada investor setelah perusahaan menginvestasikan seluruh investasinya pada kebutuhan dalam mempertahankan kegiatan operasi perusahaan. *Free cash flow* juga dapat didefinisikan sebagai *cash flow* yang tersedia untuk dibagikan kepada para investor setelah perusahaan tersebut melakukan investasi pada *fixed asset* dan *working capital* yang diperlukan perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya (Sartono, 2001).

### ***Profitabilitas***

Aspek terpenting dari manajemen adalah melakukan peninjauan secara berkala dari profitabilitas. Tinjauan ini berfokus pada jangka pendek dan jangka panjang suatu perusahaan. Fokus jangka pendek dapat ditunjukkan melalui analisis dari biaya relevan dan fokus jangka panjangnya dapat dilihat dari keputusan manajer dalam menentukan faktor-faktor strategis yang akan berefek pada peningkatan/penurunan penjualan. Dapat dilihat bahwa profitabilitas merupakan cerminan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional, baik menunjukkan kombinasi dari pengaruh likuiditas, manajemen aset maupun utang pada hasil operasi suatu perusahaan (Brigham & Houston, 2010). Profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal, atau penjualan perusahaan. Menurut Kasmir (2016) profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi, yang intinya penggunaan rasio ini dapat menunjukkan efisiensi perusahaan. Evelyn (2019) menggunakan profitabilitas sebagai variabel untuk melihat bagaimana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu (biasanya pertahun) dan juga melihat gambaran mengenai tingkat efektivitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya dalam setiap periode.

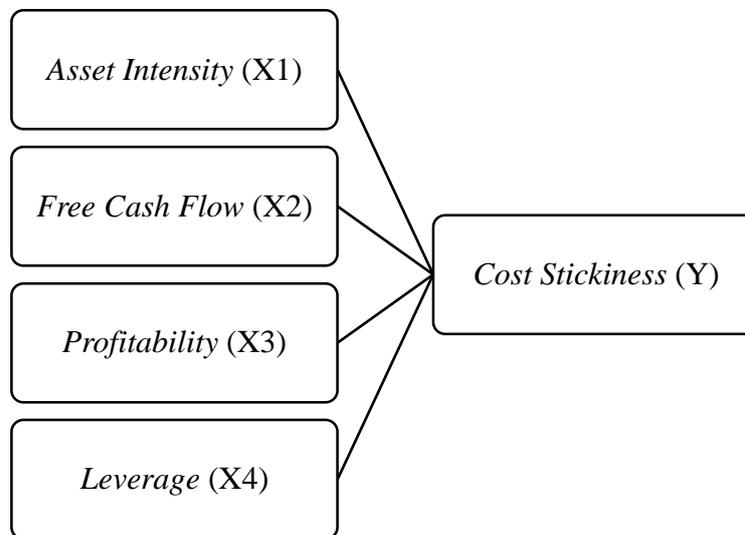
### ***Leverage***

*Leverage* atau yang disebut dengan rasio solvabilitas merupakan rasio yang mencerminkan sejauh mana aktiva dapat membiayai utang perusahaan, yang artinya seberapa besar beban utang yang harus ditanggung oleh perusahaan jika dibandingkan dengan aktiva yang dimilikinya (Kasmir 2016). *Leverage* merupakan suatu penggunaan aset atau sumber dana (*sources of funds*) oleh pihak perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud meningkatkan keuntungan yang

potensial bagi pemegang saham (Sartono, 2001). *Leverage* digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh kewajiban atau pihak luar.

### Kerangka Teori dan Hipotesis

Untuk memahami hubungan keempat variabel independen dengan variabel dependen dalam penelitian ini, maka kerangka teori dalam penelitian ini disajikan pada Gambar 1 di bawah ini.



