ANALISIS PERILAKU *STICKY COST* DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEAKURATAN PREDIKSI LABA

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 – 2018)

Ahmad Firdaus, Dr. Arik Susbiyani, S.E, M.Si, Gardina Aulin Nuha, S.E, M.Akun
Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember

ABSTRACT

Companies that have a high sticky cost behavior will show a large decrease in profits when the activity level decreases compared to companies whose sticky costs are smaller, this is because more sticky fees result from lower cost adjustments when the activity level decreases, because the cost savings less. The basic assumption in cost accounting is that the relationship between costs and volume will be symmetrical when experiencing an increase or decrease. In this study researchers investigated the costs that are said to be sticky. Costs are said to be sticky if costs increase when volume increases and when costs decrease by the same amount.

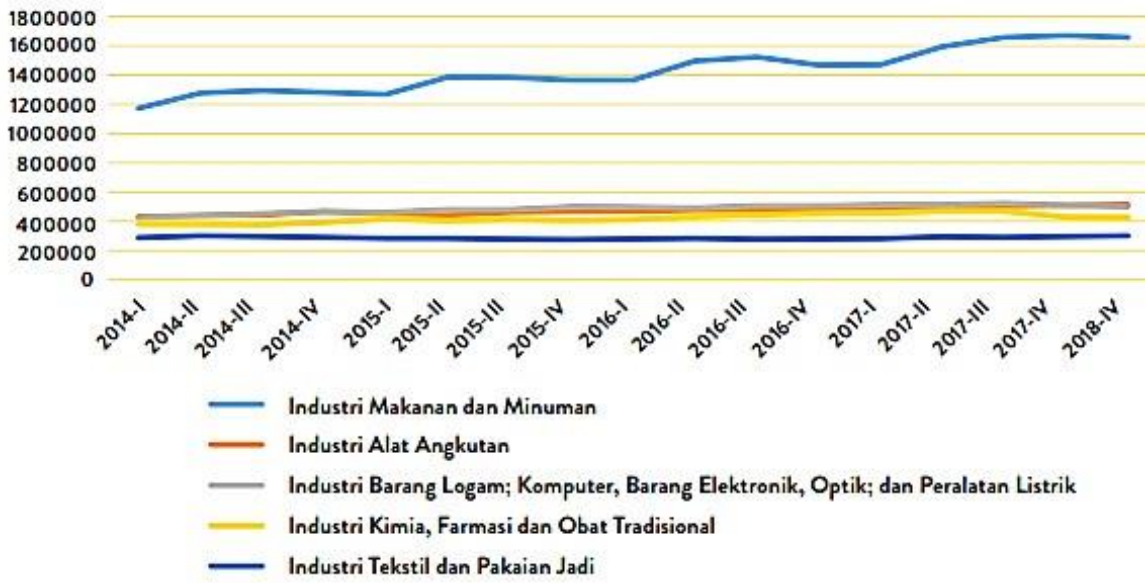
Panel data regression is a regression method used in this study. Panel data regression is a combination of periodic data (time series) and individual data (cross section). Panel data is also commonly called pooled data. Researchers found administrative and general costs from 11 companies for 5 consecutive years experiencing an increase in average costs of 0.476% per 1% increase in sales. Marketing costs decrease the average cost of -0.54% per 1% increase in sales. Intensity assets decreased by an average of -0.141% per 1% increase in sales. In this study the researchers examined the effect of "Asymmetric Cost" behavior in predicting profits by using the cost variability and cost stickiness (CVCS) model. The researcher indicates that sticky cost behavior reduces profit accuracy by 41.8%.

Key word : Sticky cost, cost, profit prediction, asymmetric cost

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia, volume kebutuhan terhadap makanan dan minuman pun terus meningkat. Sektor industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor usaha yang akan terus mengalami pertumbuhan. Industri makanan dan minuman merupakan salah satu penopang dunia perindustrian Indonesia.

Gambar 1.1 Nilai PDB berdasarkan Industri 2014 – 2018



Sumber : BPS 2018

Gambar 1.1 terlihat nilai dari industri makanan dan minuman menunjukkan tren yang meningkat dari tahun 2014 sampai tahun 2018. Pada tahun 2014, nilai dari industri makanan telah mencapai 117 triliun rupiah dan di tahun 2018, sektor indusri makanan dan minuman telah meningkat dan mencapai 165 triliun rupiah. Sektor konsumsi di bursa efek indonesia dibagi menjadi beberapa sub sektor, diantaranya makanan dan minuman, rokok , farmasi, dan juga kosmetik.

Sepanjang tahun 2018 hingga semester pertama usai, jumlah penjualan perusahaan makanan dan minuman masih mencatatkan kenaikan dari tabel 1.2 berikut :

Tabel 1.1 Data Pertumbuhan Penjualan Perusahaan Makanan dan Minuman 2017 – 2018
(Disajikan dalam rupiah, kecuali dinyatakan lain)

No.	Kode Emiten	2017	2018	Pertumbuhan
1	CEKA	4.257.738.486.908	3.629.327.583.572	2.55 %
2	DLTA	777.308.328	893.006.350	14,8%
3	ICBP	35.606.593	38.413.407	7.9%
4	INDF	70.186.618	73.394.728	4,6%
5	MLBI	3.389.736	3.649.615	8%
6	MYOR	4.979.713.188.356	5.415.147.634.014	8,7%
7	PSDN	1.399.580.416.996	1.334.070.483.011	-5%
8	ROTI	2.491.100.179.580	2.766.545.866.684	11,06%
9	SKLT	914.188.759.779	1.045.029.834.378	3,1%

