

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam akuntansi biaya, dikenal dua jenis utama perilaku biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel (Murty et al., 2021). Biaya tetap merupakan biaya yang bersifat melekat dan relatif sulit untuk disesuaikan meskipun perusahaan mengalami penurunan aktivitas bisnis, sedangkan biaya variabel akan meningkat atau menurun mengikuti perubahan volume aktivitas perusahaan (Fithriyyah & Priono, 2021). Perilaku biaya dipandang sebagai pola perubahan yang teratur, yang menyesuaikan diri dengan kenaikan dan penurunan volume penjualan (Herfanti & Prasetiono, 2023). Namun beberapa penelitian menemukan adanya perilaku biaya asimetris terhadap kenaikan dan penurunan penjualan bersih. Studi yang dilakukan oleh Anderson et al., (2003) adalah salah satu studi pertama yang menunjukkan bahwa biaya tidak selalu bereaksi secara proporsional terhadap perubahan aktivitas, melainkan menunjukkan perilaku asimetris yang disebut sebagai *cost stickiness* yang kemudian dikenal sebagai *sticky cost*.

Sticky cost merupakan perilaku biaya yang bersifat kaku, di mana biaya tidak mudah menurun ketika penjualan mengalami penurunan, namun akan meningkat seiring dengan meningkatnya penjualan (Wijaya & Frederica, 2025). *Sticky cost* muncul akibat adanya ketidakpastian terhadap permintaan di masa depan, sehingga manajer cenderung menunda penyesuaian atau pengurangan biaya hingga mereka memperoleh keyakinan bahwa penurunan tingkat aktivitas benar-benar bersifat berkelanjutan (Azmi & Januryanti, 2021). Dalam literatur terdahulu, *sticky cost* diprosikan dengan beban penjualan, umum dan administrasi (*Selling, General, and Administrative Expenses / SG&A*) ataupun beban pokok penjualan (*Cost of Goods Sold / COGS*), karena kedua jenis biaya tersebut terbukti secara empiris menunjukkan perilaku biaya asimetris ketika terjadi kenaikan dan penurunan aktivitas penjualan (Weidenmier & Subramaniam, 2003) dan (Nany et al., 2023). Temuan dari penelitian Anderson et al., (2003) mengungkapkan bahwa beban SG&A rata-rata mengalami peningkatan sebesar 0,55% ketika penjualan naik 1%. Namun, saat penjualan turun 1%, biaya tersebut hanya berkurang sekitar

35%. Kondisi ini menunjukkan bahwa biaya tidak menyesuaikan secara proporsional terhadap perubahan penjualan, melainkan bersifat asimetris. Perilaku biaya seperti ini dikenal sebagai *sticky cost* atau biaya kaku.

Pada fenomena PT Indo Kordsa Tbk (BRAM) merupakan perusahaan sektor *consumer cyclical* yang mengalami penurunan laba bersih perusahaan sebesar 47% pada kuartal I tahun 2023 dibandingkan dengan kuartal I tahun sebelumnya. Ini disebabkan oleh penurunan pendapatan 21% tanpa adanya efisiensi dari beban pokok penjualan (*Cost of Goods Sold / COGS*) yang hanya menurun 13% (CNBC Indonesia, 2023). Perilaku biaya kaku disebabkan oleh dua faktor utama. Pertama, keputusan manajerial dalam mengelola dan mempertahankan sumber daya perusahaan yang dipengaruhi oleh kepentingan pribadi manajer dan yang kedua keberadaan biaya yang tidak dapat diubah jika terjadi penurunan penjualan (Antika et al., 2024). Dari fenomena tersebut perusahaan menunjukkan ketidakmampuan dalam menyesuaikan biaya secara proporsional terhadap penurunan pendapatan yang dapat berpotensi menunjukkan perilaku biaya tidak simetris atau *sticky cost*. Entitas bisnis yang menunjukkan perilaku biaya yang kaku mungkin mengalami penurunan pendapatan yang tajam akibat mempertahankan tingkat biaya tetap yang tinggi meskipun terjadi penurunan dalam aktivitas operasional perusahaan (Mahendra & Ulfah, 2023). Sticky cost menunjukkan bagaimana sebuah entitas bisnis mengelola dan mengawasi berbagai kategori biaya yang terkait dengan operasi operasional berperilaku, khususnya dalam upaya mencapai efisiensi biaya ketika terjadi perubahan tingkat aktivitas bisnis (Prawesti & Ariani, 2024). Karena efisiensi dan keuntungan saling terkait, manajer harus efektif dan efisien saat membuat rencana biaya dan menyesuaikan sumber daya untuk menghadapi ketidakpastian permintaan di masa depan. (Abdelhay et al., 2021).