**Gambar 1**  
**Kerangka Teori**

Sumber: Diolah oleh peneliti 2020

### Pengaruh *Asset Intensity* Terhadap *Cost Stickiness*

Penurunan penjualan mempengaruhi persediaan bahan baku dalam perusahaan. Dalam hal ini menuntut manajer untuk mengambil keputusan yang diambilnya, yaitu dengan mengurangi atau menghentikan bahan baku tersebut. Namun, dampaknya perusahaan akan mendapatkan input yang tidak baik, karena akan terjadi pelepasan aset akibat masalah penurunan penjualan tersebut. Indikasi antara *asset intensity* terhadap perilaku *cost stickiness* yang dapat dilihat ketika penjualan naik perusahaan cenderung untuk mengambil keputusan dengan membeli tambahan mesin untuk memenuhi kebutuhan permintaan. Namun, ketika penjualan mengalami penurunan perusahaan juga dapat melepas asetnya atau kehilangan investasi perusahaan yang spesifik. Secara garis besar, *cost stickiness* yang lebih merujuk pada aset tetap, yang mana ketika aset tetap itu harus tetap dikeluarkan sebagai biaya tambahan yang tidak secara riil namun dapat menurunkan laba. Indikasi terhadap keputusan untuk membeli mesin dapat menambah biaya yaitu pada biaya perawatan dan biaya depresiasi, yang mana biaya akan naik ketika penjualan naik namun ketika penjualan turun biaya tersebut tidak mengikutinya sehingga diperlukan penyesuaian terhadap *asset intensity* supaya tidak terjadi peningkatan pada biaya penjualan, administrasi dan umum yang dapat nantinya mempengaruhi laba pada perusahaan.

Evelyn (2019) menyimpulkan bahwa terdapatnya pengaruh positif antara *asset intensity* terhadap *cost stickiness* dengan perubahan yang terjadi yaitu ketika *asset intensity* meningkat sebesar satu satuan hal tersebut diikuti juga dengan meningkatnya *cost stickiness* pada biaya penjualan, administrasi dan umum. Afiffah et al. (2018) menyimpulkan bahwa *asset intensity* berpengaruh positif terhadap *cost stickiness*, yang berarti ketika *asset intensity* meningkat maka biaya penjualan, administrasi, dan umum akan meningkat pada saat penjualan meningkat, atau dengan kata lain *asset intensity* meningkat maka *cost stickiness* meningkat.

Namun dalam Soenjoto & Alfiandri (2019) menunjukkan bahwa *asset intensity* tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness* karena meskipun berfokus pada *asset intensity*, manajer lebih menaruh

perhatian pada fluktuasi peningkatan penjualan dalam menyesuaikan biaya SG&A. Hal ini membuktikan bahwa selama perusahaan dapat menghasilkan laba yang tinggi, tingkat tinggi rendahnya *asset intensity* tidak perlu disesuaikan dengan *cost stickiness*.

### **H1: *Asset intensity* berpengaruh positif terhadap *cost stickiness***

#### **Pengaruh *Free Cash Flow* Terhadap *Cost Stickiness***

Venieris et al. (2015) berspekulasi *free cash flow* berpengaruh terhadap *cost stickiness* karena ketika perusahaan yang memiliki tingkat modal yang lebih tinggi akan menunjukkan kekakuan biaya SG&A yang lebih besar bila dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat modal yang rendah. Sebagai bukti empiris, perusahaan yang berkomitmen dalam pengembangan aset tak berwujud sebagai investasi cenderung untuk tidak mengurangi investasinya dalam menanggapi penurunan volume penjualan. Inilah yang dinamakan terjadinya *cost stickiness*. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan tingkat modal tinggi akan meningkatkan kelonggaran untuk sumber daya yang tidak digunakan bila dibandingkan dengan perusahaan dengan tingkat modal yang rendah karena tingkat yang lebih tinggi akan meningkatkan biaya penyesuaian dan membentuk harapan manajerial yang lebih optimis mengenai pertumbuhan penjualan di masa yang akan datang.

Zhang & Keusch (2016) menemukan bahwa terdapat pengaruh *free cash flow* terhadap *cost stickiness* pada SG&A, ketika adanya *agency problem* yang dihadapi oleh manajer *free cash flow* mengalami peningkatan sehingga *cost stickiness* juga meningkat. Hal ini menggambarkan bahwa walaupun semakin ketat persaingan, industri tetap akan mencapai pada tingkat persaingan sempurna, sehingga manajer perlu mengambil keputusan untuk mengurangi biaya yang tidak digunakan dan insentif untuk kepentingan sendiri (*self interest incentives*) harus dibatasi karena adanya tingkat persaingan ini.

Dalam Sidabutar et al. (2018) dan Yunaz & Sasongko (2017) yang menemukan hasil bahwa *free cash flow* tidak berpengaruh terhadap perilaku *cost stickiness*. Hal ini dikarenakan perusahaan mampu menyesuaikan biaya dengan baik walaupun terjadi perubahan pada volume penjualan. Keputusan yang diambil oleh manajer sejalan dengan keputusan yang telah diestimasi sebelumnya, baik itu keputusan dalam menginvestasi dana untuk kegiatan operasional perusahaan maupun untuk mendistribusikannya kepada para pemegang saham.

### **H2: *Free cash flow* berpengaruh positif terhadap *cost stickiness***

#### **Pengaruh *Profitability* Terhadap *Cost Stickiness***

*Profitabilitas* merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berhubungan dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Tinggi rendahnya laba yang diperoleh oleh perusahaan dipengaruhi oleh tindakan seorang manajer dalam menghadapi permintaan yang fluktuatif, sehingga perlunya pemahaman akan perilaku biaya supaya dapat mempertahankan kinerja perusahaan dengan menghasilkan pendapatan, laba, dan arus kas yang stabil.