10	STTP	2.825.409.180.889	2.826.957.323.397	0.05%
11	ULTJ	4.879.559	5.472.882	12,2%
12	PCAR	135.431.651.945	176.509.268.479	30.33%
13	SKBM	1.841.487.199.828	1.953.910.957.160	6,11%
14	CLEO	614.877.581.202	831.104.026.853	35,21%
15	HOKI	1.209.215.316.632	1.430.785.280.985	18,32%
16	ALTO	62.096.486.030	60.441.724.092	-2,60%
17	CAMP	944.840	961.140	1,70%

Dilihat dari data tabel diatas, perusahaan makanan dan minuman di tahun 2018 mengalami pertumbuhan yang signifikan namun beberapa perusahaan yang mengalami penurunan penjualan ditahun 2018 yaitu Prasidha Aneka Niaga Tbk sebesar -5% dengan jumlah penjualan 1,399 triliun ditahun 2017 menurun menjadi 1,334 triliun ditahun 2018. Tri Banyan Tirta Tbk. juga mengalami penurunan penjualan sebesar -2,6% yang semula pada tahun 2017 62 miliyar menjadi 60 miliyar ditahun 2018.

Pertumbuhan laba bersih negatif pada saat pertumbuhan penjualan naik di sebabkan adanya kenaikan biaya operasional. Untuk membuktikan hal tersebut, kita lihat tabel laba bersih berikut :

Tabel 1.2 Data Laba Bersih Perusahaan Makanan dan Minuman tahun 2017 – 2018

No.	Kode Emiten	2017	2018	Pertumbuhan
1	CEKA	2,5 %	2,6 %	4 %
2	DLTA	36 %	38 %	5 %
3	ICBP	9,9 %	12,1 %	22 %
4	INDF	28,2 %	27,5 %	-24 %
5	MLBI	46 %	45 %	-21 %
6	MYOR	7,4 %	8,8 %	18 %
7	PSDN	-3,5 %	2,3 %	-34 %
8	ROTI	5,4 %	4,6 %	14 %
9	SKLT	2,5 %	3,1 %	24 %
10	STTP	7,6 %	9,1 %	19 %
11	ULTJ	14,7 %	12,8 %	-12 %
12	PCAR	0,27 %	-4,7 %	-18.4 %
13	SKBM	1,4 %	0,8 %	-42 %
14	CLEO	8,2 %	7,6 %	-7.3 %
15	HOKI	3,9 %	6,3 %	61 %
16	ALTO	3,4 %	22,2 %	552 %
17	CAMP	10,7 %	9,0 %	-0.15 %

Tabel 1.3 diatas, rata – rata perusahaan mengalami penurunan laba bersih ketika pertumbuhan pendapatan cenderung naik secara signifikan. Seperti INDF dan MLBI yag mencatat kerugian terkecil dengan persentase pertumbuhan -24% dan -21% serta PCAR yang mencatat kerugian yang terbesar dengan persentase pertumbuhan -18.4%. Perusahaan seperti CLEO dan SKBM juga mengalami penurunan laba bersih, namun perusahaan tersebut masih bisa mencatatkan kinerja yang positif. Seperti ALTO mencatatkan pertumbuhan kenaikan laba bersih terbesar dengan persentase kenaikan 552%.

Menurut Ghaemi dan Nematollahi (2012), terjadinya peningkatan pendapatan penjualan mengakibatkan biaya meningkat lebih cepat dibandingkan pada saat terjadinya penurunan pendapatan penjualan hal ini termasuk perilaku *sticky cost*. Pada saat pendapatan penjualan meningkat 10% biaya meningkat sebesar 9%, tetapi saat pendapatan penjualan menurun 10% biaya hanya menurun sebesar 8%. Serdaneh (2014) juga menjelaskan bahwa perilaku biaya disebut dengan perilaku *sticky atau anty-*

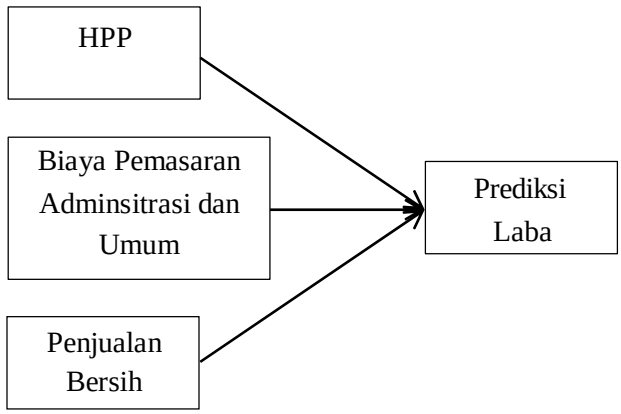
sticky costs saat respon biaya terhadap penurunan aktivitas lebih kecil atau lebih besar dibandingkan saat kenaikan aktivitas perusahaan. Perilaku *sticky cost* berhubungan dengan keputusan manajer dalam menghadapi ketidakpastian permintaan di masa mendatang.