Diantara variabel yang diduga dapat mempengaruhi *sticky cost* adalah *institutional ownership*, yaitu saham bisnis yang dimiliki oleh bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dan lembaga keuangan lainnya. (Sutrisno & Riduwan, 2022). Pemegang saham institusional umumnya memiliki tingkat kepemilikan saham yang lebih dominan, sehingga memiliki kemampuan yang lebih kuat dalam mengawasi kebijakan dan keputusan manajemen dibandingkan

pemegang saham lainnya (Prasetyo, 2024). Meningkatnya *institutional ownership* cenderung mengurangi kemungkinan terjadinya *sticky cost* dalam sebuah perusahaan. Hal ini karena *institutional investor* sebagai pemilik saham mampu mengawasi pengelolaan biaya perusahaan dengan lebih baik, sehingga biaya dapat dikendalikan secara lebih efisien dan mengurangi tingkat *sticky cost* (ELKelety et al., 2025).

Faktor berikutnya yang berpotensi mempengaruhi *sticky cost* adalah *asset intensity*, merupakan tingkat penggunaan sumber daya aset yang dimiliki perusahaan dalam mendukung kegiatan operasional guna menghasilkan laba dan meningkatkan penjualan. Rasio ini menggambarkan jumlah total aset yang diperlukan perusahaan untuk menghasilkan setiap satu rupiah pendapatan dari penjualan (Kusmiyati & Utami, 2024). Saat penjualan mengalami penurunan, manajemen umumnya menekan pengeluaran dengan mengurangi pembelian, terutama bahan baku dan kebutuhan yang bersumber dari pihak luar. Sebaliknya, pelepasan aset tetap yang dimiliki perusahaan pada kondisi penjualan menurun menjadi kurang efektif karena besarnya biaya perolehan serta potensi kehilangan nilai investasi, sehingga biaya yang terkait dengan aset tetap sulit disesuaikan dalam jangka pendek. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *asset intensity*, semakin besar kecenderungan terjadinya *sticky cost* (Pebryanti & Khomsiyah, 2023).

Variabel moderator dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan sebagai bentuk pengembangan dari studi sebelumnya. Langkah ini didasarkan pada temuan yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku *sticky cost* (Herfanti & Prasetiono, 2023; Azmi & Januryanti, 2021; Sari, 2025; Union et al., 2025). Selanjutnya, pemilihan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi didasarkan pada penggunaan \ln (total aset) sebagai indikator pengukurannya. Besar kecilnya ukuran perusahaan memengaruhi kapasitas perusahaan dalam menanggung risiko, khususnya ketika terjadi penurunan tingkat penjualan. Dalam kondisi tersebut, Saat penjualan menurun, perusahaan berukuran besar cenderung tidak langsung menurunkan biayanya, sehingga biaya tetap tinggi dan tingkat *sticky cost* cenderung lebih besar (Herfanti & Prasetiono, 2023).

Temuan yang tidak konsisten telah ditemukan dalam sejumlah penelitian yang meneliti variabel yang mempengaruhi *sticky cost*. Studi yang dilakukan Wijaya & Frederica, (2025) menemukan adanya pengaruh positif hubungan antara *institutional ownership* terhadap *sticky cost*. Semakin tinggi persentase *institutional ownership*, semakin besar kemampuan perusahaan dalam menekan tingkat *sticky cost* dikarenakan adanya pengawasan yang lebih efektif terhadap aktivitas dan kinerja keuangan perusahaan. Sebaliknya menurut Murty et al., (2021) *institutional ownership* yang dijadikan sebagai proksi *corporate governance* berpengaruh negatif terhadap *sticky cost*. Namun penelitian Hananto, (2021) menunjukkan bahwa *institutional ownership* sebagai proksi *corporate governance* tidak berpengaruh terhadap *sticky cost*, dikarenakan *institutional ownership* belum mampu mendorong efisiensi biaya karena *institutional investor* lebih berfokus pada laba dan tidak terlibat langsung dalam operasional perusahaan.