Pengaruh *profitabilitas* perusahaan dapat memotivasi perusahaan untuk menghemat pengeluaran ketika mengalami penurunan penjualan. Argilés-Bosch et al. (2017) menemukan bahwa *profitabilitas* menunjukkan berpengaruh negatif terhadap *cost stickiness*, karena ketika terjadi penurunan penjualan pada biaya lebih besar dibandingkan kenaikan pada penjualan seorang manajer tetap mengambil keputusan untuk berfokus pada fleksibilitas dan memberikan prioritas pada peningkatan penjualan di masa depan agar lebih menyesuaikan biaya SG&A. Yunaz & Sasongko (2017) mengidentifikasi bahwa adanya pengaruh negatif *earning target* pada *return on equity* (ROE) terhadap perilaku *cost stickiness*, yaitu ketika terjadi penurunan biaya pada penjualan bersih menurun lebih besar dibandingkan dengan peningkatan biaya ketika penjualan bersih meningkat. Hal ini dinamakan dengan *anti-cost stickiness*. Tindakan penyesuaian biaya yang baik adalah ketika seorang manajer dapat mengendalikan *profitability* perusahaan, dengan kata lain ketika *profitability* mengalami kenaikan maka variasi penurunan biaya akibat penjualan bersih lebih besar dibanding ketika *profitability* tidak mengalami kenaikan (Sidabutar et al., 2018). Warganegara & Tamara

(2014) dalam Nelmidia & Siregar (2016) yang meneliti adanya fenomena dan dampak *profitability* pada perusahaan-perusahaan di Indonesia menemukan bahwa terdapatnya dampak negatif *profitability* terhadap *cost stickiness* pada kinerja keuangan perusahaan.

Evelyn (2019) mengidentifikasi bahwa *profitability* tidak memiliki pengaruh terhadap *cost stickiness* karena manajemen tidak mengambil keputusan apapun saat perusahaan mengalami kenaikan keuntungan atau dengan kata lain manajer tidak membuat keputusan apapun yang berdampak pada *cost stickiness*.

**H3: *Profitability* berpengaruh negatif terhadap *cost stickiness*.**

### **Pengaruh Leverage Terhadap Cost Stickiness**

Dalam menjalankan usahanya pemilik perusahaan cenderung memilih utang untuk mengurangi resiko yang harus ditanggungnya sedangkan bagi perusahaan dengan utang justru dapat menyebabkan permasalahan menjadi bertambah besar karena akan menimbulkan risiko yang besar. Hal ini dikarenakan apabila perusahaan memiliki utang maka tanggung jawab akan pembayaran angsuran dan bunga menjadi terlalu besar kepada kreditor. Perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi akan menimbulkan sensitif yang semakin tinggi terhadap penurunan penjualan karena adanya pengurangan pada biaya bunga pinjaman yang relatif sulit daripada pengurangan biaya lain.

Hasil penelitian Evelyn (2019) menunjukkan pada tingkat hutang memiliki pengaruh negatif terhadap *cost stickiness*, yang mana apabila tingkat hutang perusahaan meningkat, maka *cost stickiness* dalam perusahaan mengalami penurunan dan begitupun sebaliknya. Kesimpulannya ketika leverage perusahaan meningkat satu satuan, maka *cost stickiness* dalam perusahaan tersebut akan menurun sebesar 0,005555 satu satuan dan sebaliknya. Nelmidia & Siregar (2016) mengidentifikasi bahwa ketika terjadi penurunan penjualan sebesar 1% kemudian diikuti dengan penurunan rasio *leverage (debt to asset ratio)* sebesar 0,037%, sehingga hal inilah yang dinamakan *anti-cost stickiness*.

Sidabutar et al. (2018) menunjukkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku *cost stickiness*. Hasilnya ketika leverage mengalami kenaikan maka variasi penurunan pada total operating cost akibat dari adanya penjualan bersih akan lebih besar bila dibandingkan ketika *leverage* tidak mengalami kenaikan. Dengan kata lain apabila *leverage* semakin tinggi, maka *cost stickiness* akan semakin rendah dan manajer dapat mengambil keputusan dengan baik untuk menyesuaikan biayanya.

**H4: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *cost stickiness***

## **METODE**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang mengidentifikasi sebab akibat dari data angka variabel independen maupun variabel dependen. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *asset intensity*, *free cash flow*, *profitability*, dan *leverage* terhadap *cost stickiness*. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan *consumer good* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2016 sampai dengan 2018 yang diperoleh dari situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan beberapa situs resmi perusahaan. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan *consumer good industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018 dengan total 51 perusahaan.