Penelitian ini merupakan penelitian ulang (*replicate research*) yang telah dilakukan sebelumnya oleh Weis (2010) dengan judul "Cost Behavior and Analysts' Earnings Forecasts" dan Hidayatullah *et al*, (2011) dengan judul "Analisis Perilaku *Sticky Cost* dan Pengaruhnya terhadap Prediksi Laba menggunakan *Model Cost Variability dan Cost Stickiness* (CVCS) pada Emiten di BEI untuk Industri Manufaktur" dan merupakan pengembangan penelitian dari Anderson *et al*., (2003) dengan judul "Are Selling, General, and Administrative Cost "Sticky"?", Widyastuti dan Frasto (2005) dengan judul "Analisis Perilaku kos: Stickiness Kos Pemasaran, Administrasi dan Umum pada Penjualan Bersih" dan Banker dan Chen (2006) dengan judul "*Predicting Earning Using a Model Based on Cost Variability and Cost Stickiness*".

Oleh sebab itu, dalam penelitian ini penulis mencoba menindak lanjuti penelitian dari Anderson *et al.* (2003) dan ingin mengembangkan penelitian – penelitian sebelumnya dimana penulis akan melakukan penelitian untuk melihat indikasi perilaku *sticky* cost pada *Asset Intensity* dan biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum sebagai proksi biaya dan penjualan bersih (*net sales*) sebagai proksi *relevant drivers* di perusahaan manufaktur pada sub sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014 - 2018. Metode prediksi laba menggunakan model *cost variability* dan *cost stickiness* (CVCS) yang mampu memprediksi *profitability* dimasa mendatang (Banker dan Chen, 2006).

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terkait

Peneliti/Judul	Idi Junaidi Hidayatullah, Wiwik Utami dan Yudhi Herliansyah "Analisis Perilaku Sticky Cost dan Pengaruhnya Terhadap Prediksi Laba menggunakan Model *Cost Variability dan Cost Stickiness* (CVCS) pada Emiten di BEI untuk Industri Manufaktur"
Tujuan Penelitian	Untuk menguji apakah perilaku *sticky cost* dapat mengurangi keakuratan peramalan laba menggunakan metode biaya *variability* dan biaya *stickiness*
Model Penelitian	

Hasil Penelitian	Pengaruh *sticky cost* terhadap prediksi laba yang menggunakan model *cost variability dan cost stickiness* (CVCS) sangat kecil, akan tetapi keakuratan model tersebut lebih baik dibandingkan dengan model ROE sederhana.
Riset Mendatang	Penelitian selanjutnya dengan menambah periode waktu sehingga bisa dibuat model prediksi laba dari setiap individual perusahaan dengan metode time series data yang hasilnya diharapkan relevan untuk pengujian pengaruh *sticky cost*.
Konsep yang dirujuk untuk skripsi ini	Penelitian ini dilakukan untuk meneliti apakah variabel – variabel yang terbutki *sticky cost* mampu memprediksi *profitabilitas* dimasa mendatang

2.2 Landasan Teori

Sticky Cost

Dalam akuntansi biaya disebutkan bahwa biaya dan volume aktivitas memiliki hubungan yang simetris. Akan tetapi, Serdaneh (2014) menemukan perilaku biaya yang asimetris dimana terdapat biaya yang cenderung kaku ketika terjadi perubahan aktivitas. Perilaku ini muncul karena terdapat biaya yang tidak sepenuhnya sebanding dengan perubahan aktivitasnya. Biaya ini dikenal sebagai *sticky cost*. Indikasi perilaku *sticky cost* akan terlihat pada perubahan biaya yang tidak proposional saat aktivitas penjualan meningkat dan menurun (Ratnawati dan Nugrahanti, 2015).

Menurut Balakrishnan dan Gruca (2008), biaya yang dikatakan *sticky* jika kenaikan volume akivitas perusahaan diikuti dengan kenaikan biaya, tetapi penurunan volume aktivitas tidak diikuti dengan penurunan biaya. *Sticky Cost* dapat muncul karena pertama, ketidakseimbangan penyesuaian sumber daya. Kedua, manajer cenderung memilih tetap mempertahankan sumber daya tak terpakai daripada melakukan pengurangan sumber daya ketika aktivitas menurun (Windyastuti dan Biyanto, 2005). Keputusan manajer untuk tetap memakai sumber daya tak terpakai tersebut dapat menyebabkan biaya yang tetap tinggi walaupun terjadi penurunan aktivitas perusahaan.

Perilaku Biaya

Garrison dan Noreen (2002) dalam Banker dan Chen (2006) mendefinisikan perilaku biaya yang diartikan tentang bagaimana biaya akan berubah dalam level aktivitas yang terjadi. Manajer yang memahami perilaku biaya akan lebih baik dalam memprediksi apa yang akan terjadi pada alur biaya dibeberapa lini aktivitas, memudahkan untuk perencanaan aktivitas mereka, hasil, dan laba. Sebagai contoh pertanyaan ; Apa efek dari pengurangan lini produk terhadap laba operasi ? Apakah lebih baik untuk produksi atau membeli ? Harga mana yang dipakai ? Pertanyaan tersebut dan banyak pertanyaan lain yang berkaitan dengan keputusan manajemen yang bergantung pada pengetahuan perilaku biaya.

