

# ***Asymmetric Cost Behavior* dan Pilihan Strategi**

Oleh : Indah Umiyati

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat variasi *asymmetric cost behavior* berdasarkan pilihan strategi perusahaan. Penelitian dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di BEI kecuali perusahaan yang bergerak pada industry keuangan. Dengan menggunakan periode 2009 sampai dengan 2015 diperoleh sebanyak 1.792 firm-years. Analisis dilakukan dengan menggunakan regresi loglinier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat fenomena *asymmetric cost behavior* pada perusahaan yang terdaftar di BEI dan pilihan strategi perusahaan berpengaruh secara moderat terhadap *asymmetric cost behavior*.

## **1. Pendahuluan**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat variasi *asymmetric cost behavior* berdasarkan pilihan strategi perusahaan. Asumsi dasar dari akuntansi biaya adalah hubungan antara biaya dan volume adalah simetris untuk penurunan dan peningkatan volume. Namun Anderson, et al. (2003) menemukan kondisi yang tidak sesuai dengan asumsi tersebut yang kemudian disebut dengan sticky cost. Sticky cost atau disebut juga *asymmetric cost behavior* adalah suatu kondisi yang menggambarkan kondisi peningkatan biaya yang terjadi ketika aktifitas perusahaan meningkat lebih besar dibandingkan penurunannya ketika aktifitas perusahaan menurun pada jumlah yang sama (Anderson et al., 2003; Banker dan Byzalov, 2014).

Beberapa penelitian mengenai *asymmetric cost behavior* ini telah dilakukan. Anderson, et al. (2003) membuktikan terjadinya perilaku *asymmetric cost behavior* dan hal ini dipengaruhi oleh pendapatan perusahaan, faktor pertumbuhan ekonomi makro, ketergantungan aktivitas perusahaan kepada asset yang dimiliki dan sumber daya manusianya (disebut dengan intensitas asset, yang diukur dengan rasio total asset terhadap pendapatan penjualan).

Banker dan Byzalov (2014) mengatakan bahwa keputusan dalam komitmen sumberdaya dibuat berdasarkan self-interest manajer, sehingga *asymmetric cost behavior* tidak hanya merefleksikan biaya penyesuaian ekonomi dalam perusahaan, tetapi juga dari personal manajer, biaya penyesuaian terkait dengan masalah keagenan. Faktor keagenan bisa memicu terjadinya inefisiensi dengan rendahnya cost stickiness. Ketika manajer menghadapi dorongan yang kuat untuk memenuhi target laba tertentu, mereka cenderung melakukan real earnings management dengan melakukan pemotongan sumber daya secara berlebihan ketika penjualan menurun dan akan menunda akuisisi sumberdaya yang diperlukan ketika penjualan meningkat (Dierynck et al. 2012; Kama dan Weiss, 2013). Banker dan Byzalov (2014) menemukan bahwa *asymmetric cost behavior* akan dipengaruhi oleh insentif manajemen dalam memperlakukan biaya perusahaan.

Salah faktor yang diduga akan mempengaruhi perilaku manajer dalam mempertimbangkan keputusan pembiayaan adalah pilihan strategi perusahaan. Porter (1985) mengatakan bahwa perusahaan harus mempunyai strategi kompetitif yang jelas sehingga bisa bersaing secara efektif dan mendapat keunggulan strategis yang berkelanjutan. Menurut Porter, perusahaan bisa memilih untuk menyediakan produk yang memiliki harga yang lebih rendah dalam industrinya (*cost-efficiency strategy*) atau menjadi penyedia produk yang unik dan inovatif (*innovation strategy*).

Pada perusahaan yang memilih *cost-efficiency strategy* akan memberikan dorongan kepada manajer untuk memenuhi target biaya perusahaan yang efisien, sedangkan perusahaan yang memilih *innovation strategy* akan memberikan manajer keleluasaan dalam menentukan inovasi produk perusahaan. Maka pada perusahaan *cost-efficiency strategy*, manajer diduga akan tidak terlalu menunjukkan *asymmetric cost behavior* karena ketika penjualan turun, harus segera menyesuaikan biaya produknya. Berdasarkan penjelasan tersebut penelitian ini menduga bahwa pilihan strategi perusahaan akan mempengaruhi *asymmetric cost behavior*.

Anderson et al. (2003) menyatakan ketergantungan aktivitas perusahaan kepada asset yang dimiliki dan sumber daya manusianya (disebut dengan intensitas asset, yang diukur dengan rasio total asset terhadap pendapatan penjualan) akan berpengaruh terhadap perilaku *asymmetric cost* manajer. Perusahaan dengan intensitas asset yang tinggi akan memiliki perilaku *asymmetric cost* yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang intensitas asetnya rendah. Jermias dan Gani (2006) menyatakan bahwa perusahaan yang memilih strategi *cost efficiency* akan cenderung mempunyai rasio efisiensi penggunaan asset yang tinggi (yang diukur dengan total revenue dibagi dengan total asset) dibandingkan dengan perusahaan yang memilih strategi inovasi. Maka, diduga perusahaan yang memilih strategi *cost efficiency* akan memiliki rasio efisiensi penggunaan asset yang tinggi dan intensitas asset yang rendah, sehingga perilaku *asymmetric cost*nya lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang memilih strategi inovasi.

Untuk membuktikan dugaan tersebut, penelitian ini mengadopsi pengukuran *asymmetric cost behavior* yang dikembangkan oleh Anderson et al. (2003), kemudian menambahkan variable pilihan strategi dalam model tersebut sebagai moderasi perilaku *asymmetric cost*.