**Tabel 1**  
**Sampel Penelitian**

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan <i>consumer goods industry</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018	51

2	Perusahaan <i>consumer good industry</i> yang tidak memiliki data laporan keuangan lengkap untuk tahun pelaporan 2016-2018	(4)
3	Perusahaan yang tidak memiliki <i>interest</i> dalam laporan keuangannya	(11)
4	Perusahaan dengan <i>earning after tax</i> yang negatif atau perusahaan yang mengalami kerugian dalam laba setelah pajak	(11)
5	Jumlah perusahaan pada sampel penelitian	25
6	Jumlah observasi selama 3 tahun (periode 2016-2018)	75

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2020

Indikator yang digunakan untuk mengukur *cost stickiness*, yaitu

$$\log \left[ \frac{SG\&A_{i,t}}{SG\&A_{i,t-1}} \right] = \beta_0 + \beta_1 \log \left[ \frac{Sales_{i,t}}{Sales_{i,t-1}} \right] + \beta_2 * DecDummy_{i,t} * \log \left[ \frac{Sales_{i,t}}{Sales_{i,t-1}} \right] + \varepsilon_{i,t}$$

Keterangan:

SG&A<sub>i,t</sub> = Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum perusahaan I pada periode t

SG&A<sub>i,t-1</sub> = Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum perusahaan I pada periode t-1

Sales = Perubahan Penjualan

β = Persentase kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum

Dec\_D<sub>i,t</sub> = Variabel Dummy bernilai 1 jika penjualan bersih turun antara periode t dan t-1

Kriteria pengujian regresi pada model ABJ yaitu pada biaya penjualan administrasi dan umum terindikasi *cost stickiness* apabila β<sub>1</sub> lebih besar dibandingkan β<sub>1</sub> + β<sub>2</sub>:

H1<sub>0</sub> : β<sub>1</sub> = β<sub>2</sub> = 0

H1<sub>a</sub> : β<sub>1</sub> > β<sub>1</sub> + β<sub>2</sub> atau β<sub>2</sub> < 0

**Tabel 2**  
**Penyusunan Instrumen**

No	Variabel	Pengukuran
1	<i>Cost Stickiness</i>	$\text{Log} \left( \frac{SG\&A_t}{SG\&A_{t-1}} \right)$
2	<i>Asset Intensity</i> (X1)	$\frac{\text{Total Asset}}{\text{Sales}}$
3	<i>Free Cash Flow</i> (X2)	Arus Kas Operasi – Investasi dalam modal operasi
4	<i>Profitability</i> (X3)	$\frac{\text{Earning After Taxes}}{\text{Total Equity}}$
5	<i>Leverage</i> (X4)	$\frac{\text{EBIT}}{\text{Interest}}$

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2020

Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan metode Jarque Berra untuk pengujian normalitas, uji Durbin Watson untuk menguji autokorelasi, uji gletser untuk menguji heteroskedastisitas, *Variance Inflation Factor* untuk menguji multikolinearitas. Pengujian hipotesis dilakukan dengan pengujian koefisien determinasi, uji statistik f, dan uji statistik t.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL PENELITIAN

#### Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan variabel pada *cost stickiness*, *asset intensity*, *free cash flow*, *profitability*, dan *leverage* dari 67 sampel. Pada statistik deskriptif menginterpretasikan data berdasarkan nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum dan minimum. Berikut hasil oleh data uji deskriptif yang ditampilkan pada Tabel 3.

**Tabel 3. Hasil Analisis Statistik Destiptif**

	<i>Cost Stickiness</i>	<i>Asset Intensity</i>	<i>Free Cash Flow</i>	<i>Profitability</i>	<i>Leverage</i>
Mean	-7,03E-08	0,928045	-2,22E-17	0,207130	-1,11E-17
Median	-0,007066	0,861058	0,263504	0,109891	-0,207572
Maximum	0,364972	2,328774	2,998384	1,358487	7,269293
Minimum	-0,406582	0,322086	-3,400926	0,015332	-0,218395
Std Dev	0,119310	0,396131	1,006734	0,312101	1,006734

Sumber: *Output Eviews*, 2020

#### Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah melakukan Uji Asumsi Klasik, analisis yang dilakukan tahap berikutnya yaitu analisis regresi berganda yang bertujuan untuk menguji dan mengetahui seberapa besar hubungan atau pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil oleh data uji regresi berganda yang ditampilkan pada Tabel 4.

**Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Berganda**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.039444	0.025988	-1.517777	0.1342
AI	0.047730	0.022714	2.101326	0.0397
FCF	0.017640	0.009501	1.856676	0.0681
PROFITABILITY	-0.062091	0.031925	-1.944907	0.0563
LEVERAGE	0.000727	0.008221	0.088401	0.9298

Sumber: *Output Eviews*, 2020

Berdasarkan Tabel 2, maka diperoleh persamaan regresi berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Cost Stickiness} = -0,039444 + 0,047730 \text{ asset intensity} + 0,017640 \text{ free cash flow} - 0,062091 \text{ profitability} + 0,000727 \text{ leverage} + \varepsilon$$

Keterangan:

*Cost Stickiness* : Rasio *cost stickiness*  
*Asset Intensity* : Rasio *asset intensity*  
*Free Cash Flow* : Total *free cash flow*  
*Profitability* : Rasio *profitability*  
*Leverage* : Rasio *leverage*

Dari persamaan regresi tersebut, dapat dijelaskan bahwa:

- Nilai konstanta sebesar -0,039444 menunjukkan bahwa semua variabel independen (*asset intensity*, *free cash flow*, *profitability*, dan *leverage*) bernilai 0 atau dianggap tetap, maka perilaku *cost stickiness* sama dengan -0,039444.
- Nilai koefisien *asset intensity* sebesar 0,047730 menunjukkan bahwa ketika *asset intensity* mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka *cost stickiness* akan meningkat sebesar 0,047730.
- Nilai koefisien *free cash flow* sebesar 0,017640 menunjukkan bahwa ketika *free cash flow* mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka *cost stickiness* akan meningkat sebesar 0,017640.

- d. Nilai koefisien *profitability* sebesar -0,062091 menunjukkan bahwa ketika *profitability* mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka *cost stickiness* akan menurun sebesar 0,062091.
- e. Nilai koefisien *leverage* sebesar 0,000727 menunjukkan bahwa ketika *leverage* mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka *cost stickiness* akan meningkat sebesar 0,000727

### Uji Statistik t

Uji t dikenal dengan uji koefisien parsial merupakan uji yang digunakan untuk melihat besarnya pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya dengan melihat tabel koefisien yang terdapat dari koefisien regresi yang berhubungan antara variabel. Berikut hasil olah data uji parsial (t) yang dapat dilihat pada tabel diatas. Uraianya yaitu sebagai berikut:

1. Variabel *asset intensity* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *cost stickiness* karena nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,101326 ke arah positif  $> t_{tabel}$  sebesar 1.66792 signifikansinya sebesar  $0,0397 < 0,05$
2. Variabel *free cash flow* memiliki tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness* karena nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,856676 ke arah positif  $> t_{tabel}$  sebesar 1.66792 sedangkan tingkat signifikansinya sebesar  $0,0681 > 0,05$
3. Variabel *profitability* memiliki tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness* karena nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,1944907 ke arah negatif  $> t_{tabel}$  sebesar 1.66792 sedangkan tingkat signifikansinya sebesar  $0,0563 > 0,05$
4. Variabel *leverage* tidak berpengaruh positif terhadap *cost stickiness* karena  $t_{hitung}$  sebesar 0,088401 ke arah positif dan  $t_{tabel}$  sebesar 1.66792 signifikansinya sebesar  $0,9298 < 0,05$

### Uji Statistik F

**Tabel 5. Hasil Analisis Statistik Uji F dan Uji R<sup>2</sup>**

R-squared	0.170545	Mean dependent var	-0.007984
Adjusted R-squared	0.117031	S.D. dependent var	0.075554
S.E. of regression	0.070996	Akaike info criterion	-2.380698
Sum squared resid	0.312505	Schwarz criterion	-2.216168
Log likelihood	84.75337	Hannan-Quinn criter.	-2.315593
F-statistic	3.186959	Durbin-Watson stat	1.980284
Prob(F-statistic)	0.019099		

Sumber: Output Eviews, 2020

Berdasarkan Tabel 5 hasil uji diatas menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 3,187  $> F_{tabel}$  sebesar 2,753 dengan nilai probabilitas  $0,01 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa model regresi pada penelitian ini layak digunakan.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Berdasarkan Tabel 5 uji hasil adjusted R<sup>2</sup> Square sebesar 0,117 hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 11% sedangkan 89% dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### *Asset Intensity*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa indikasi asset intensity berhubungan dengan *cost stickiness*. Dalam hal ini, ketika permintaan suatu perusahaan mengalami kenaikan, perusahaan tersebut akan menginvestasi aset tetapnya untuk memperbanyak hasil output perusahaan. Hal ini terjadi agar perusahaan dapat mensupply permintaan sesuai dengan target dan penjualan perusahaan akan mengalami kenaikan. Namun, resiko yang akan ditanggung oleh perusahaan adalah ketika terjadi penurunan volume aktivitas perusahaan yang mengakibatkan turunnya keuntungan yang diperoleh sehingga perusahaan perlu untuk menyesuaikan biaya-biaya kembali akibat dampak dari kejadian tersebut. Berdasarkan *agency theory* manajemen memiliki tugas untuk menjalankan