Prediksi Laba Model CVCS

Model peramalan ini berkaitan dengan laba yang diamati dan penjualan dari tahun sebelumnya. Banker dan Chen (2006) membuat perbandingan dalam menguji model CVCS ini dengan model lainnya, yaitu dengan model ROE sederhana berdasarkan ROE data, model OPINC berdasarkan *operating* dan *non operating income disaggregation*, dan model CASHFLOW berdasarkan *cashflow* dan komponen *accruals*. Secara spesifik 4 model tersebut adalah sebagai berikut :

Model ROE : $ROE_t = \gamma_{a0} + \gamma_{a1} ROE_{t-1} + \varepsilon_t$

Model OPINC :$ROE_t = \gamma_{\delta 0} + \gamma_{\delta 1} OPINC_{t-1} + \gamma_{\delta 2} NOPTAX_{t-1} + \varepsilon_t$

Model Cashflow :$ROE_t = \gamma_{c0} + \gamma_{c1} CFO_{t-1} + \gamma_{b2} ACCRUALS_{t-1} + \varepsilon_t$

Model CVCS $:ROE_t = \gamma_{d0} + \gamma_{d1}DECRDUM_t + \gamma_{d2}ROE_{t-1} + \gamma_{d3}SALES_{t-1} + \gamma_{d4}SALES_{t-1}DECRDUM_t + \varepsilon_t$

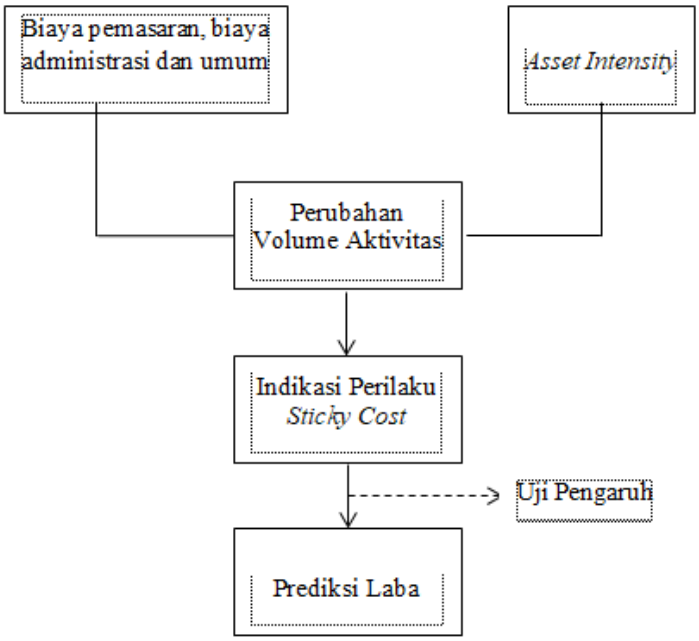
Dimana DECRDUM adalah variabel indikator penurunan sales, angka 1 jika *revenue* sales periode *t* lebih kecil dari periode *t-1* dan jika sebaliknya angka 0.

Adjustment Theory

Adjustment Cost Theory diperkenalkan oleh Lucas (1967). Ketika terjadi keadaan yang tidak terduga, perusahaan tidak dapat mengubah tingkat faktor produksi secara tiba - tiba tanpa adanya penyesuaian biaya. Oleh karena itu, mengubah level produksi memerlukan biaya. *Adjustment cost* terjadi karena ketidaksesuaian antara biaya yang direncanakan dengan biaya yang terjadi akibat perubahan volume. *Adjustment cost* disajikan secara terpisah pada laporan keuangan. Sehingga *adjustment cost* tidak dicantuman pada akun pendapatan maupun beban. Ketika manajer ingin menaikkan atau menurunkan *utilization*, *adjustment cost* akan terjadi.

2.3 Kerangka Pemikiran

Keseluruhan variabel penelitian akan dianalisis apakah terdapat indikasi perilaku *sticky cost* pada variabel biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum, dan total aset yang dilihat dari respon biaya terhadap perubahan volume aktivitas. Secara ringkas kerangka konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut :



2.4 Kerangka Teori dan Hipotesis

***Sticky Cost* pada Biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum**

Menurut Soemarso (2013) biaya dapat dikelompokkan menjadi biaya pemasaran (*selling expenses*), biaya administrasi dan umum (*general and administrative expenses*). Biaya pemasaran akan cenderung di pertahankan untuk melawan pesaing perusahaan atau produk baru. Pada saaat perusahaan mengalami setiap siklus perkembangan usaha biaya pemasaran akan dipertahankan untuk mempertahankan citra

produk di kalangan konsumen. Hal ini adanya indikasi *sticky cost* yaitu pada saat penjualan meningkat biaya penjualan juga mengalami kenaikan, akan tetapi ketika penjualan menurun biaya penjualan akan tetap dipertahankan untuk tetap mempertahankan citra produk di kalangan konsumen.

Biaya yang bersifat umum dalam perusahaan, contohnya beban gaji dan upah, beban pemeliharaan dan lain – lain. Ketika penjualan menurun, perusahaan harus tetap menanggung biaya gaji karena apabila perusahaan memecat karyawannya untuk menyesuaikan volume aktivitas itu akan menambah biaya pesangon karyawan itu sendiri. Perusahaan akan kehilangan investasi yang spesifik ketika pekerja dihentikan saat penjualan menurun dan menambah karyawan saat penjualan meningkat sehingga biaya gaji bersifat *sticky* (Windyastuti dan Biyanto, 2005). Namun apabila manajer mengambil keputusan untuk melakukan *adjustment* terhadap biaya gaji dengan kata lain manajer melakukan pemutusan hubungan kerja maka *sticky cost* tidak terjadi Anderson, et.al, (2003).

Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1 : Perilaku pada biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum merupakan *sticky*

Sticky Cost* pada *Asset Intensity

Gambaran logis tentang indikasi *sticky cost* pada *asset intensity* adalah ketika penjualan mengalami peningkatan, maka perusahaan harus membeli sebuah mesin lagi untuk menyesuaikan peningkatan penjualan tersebut (Windyastuti dan Biyanto, 2005). Contohnya pada perusahaan yang memiliki kapasitas mesin 250.000 dengan biaya pemeliharaan setiap tahunnya Rp. 2.000.000. pada saat penjualan meningkat sebesar 50% atau 125.000 unit maka perusahaan akan menambah biaya pemeliharaan menjadi Rp. 4.000.000. Namun, ketika penjualan mengalami penurunan, perusahaan tidak akan mengadakan pembelian mesin lagi dikarenakan pengadaan mesin mengeluarkan biaya tambahan yang tidak sedikit. Walaupun terjadi penurunan penjualan manajer akan mempertahankan mesin tersebut dan tetap menanggung biaya perawatan sebesar Rp. 4.000.000. Ini menunjukkan adanya indikasi *sticky cost*, yaitu ketika penjualan naik biaya perawatan dan depresiasi akan meningkat, sedangkan saat penjualan menurun biaya tersebut tidak ikut menurun (Windyastuti dan Biyanto, 2005).

Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

H2 : Perilaku pada *Asset Intensity* merupakan *sticky*

Pengaruh Sticky Cost terhadap Prediksi Laba Model CVCS

Pengujian secara empiris ini menunjukkan ukuran baru *sticky cost* pada perusahaan yang sedang berkembang. Peneliti memperkirakan perbedaan pada penyesuaian fungsi biaya saat kenaikan dan penurunan aktivitas. Sementara itu Anderson (2003) dan penelitian berikutnya menggunakan *cross sectional* dan *time series regression* untuk mengestimasi biaya *stickiness*. Peramalan laba masa mendatang sangat penting baik untuk manajemen maupun untuk para investor. Namun jika tidak hati - hati dan memahami perilaku biaya, bisa jadi peramalan laba masa mendatang tersebut meleset dan tidak akurat. Hal ini dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya perilaku *sticky cost*.

Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

H3 : Perilaku *sticky cost* berpengaruh negatif terhadap keakuratan prediksi laba

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah studi kausalitas, peneliti ingin menemukan penyebab dari satu atau lebih masalah. Peneliti memiliki intervensi minimal terhadap variabel yang diteliti, karena peneliti hanya mengambil data laporan keuangan perusahaan tanpa memengaruhinya. Situasi studi dalam penelitian ini adalah tidak diatur. Peneliti hanya ingin melihat apakah terdapat indikasi perilaku *sticky cost* pada biaya pemasaran, administrasi & umum, dan total aset perusahaan manufaktur pada sub sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014 – 2018 tanpa intervensi peneliti terhadap sumber data di lapangan. Unit analisis dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur. Data yang dikumpulkan yaitu data sekunder berupa laporan keuangan dari seluruh perusahaan manufaktur pada sub sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014 – 2018. Dalam penelitian ini horizon waktu yang digunakan adalah perpaduan *cross sectional* dan *time series* yang dikenal dengan *pooled data* atau panel data, yaitu tipe studi satu tahap yang datanya berupa sekelompok subjek dalam beberapa periode waktu.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan manufaktur pada sub sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014 – 2018 yang telah memenuhi kriteria.

Data yang diambil adalah data sekunder yang diambil dari www.idx.com. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria :

1. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan secara konsisten dari tahun 2014 - 2018
2. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang menyajikan informasi mengenai biaya penjualan, biaya administrasi dan umum, dan *asset intensity*
3. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang tidak mengalami *delisting* selama periode pengamatan.
4. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang jumlah biaya penjualan, biaya administrasi dan umum tidak melebihi penjualan bersih.

Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* karena penelitian ini hanya berfokus pada data biaya pemasaran, administrasi & umum, dan total aset di laporan keuangan dan laporan tahunan pada perusahaan manufaktur. Sugiyono (2001) menyatakan bahwa *sampling purposive* adalah tekhnik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Pengujian ini merupakan penelitian pengujian hipotesis dengan alat analisis regresi linier berganda (*Multiple regression analysis*). Metode regresi linier berganda menghubungkan satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen dalam suatu model penelitian. Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mendapat koefisien regresi yang menentukan apakah hipotesis yang telah dibuat akan diterima atau ditolak atas hasil analisis regresi dengan menggunakan dasar asumsi penerimaan hipotesis.