Faktor selanjutnya yang memengaruhi *sticky cost* adalah *asset intensity*. Menurut Wulandari & Ulfah, (2024) *asset intensity* berpengaruh positif terhadap *sticky cost*. Ketika manajer mempertahankan aset tetap saat penjualan menurun, biaya pemeliharaan meningkat sehingga biaya penjualan, umum, dan administrasi (*Selling, General, and Administrative Expenses / SG&A*) bertambah dan memicu *sticky cost* yang berdampak pada penurunan laba perusahaan. Kemudian menurut Herfanti & Prasetyono, (2023) *asset intensity* berpengaruh negatif terhadap *sticky cost*. Menurut Soegiharto & Rachmawati, (2022) *asset intensity* tidak berpengaruh terhadap *sticky cost*, menyatakan bahwa proporsi aset tetap pada perusahaan sampel yang diteliti belum cukup besar untuk menyebabkan perilaku *sticky cost*.

Penelitian ini menggunakan sektor *consumer cyclical* sebagai objek penelitian dikarenakan perusahaan-perusahaan dalam sektor ini sangat sensitif terhadap kondisi ekonomi dan siklus bisnis. Sektor *consumer cyclical* mencakup perusahaan yang menjual barang dan jasa sekunder, sehingga permintaan terhadap produknya cenderung meningkat pada saat ekonomi tumbuh dan menurun pada saat ekonomi melemah. Karakteristik fluktuatif tersebut menjadikan sektor *consumer cyclical* objek yang relevan untuk mengamati perilaku biaya yang asimetris,

termasuk fenomena *sticky cost*, ketika perusahaan menghadapi perubahan penjualan yang signifikan (Fitriyani et al., 2022).

Mengingat perbedaan dalam temuan penelitian sebelumnya tentang variabel yang memengaruhi *sticky cost* membuat penulis mengangkat kembali topik mengenai *sticky cost*. Studi ini didasarkan pada studi yang dilakukan oleh Wijaya & Frederica, (2025) yang berjudul “*Factors Affecting Sticky Cost in Non-cyclical Consumer Companies in Indonesia*”. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini menambahkan variabel ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi dan juga menggunakan model Weiss, (2010) dengan biaya SG&A sebagai pengukuran *sticky cost*. Berdasarkan uraian tersebut menandakan bahwa penulis terdorong untuk melaksanakan penelitian dengan judul “**Pengaruh Institutional Ownership dan Asset Intensity Terhadap Sticky Cost Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi**”.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Mengacu pada latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *institutional ownership* berpengaruh terhadap *sticky cost*?
2. Apakah *asset intensity* berpengaruh terhadap *sticky cost*?
3. Apakah ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara *institutional ownership* terhadap *sticky cost*?
4. Apakah ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara *asset intensity* terhadap *sticky cost*?

1.3 RUANG LINGKUP ATAU PEMBatasan MASALAH

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada beberapa hal berikut, yaitu:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada perusahaan sektor *consumer cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan tahun pengamatan dari tahun 2022 sampai tahun 2024.
2. Penelitian ini membatasi variabel-variabel yang dianggap dapat berpengaruh terhadap *sticky cost* yaitu *institutional ownership*, *asset intensity*, ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diajukan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *institutional ownership* terhadap *sticky cost*
2. Untuk mengetahui pengaruh *asset intensity* terhadap *sticky cost*
3. Untuk mengetahui ukuran perusahaan memoderasi pengaruh *institutional ownership* terhadap *sticky cost*
4. Untuk mengetahui ukuran perusahaan memoderasi pengaruh *asset intensity* terhadap *sticky cost*

1.4.2 Manfaat Penelitian

Pihak-pihak berikut diharapkan akan memperoleh manfaat dari penelitian ini, antara lain:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai *institutional ownership*, *assets intensity*, dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi terhadap *sticky cost*.

2. Manfaat Praktis
 - a) Bagi Manajemen Perusahaan

Diharapkan temuan dari penelitian ini akan memberikan manajemen pengetahuan yang relevan untuk menghadapi ketidakpastian permintaan di masa depan.

- b) Bagi Investor dan Calon Investor

Diharapkan bahwa penelitian ini akan meningkatkan pemahaman mengenai perilaku *sticky cost*, sehingga investor dapat menilai sejauh mana efisiensi manajerial perusahaan.