perusahaan sesuai dengan tanggung jawab yang telah diberikan oleh pemilik perusahaan. Dalam *adjustment theory* ketika perusahaan mengalami goncangan perusahaan tidak dapat secara langsung mengubah faktor produksi tanpa adanya biaya penyesuaian, sehingga manajemen perlu memperhatikan penyesuaian biaya akibat terjadinya fluktuasi penjualan, baik itu biaya dalam bentuk aset tetap maupun tidak tetap. Keputusan yang dibuat oleh manajemen ini merupakan keputusan yang sengaja dibuat oleh manajemen supaya perusahaan tidak kehilangan investasi yang dimilikinya

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Evelyn (2019), Afiffah et al. (2018), dan Yunaz & Sasongko (2017), yang mana indikasi *asset intensity* berpengaruh positif terhadap *cost stickiness*, yaitu ketika *asset intensity* mengalami kenaikan sebesar 1% maka *cost stickiness* pun akan mengalami kenaikan.

Namun hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Soenjoto & Alfiandri (2019) yang menunjukkan bahwa *asset intensity* tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness*. Hal ini karena meskipun berfokus pada *aset intensity* manajer lebih menaruh perhatian pada fluktuasi peningkatan penjualan dalam menyesuaikan biaya selama perusahaan dapat menghasilkan laba yang lebih tinggi sehingga tingkat tinggi rendahnya *asset intensity* tidak perlu disesuaikan dengan biaya.

### **Free Cash Flow**

Hasil uji hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menginvestasi dana untuk kegiatan operasional perusahaan dan dalam mendistribusikannya kepada para pemegang saham tidak terjadi *cost stickiness*. Hal ini dikarenakan dalam *agency theory*, manajemen memiliki tugas untuk menjalankan wewenang sesuai dengan tanggung jawab yang telah diberikan oleh *principal*, wewenang tersebut adalah pemilik perusahaan berhak mendapatkan pembayaran dividen dan sisa kekayaan hasil likuidasi sesuai dengan undang-undang dan RUPS perusahaan. Berdasarkan hal tersebut *adjustment theory* dan *deliberate decision theory* tidak terjadi, yang mana manajemen tidak perlu mengambil keputusan apapun dalam menyesuaikan biaya akibat adanya fluktuasi volume aktivitas perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa *free cash flow* tidak berhubungan dengan biaya akibat fluktuasi volume aktivitas perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sidabutar et al. (2018) dan Yunaz & Sasongko (2017) yang menemukan bahwa *free cash flow* tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness*. Hal ini dikarenakan manajemen sudah mengefesiesikan biaya sehingga mampu menyesuaikan biaya dengan baik berdasarkan perkiraan pergerakan penjualan, tanpa berhubungan dengan *free cash flow*.

Namun hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Venieris et al. (2015) dan Zhang & Keusch (2016) menemukan bahwa *free cash flow* berpengaruh terhadap *cost stickiness*, yaitu ketika *free cash flow* meningkat maka *cost stickiness* juga akan meningkat. Hal ini disebabkan karena adanya *agency problem* yang dihadapi oleh manajer akibat dari semakin ketatnya persaingan dalam dunia industri sehingga menyebabkan manajer perlu untuk mengambil keputusan dengan mengurangi biaya yang tidak digunakan yaitu dengan pembatasan dalam biaya insentif.

### **Profitability**

Hasil uji hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa ketika perusahaan mengalami kenaikan atau penurunan laba setelah pajak atas modal yang dimiliki oleh perusahaan tidak berhubungan dengan perilaku *cost stickiness*. Berdasarkan *agency theory*, hal ini dikarenakan sudah termasuk dalam tugas manajer untuk mencari keuntungan demi kelangsungan suatu perusahaan. Apabila penjualan tidak sesuai dengan rancangan yang telah dibuat, pihak manajer seharusnya sudah mempunyai keputusan yang akan diambil tanpa harus membuat keputusan kembali atau keputusan yang sengaja dibuat akibat adanya perubahan rancangan, karena hal ini akan mengakibatkan timbulnya biaya-biaya tambahan atau biaya-biaya penyesuaian dari akibat adanya perubahan tersebut, sehingga dalam hal ini *adjustment theory* dan *deliberate decision theory* tidak terjadi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Evelyn (2019) dan Sidabutar et al. (2018) yang mengidentifikasi bahwa *profitability* tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness*. Hal ini dikarenakan manajer mampu bertindak menyesuaikan biaya dengan baik sebelum terjadinya fluktuasi perubahan volume penjualan.

Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Argilés-Bosch et al. (2017) dan Yunaz & Sasongko (2017) yang menemukan bahwa *profitability* berpengaruh negatif terhadap *cost stickiness*, yang mana ketika terjadi penurunan penjualan pada biaya akan lebih besar bila dibandingkan dengan kenaikan pada penjualan. Hal ini dikarenakan pengambilan keputusan manajer berfokus pada fleksibilitas dan prioritas pada peningkatan penjualan di masa depan dengan menyesuaikan biaya.

### **Leverage**

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa tinggi rendahnya utang atas pembayaran beban bunga perusahaan dengan laba sebelum *interest* dan *tax* tidak berhubungan dengan perilaku *cost stickiness*. Dalam *agency theory* manajemen memiliki tugas untuk menjalankan perusahaan dan pembayaran beban bunga bukan hanya berdasarkan keputusan manajemen tetapi berdasarkan kesepakatan antara perusahaan dengan pihak ketiga sesuai dengan kontrak yang berlaku, sehingga tinggi rendahnya leverage tidak berhubungan dengan biaya akibat fluktuasi volume aktivitas perusahaan dan pihak manajemen tidak perlu mengambil keputusan untuk melakukan penyesuaian biaya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sidabutar et al. (2018) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness*. Hal ini dikarenakan manajer mampu menyesuaikan biaya dengan baik sebelum terjadi fluktuasi perubahan volume penjualan perusahaan.

Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Evelyn (2019) dan Nelmda & Siregar (2016) yang menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap *cost stickiness*. Ketika perusahaan memiliki utang yang besar maka tanggung jawab akan pembayarannya pun semakin besar, sehingga akan berdampak pada tingkat sensitivitas terhadap penurunan penjualan, maka diperlukan pengambilan keputusan manajemen yang tepat untuk menyesuaikan sumber daya.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh antara variabel independen yaitu *asset intensity*, *free cash flow*, *profitability*, dan *leverage* terhadap variabel dependen yaitu *cost stickiness* peneliti menggunakan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan dari sektor *consumer good* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2018 dengan total observasi yang diteliti sebanyak 67 sampel.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Asset intensity* berpengaruh positif terhadap *cost stickiness*. Hal ini berarti ketika *asset intensity* meningkat maka *cost stickiness* juga meningkat.
2. *Free Cash Flow* tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness*. Hal ini berarti ketika *free cash flow* meningkat maka *cost stickiness* tidak terjadi.
3. *Profitability* tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness*. Hal ini berarti ketika *profitability* berubah maka *cost stickiness* tidak terjadi.
4. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap *cost stickiness*. Hal ini berarti ketika *cost stickiness* meningkat/menurun tidak mempengaruhi peningkatan atau penurunan *leverage*.

## SARAN

Terdapatnya keterbatasan dalam penelitian ini diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengatasinya, supaya dapat memperbaiki hasil penelitian ini. Berikut ini saran untuk peneliti selanjutnya yaitu:

1. Pengukuran variabel dalam penelitian ini kurang dapat menggambarkan bagaimana dampaknya dengan *cost stickiness*, disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk dapat memilih pengukuran variabel yang lebih berhubungan dengan perilaku biaya pada penjualan perusahaan.
2. Pemilihan populasi dalam penelitian ini hanya mengambil sektor *consumer good* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk mengambil sektor lain yang total populasinya lebih daripada total populasi sektor *consumer good* agar dapat lebih menjelaskan bagaimana hasil yang akan terjadi terhadap *cost stickiness*.
3. Bagi manajer, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengetahuan mengenai perilaku biaya. Penelitian ini membahas bagaimana perilaku biaya bergerak secara simetris maupun asimetris ketika terjadi kenaikan atau penurunan penjualan perusahaan. Oleh karena itu, melalui penelitian ini dapat digunakan untuk pengambilan keputusan yang efektif dan efisien terkait biaya saat kenaikan atau penurunan perubahan volume aktivitas.
4. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk menentukan kebijakan dalam menyesuaikan biaya baik ketika terjadi kenaikan atau penurunan penjualan perusahaan akibat perubahan pertumbuhan ekonomi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, MC., et al. (2006). Cost Behavior and Fundamental Analysis of SG&A Cost. AAA 2007 Management Accounting Section (MAS) Meeting Paper.
- Anderson, M. C., Banker, R. D., & Janakiraman, S. N. (2003). Are Selling , General, and Administrative Costs “ Sticky”? *Journal of Accounting Research*, 41(972), 47–63.
- Aninda, A., Murdayanti, Y., & Purwohedi, U. (2018). Fenomena Perilaku Sticky Cost. *Ejournal Ukrida*, 18(1), 141–152.
- Apriliawati, R., & Nugrahanti, Y. W. (2015). Perilaku Sticky Cost Pada Biaya Penjualan, Administrasi Dan Umum (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 5(2), 168–180. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.12928/optimum.v5i2.7866>
- Argilés-Bosch, J. M., García-Blandón, J., Ravenda, D., Valencia-Silva, M. M., & Somoza, A. D. (2017). The influence of the trade-off between profitability and future increases in sales on cost stickiness. *Estudios de Economía*, 44(1), 81–104.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (11th ed.). Salemba Empat.
- CNBC Indonesia. (2019). *Kurang Kinclong, Ini Penyebab Laba Unilever Turun Q1-2019*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20190426140740-17-69108/kurang-kinclong-ini-penyebab-laba-unilever-turun-q1-2019>
- Evelyn. (2018). Pengaruh Perubahan Penjualan, Asset Intensity, Profitability, Size, Dan Leverage Terhadap Cost Stickiness. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 416–423.
- Jazuli M Asrin, Maksum Azhar, E. S. R. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Cost