Pengujian Hipotesis 1

Berdasarkan model persamaan *sticky cost* variabel biaya pemasaran, administrasi dan umum, maka dilakukan analisis regresi linier berganda untuk mendapatkan nilai koefisien regresi masing – masing variabel independen. Hasil uji regresi linier berganda untuk pengujian hipotesis 1 dapat dilihat tabel 4.9

Tabel 4.1 Hasil Uji Regresi Biaya Pemasaran, Administrasi dan Umum

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.028	.009		3.115	.002
B1	.523	.108	.398	4.841	.000
B2	-.137	.286	-.039	-.479	.632

Sumber : Lampiran 3 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat dilihat bahwa koefisien regresi $\beta 1 > 0$ yaitu sebesar 0,523 sedangkan koefsisien regresi $\beta 2 < 0$ sebesar -0.137. Koefisien $\beta 1$ mengukur persentase kenaikan biaya pemasaran, administrasi dan umum terhadap kenaikan penjualan bersih sebesar 1%, sehingga didapat bahwa apabila terjadi kenaikan penjualan bersih sebesar 1%, maka biaya pemasaran, administrasi dan umum akan naik sebesar 0.523%. Sedangkan penjumlahan koefisien $\beta 1 + \beta 2$ mengukur persentasi penurunan biaya pemasaran, administrasi dan umum terhadap penurunan penjualan bersih sebesar 1%, menghasilkan nilai 0.386 (0.523-0.137). Ini berarti apabila terjadi penurunan penjualan bersih sebesar 1%, maka biaya pemasaran, administrasi dan umum hanya akan turun sebesar 0.386%.

Besaran biaya pemasaran, administrasi dan umum ketika penjualan bersih naik adalah lebih besar dibandingkan besaran biaya penjualan, administrasi dan umum ketika penjualan bersih turun, dengan hasil koefisien regresi $\beta 1 > 0$, $\beta 2 < 0$ dan $\beta 1 + \beta 2 < \beta 1$. Hal ini berarti kenaikan volume aktivitas diikuti dengan kenaikan biaya pemasaran, administrasi dan umum sedangkan pada saat terjadi penurunan volume aktivitas juga dikuti dengan penurunan biaya pemasaran, adminisrasi dan umum yang tidak sebanding. Dengan demikian, terdapat perilaku *sticky cost* pada biaya pemasaran, administrasi dan umum pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2014 – 2018.

Pengujian Hipotesis 2

Berdasarkan model persamaan *sticky cost* variabel *Asset Intensity*, maka dilakukan anlisis regresi linier berganda untuk mendapatkan nilai koefisien regresi masing – masing variabel independen. Hasil uji regresi linier berganda untuk pengujian hipotesis 2 dilihat Tabel 4.14.

Tabel 4.2 Hasil Regresi *Asset Intensity*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.007	.005		-1.410	.160
B1	1.146	.062	.852	18.355	.000
B2	.004	.165	.001	.022	.982

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat dilihat bahwa koefisien regresi β1 > 0 yaitu sebesar 1.146 dan koefisien regresi β2 > 0 sebesar 0.004. koefisien β1 mengukur persentase kenaikan total aset terhadap kenaikan penjualan bersih sebesar 1%, sehingga didapat bahwa apabila terjadi kenaikan penjualan bersih sebesar 1%, maka *asset intensity* akan naik sebesar 1.146%. sedangkan penjumlahan koefisien β1 + β2 menguk1ur persentase penurunan *asset intensity* terhadap penurunan penjualan bersih sebesar 1%, menghasilkan nilai 1.150 (1.146 + 0.004). Ini berarti apabila terjadi penurunan penjualan bersih sebesar 1%, maka *asset intensity* juga akan turun sebesar 1.150%.

Besaran *asset intensity* ketika penjualan bersih naik adalah lebih kecil dibandingkan besaran *asset intensity* ketika penjualan bersih turun, dengan hasil koefisien regresi β1 > 0, β2 > 0 dan β1 + β2 > β1. Hal ini berarti kenaikan volume aktivitas diikuti dengan kenaikan *asset intensity* dan penurunan volume aktivitas diikuti dengan penurunan *asset intensity*, sehingga tidak terdapat perilaku *sticky cost* pada *asset intensity* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2014 – 2018.

Hipotesis 2 bahwa *asset intensity* bersifat *sticky* yang mendasarkan pada asumsi β1 > 0, β2 < 0 dan β1 + β2 < β1 tidak didukung. Hal ini disebabkan karena komponen pada *asset intensity* sebagian besar merupakan *variable cost* yang kenaikan juga penurunan biayanya sangat dipengaruhi oleh perubahan volume aktivitas, dan biaya sedikit komponen *fixed cost* pada *asset intensity*.

Pengujian Hipotesis 3

Analisis pengaruh biaya administrasi, biaya pemasaran, dan *asset intensity* sebagai variabel bebas (independen) terhadap prediksi laba sebagai variabel terikat (dependen) pada 11 perusahaan dapat dilihat pada Tabel 4.15 sebagai berikut :

Tabel 4.3 Hasil Analisis Regresi

Model	**Unstandardized Coeffiecients**		**Standardized Coeffcients**
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	.418	.019	
Biaya Administrasi	-9.339E-013	.000	-.540
Biaya Pemasaran	2.338E-013	.000	.476
Asset Intensity	-.144	.109	-.141

Sumber : Lampiran 3 (data diolah)

Berdasarkan ringkasan hasil analisis regresi seperti tertera pada tabel 4.15 di atas diperoleh persamaan model regresi yaitu :

Prediksi Laba = 0,418 +(-0,540 Biaya Administrasi)+ 0,476 Biaya Pemasaran + (-0,141 *Asset Intensity)*

Tabel 4.4 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	**Kesimpulan**
H1: Perilaku pada biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum merupakan *sticky*	Ho ditolak dan H1 diterima
H2: *Asset intensity* merupakan *sticky*	Ho diterima dan H2 ditolak
H3: Perilaku *sticky cost* berpengaruh	Ho ditolak dan H3 diterima

negatif terhadap keakuratan prediksi laba

PEMBAHASAN

Penelitian ini menguji pengaruh *sticky cost* terhadap prediksi laba yang terdaftar di perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2014 - 2018. Berdasarkan pada pengujian yang telah dilakukan terhadap 3 hipotesis dalam penelitian, hasilnya menunjukkan bahwa *sticky cost* yang diproksikan dengan biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum, dan *asset intensity* berpengaruh positif terhadap prediksi laba serta biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum bersifat *sticky* sedangkan *asset intensity* tidak bersifat *sticky*.

Perilaku *Sticky Cost* pada Biaya Pemasaran, Administrasi dan Umum

Perilaku *sticky cost* yang terjadi di perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman pada biaya pemasaran, administrasi dan umum ini sesuai dengan teori tentang perilaku biaya dimana adanya keputusan manajer yang lebih memilih untuk tidak mengurangi jumlah sumber daya yang tak terpakai saat volume aktivitas menurun. Contohnya, saat terjadi ketidakpastian permintaan output dimasa yang akan datang, manajer cenderung memilih untuk menunda pengurangan sumber daya sampai memperoleh kerjasam yang dijelas dimasa yang akan datang. Hal ini menyebabkan biaya pada perusahaan akan tetap tinggi, dimana perusahaan harus tetap membayar gaji karyawan.

Hasil analisis yang telah dilakukan sesuai dengan hipotesis yang diajukan sebelumnya yang memprediksikan bahwa biaya pemasaran, administrasi dan umum bersifat *sticky*, dan hal ini dapat memberikan gambaran kepada manajer perusahaan agar lebih memperhatikan perilaku *sticky cost* yang dapat mempengaruhi laba perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Anderson et. al (2003), Windyastuti (2010), dan serdaneh (2014) yang mendapatka bahwa biaya pemasaran, administrasi dan umum bersifat *sticky* karena perubahan penjualan bersih diikuti dengan kenaikan dan penurunan biaya pemasaran, administrasi dan umum dengan jumlah yang tidak sebanding. Hal ini dikarenakan komponen terbesar yang terdapat pada biaya pemasaran, administrasi dan umum adalah *fuel cost* dimana biaya tetap secara konstan perubahannya tidak terpengaruh oleh tingkat perubahan volume aktivitas.

Biaya pemasaran administrasi dan umum terdiri dari biaya gaji karyawan, biaya pemeliharaan aset, dan biaya penyusutan getung kantor. Ketika biaya pemasaran meingkat, biaya pemeliharaan aset akan meningkat seiring dengan kapasitas penggunaan aset sedangkan pada pemasaran menurun biaya pemeliharaan aset akan tetap ada karena untuk mempertahankan aset jika saat penjualan akan meningkat kembali. Hal ini menyebabkan munculnya perilaku *sticky cost* pada biaya pemasaran, administrasi dan umum.

Perilaku *Sticky Cost* pada *Asset Intensity*

Berdasarkan hasil analisis regresi, *asset intensity* tidak bersifat *sticky* tidak terjadi di perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman karena kenaikan penjualan bersih diikuti oleh kenaikan total aset dan penurunan penjualan bersih juga diikuti dengan penurunan total aset. Menurut Mulyadi (2006), biaya memiliki hubungan yang linier terhadap aktivitas dimana jika aktivitas naik, maka biaya akan ikut naik, begitupun sebaliknya. Penurunan volume aktivitas diikuti dengan penurunan total aset ditandai dengan semakin menurunnya permintaan, maka perusahaan akan mengurangi pengadaan aset dikarenakan saat permintaan menurun, sumber daya yang dibutuhkan juga semakin kecil. Hal ini menyebabkan penggunaan aset akan menurun saat volume aktivitas menurun. Hasil analisis yang

dilakukan tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan sebelumnya yang memprediksikan bahwa *asset intensity* bersifat *sticky* dan hasil bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ghaemi dan Nematollahi (2012) yang menemukan komponen *assert intensity* yaitu total aset bersifat *sticky*.

Perusahaan yang mengalami peningkatan volume aktivitas akan diikuti dengan peningkatan pengadaan aset dan saat mengalami penurunan volume aktivitas juga akan diikuti dengan penurunan pengadaan aset dengan jumlah yang sebanding. Hal ini memberikan gambaran bahwa *asset intensity* cenderung mudah untuk disesuaikan terhadap perubahan tingkat volume aktivitas perusahaan dan yang menyebabkan *asset intensity* tidak bersifat *sticky* dikarenakan komponen terbesar dalam *asset intensity* merupakan *variable cost*.