- Stickiness Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018. *Jurnal Sains Sosio Huaniora*, 4, 205–222.
- Jensen., M., C., & Mecking, W. (1976). “Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure.” *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Kasmir. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan* (2nd ed.). Kencana Prenada Media Grup.
- Linggardjaja, I. K. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Cost Stickiness : Suatu Kajian Pustaka. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(1), 52–65.
- Malcolm. (1991). *Overhead control implications of activity costing*. Accounting Horizons (5).
- Nelmida, & Siregar, S. O. H. (2016). Pengaruh Perubahan Penjualan, Capital Intensity Ratio, Debt to Asset Ratio, dan Current Ratio terhadap Cost Stickiness dalam Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 2(1), 1–10.
- Novianti, A., & Setyono, P. (2008). Analysis Of Selling, General And Administrative Cost Stickiness On Net Sales At Different Economic Condition (Empirical Study Of Manufacturing Company Listed In The Indonesia Stock Exchange). *Symposium Nasional Akuntansi*. <https://jurnallengkap.blogspot.com/2014/11/analysis-of-selling-general-and.html>
- Porporato, M., & Werbin, E. M. (2012). Active Cost Management in Banks: Evidence of Sticky Costs in Argentina, Brazil and Canada. *SSRN Electronic Journal*, 5000, 1–24.
- Ratnawati, L., & Nugrahanti, Y. W. (2016). Perilaku Sticky Cost Biaya Penjualan, Biaya Administrasi dan Umum Serta Harga Pokok Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 65.
- Robert E. Lucas, J. (1967). Adjustment Costs and the Theory of Supply. *The Journal of Political Economy*, 75(4), 321–334.
- Sartono, A. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* (Edisi 4). Yogyakarta: BPF.
- Sidabutar, D., Harahap, K., & Nasution. (2018). Pengaruh Size, Free Cash Flow, Discretionary Expense Ratio, ROA, Tobins Q, Leverage Ratio, Terhadap Sticky Cost Behaviour Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015. *Jurnal Akuntansi, Keuangan & Perpajakan Indonesia (JAKPI)*, 6(1), 13–26.
- Soenjoto, E. A., & Alfiandri, A. (2019). The Asymmetrical Cost Behavior: Cost Stickiness in Indonesian Listed Manufacturing Companies. *International Journal of Accounting and Taxation*, 7(1), 26–34.
- Sudana, I. M. (2009). *Manajemen Keuangan Teori dan Praktik*. Airlangga University Press.
- Venieris, G., Naoum, V. C., & Vlismas, O. (2015). Organisation capital and sticky behaviour of selling, general and administrative expenses. *Management Accounting Research*, 26(2014), 54–82.
- Wahyuningtyas, Y., & Nugrahanti, Y. W. (2014). Pengaruh Asset Intensity Dan Employee Intensity Terhadap Sticky Cost Pada Biaya Penjualan ., 8(2), 113–121.

Yunaz, F., & Sasongko, C. (2017). Analysis of behavior and determinants of cost stickiness in manufacturing companies in Indonesia. *Competition and Cooperation in Economics and Business*, 9–17.

Zhang, Y., & Keusch, T. (2016). The Stickiness of SG & A Costs, Agency Problems and Competition Intensity. *Accounting, Auditing & Control Journal of Erasmus University Rotterdam*.