Pengaruh *Sticky Cost* terhadap Prediksi Laba menggunakan Model CVCS

Dari hasil yang telah dilakukan Uji t, dapat disimpulkan bahwa meskipun prediksi laba menggunakan model CVCS dipengaruhi oleh perilaku *sticky* cost sebesar 41.8% akan tetapi model CVCS dinilai baik dibandingkan dengan model sederhana ROE yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Banker dan Chen (2006). Demikian pula jika dilihat dari hasil pengujian koefisien regresi menunjukkan bahwa Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,260 atau 26%. Jadi dapat dikatakan bahwa 26 % prediksi laba dipengaruhi oleh biaya administrasi, biaya pemasaran, dan *asset intensity* dalam penelitian ini, dan 74% dipengaruhi oleh faktor - faktor lain pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa :

1. Biaya pemasaran, Administrasi dan Umum pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014 – 2018 adalah bersifat *sticky* dikarenakan kenaikan volume aktivitas perusahaan diikuti dengan kenaikan biaya pemasaran, administrasi dan umum serta penurunan volume aktivitas tidak diikuti oleh penurunan biaya pemasaran, administrasi dan umum. Hal ini disebabkan karena komponen terbesar dalam biaya pemasaran, administrasi dan umum merupakan *fixed cost* yang secara konstan perubahannya tidak dipengaruhi oleh perubahan volume aktivitas.
2. *Asset Intensity* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014 – 2018 adalah tidak bersifat *sticky* dikarenakan kenaikan volume aktivitas perusahaan diikuti dengan kenaikan total ast dan penurunan volume aktivitas juga diikuti oleh penurunan total aset. Hal ini dikarenakan komponen terbesar dalam *asset intensity* merupakan *variable cost* yang perubahannya mengikuti perubahan volume aktivitas.
3. Pengaruh *sticky cost* terhadap prediksi laba menggunakan model *cost variability* dan *cost stickiness* (CVCS) sangat kecil jika dilihat dari Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,260 atau 26%. Jadi dapat dikatakan bahwa 26 % prediksi laba dipengaruhi oleh biaya administrasi, biaya pemasaran, dan *asset intensity* dalam penelitian ini, dan 74% dipengaruhi oleh faktor - faktor lain.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Perusahaan dalam melakukan kinerja keuangan yang lebih efisien maka perusahaan harus meningkatkan laba usaha dan mampu menekan biaya – biaya agar memperoleh hasil yang memuaskan.

2. Bagi Pengurus Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Bekerja lebih keras lagi karena kegiatan usaha cenderung sudah efektif karena dapat menciptakan laba, hal ini dikarenakan terlalu dapat menekan biaya. Perlu dilakukan evaluasi tentang besarnya biaya yang bersifat tetap misalnya tentang depresiasi agar dapat mencapai laba yang maksimal. Perlu dilakukan pengendalian terhadap karyawan sehingga tidak terjadi penyalahgunaan *assets* yang kemungkinan dapat menambah tingginya biaya. Dilakukan re-evaluasi aktiva tetap yang ada sehingga beban depresiasi yang telah ditetapkan akan terkoreksi menuju kebenaran dan menunjukkan kinerja keuangan yang benar. Lebih digiatkan kerja sama dengan Pengawas dan Pembina. Bagi Pengawas Keuangan perusahaan, secara rutin dilakukan pengawasan lebih ketat.

3. Bagi Investor

Para investor harus dapat menegur dan menuntut manajemen perusahaan bila ada kesalahan agar dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam pencegahan terhadap pengeluaran-pengeluaran yang tidak perlu sehingga akhir tahun memperoleh deviden yang baik.

4. Bagi Peneliti Lain

Diharapkan peneliti lain dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variasi analisis ratio yang lebih baik dan relevan sehingga hasil yang didapat bisa lebih akurat dan bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

Anderson, M. C., Banker, R. D. And Jankiraman, S. N. 2003. *Are Selling, General, And Administrative Costs "Sticky"?*. Journal Of Accounting Research. Vol 41, No. 1.

Balakrishnan, R., dan Thomas Gruca, 2008. "*Cost Stickiness and Core Competency: A Note*", Working Paper, The University of Lowa, Lowa City.

Banker, R. D. And Chen, Lei, 2006. *Predicting Earning Using A Model Based On Cost Variability And Cost Stickiness*. The Accounting Review Vol. 81, No. 2.

Dan Weiss (2010). *Cost Behavior And Analysts' Earnings Forecast*. The Accounting Review Vol. 85, No. 4.

Ghaemi, M., and Nematollahi, M., 2012. "*Study on the Behavior of Materials, Labor, and Overhead Costs in Manufacturing Companies listed in Tehran Stock Exchange*". International Journal of Trade, Economics and Finance Vol. 3, No. 1.

Idi Junaidi Hidyataullah, Wiwik Utami, dan Yudhi Herliansyah. (2011). Analisis Perilaku Sticky Cost dan Pengaruhnya terhadap Prediksi Laba Menggunakan Model Cost Variability dan Cost Stickiness (CVCS) pada Emiten di BEI untuk Industri Manufaktur. Universitas Mercu Buana. Jakarta.

Ratnawati, L., and Nugrahanti, Y., 2015, “Perilaku *Sticky Cost* Biaya Penjualan, Biaya Administrasi, dan Umum serta Harga Pokok Penjualan pada Perusahaan Manufaktur”. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol XVIII, No. 2, Agustus 2015.

Robert E. Lucas, Jr. 1967. *Adjustment Costs and Theory of Supply*. The Journal of Political Economy. Vol. 75 No. 4 Part. 1. Pp 321 - 334

Serdaneh, Abu J., 2014, “*The Asymetrical Behavior of Cost: Evidence from Jordan*”. Journal of International Business Research Vol. 7, No. 8.

Soemarso S. R. (2013). Akuntansi Suatu Pengantar. Edisi Revisi. Jakarta. Salemba Empat.

Windyastuti Dan Frasto Biyanto, 2005. Analisis Perilaku Kos : *Stickiness Cost* Pemasaran, Administrasi & Umum pada Penjualan Bersih (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di BEJ). SNA VIII Solo, 15 – 16 September 2005.