Penelitian ini berkontribusi dengan mengembangkan penelitian mengenai faktor yang akan berpengaruh terhadap *asymmetric cost behavior* (Banker dan Byzalov, 2014). Berbeda dengan penelitian Banker dan Byzalov (2014) yang menggunakan perubahan laba antar periode sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku manajer, maka penelitian ini menggunakan pilihan strategi perusahaan sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku manajer yang akan berpengaruh terhadap *cost behavior*.

## 2. Kajian Pustaka dan Hipotesis

### 2.1. *Asymmetric cost behavior*

Model tradisional dari perilaku biaya dihubungkan dengan perbedaan tingkat aktivitas tanpa mempertimbangkan bagaimana intervensi manajerial bisa berdampak pada proses penyesuaian sumber daya (*resource-adjustment process*). Manajer membuat perubahan yang berbeda pada committed resource karena tidak bisa begitu saja ditambah atau dikurangi dalam menyesuaikan perubahan permintaan (Anderson, et al. 2003). *Asymmetric cost behavior* muncul ketika terdapat perilaku asimetri dalam membuat penyesuaian sumber daya, dimana cenderung memperlambat proses penurunan dibandingkan dengan proses menaikkan penggunaan sumberdaya.

Perusahaan harus melakukan penyesuaian biaya dengan menghapus *committed resource* dan menggantinya jika permintaan kembali seperti semula. Penyesuaian sumber daya seperti itu mengurangi pembayaran insentif ketika pegawai diberhentikan dan menambah biaya pencarian dan pelatihan ketika pegawai baru direkrut. Selain itu, ada biaya non finansial yang keluar apabila hal tersebut dilakukan, misalnya kehilangan team work ketika kondisi teman bekerja berubah yang bisa berdampak pada organisasi.

Ketika permintaan meningkat, manajer akan meningkatkan committed resource sebanyak keperluan untuk mengakomodasi tambahan penjualan. Ketika permintaan menurun, manajer dengan akan tidak menggunakan sumberdaya tersebut atau sampai pada keputusan untuk memberhentikannya. Karena permintaan sangat tidak pasti, manajer harus mengevaluasi kecenderungan turunnya permintaan sebagai hal yang sifatnya sementara ketika akan memutuskan apakah harus menurunkan committed resources. Perilaku asimetri dari biaya sales, general dan adniministration (SG&A) muncul ketika manajer memutuskan untuk mempertahankan sumberdaya yang tidak digunakan dibandingkan dengan menyesuaikan biaya ketika volume permintaan menurun.

Penelitian mengenai *asymmetric cost behavior* menggunakan biaya selling, general and administratin (SG&A) sebagai ukuran dalam menentukan perilaku *asymmetric cost behavior* yang muncul pada perusahaan. SG&A digunakan beberapa pertimbangan: 1) *asymmetric cost behavior* banyak ditemukan pada biaya SG&A dibandingkan kategori biaya oeprasional lainnya (Anderson et al., 2003), 2) Biaya SG&A banyak dijadikan pertimbangan dan diperhitungkan oleh para analis dan investor (Healy, et al., 2000) dan 3) biaya SG&A mempunyai hubungan yang kuat dengan perubahan pendapatan, dimana banyak komponen dari biaya SG&A dipengaruhi oleh tingkat pendapatan perusahaan (Cooper & Kaplan, 1999).

Berdasarkan uraian diatas, maka pengujian *asymmetric cost behavior* dilakukan dengan membandingkan variasi biaya SG&A dengan pendapatan penjualan pada periode ketika pendapatan meningkat dengan variasi SG&A dengan pendapatan penjualan ketika pendapatan menurun.

## 2.2. Pilihan Strategi

Porter (1985) mengatakan bahwa perusahaan harus mempunyai strategi kompetitif yang jelas sehingga bisa bersaing secara efektif dan mendapat keunggulan strategis yang berkelanjutan. Menurut Porter, perusahaan bisa memilih untuk menyediakan produk yang memiliki harga yang lebih rendah dalam industrinya (*cost-efficiency strategy*) atau menjadi penyedia produk yang unik dan inovatif (*innovation strategy*).

Perusahaan yang mengadopsi strategi *cost efficiency* memfokuskan pada pengendalian biaya dengan menekankan pada efisiensi, penurunan dan pengendalian biaya, biaya yang ketat dan pengendalian biaya overhead serta meminimalisasi biaya dalam seperti bidang R & D, pelayanan, personal service dan promosi. Sebaliknya, perusahaan yang menerapkan strategi inovasi cenderung untuk memiliki satu atau lebih atribut yang akan membuat produk mereka unik dengan melakukan berbagai inovasi. Untuk mendukung strategi tersebut, perusahaan harus berinvestasi dalam kegiatan R&D, dan memberikan kebebasan kepada manajer untuk kreatif dan inovatif dalam bertindak untuk berkembang dan sukses.

Dua dimensi utama dalam model strategi bisnis dari Porter (1985) adalah pencarian produk yang baru atau unik memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga premium (*premium price capability*) dan *assets utilization efficiency*. Intensitas dari aktifitas R&D mengindikasikan kepentingan strategis dari inovasi untuk perusahaan tersebut. Perusahaan yang berinvestasi sangat banyak dalam R&D cenderung sedang berusaha untuk bersaing dengan produk dan jasa dan inovatif. Sehingga perusahaan yang memilih *innovation strategy* memiliki rasio R&D intensity yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang memilih *cost-efficiency strategy* (Gani & Jermias, 2006).

*Asset Utilization efficiency* memperlihatkan sejauhmana efisiensi operasional menjadi sangat strategis bagi perusahaan. Perusahaan yang memilih *cost-efficiency strategy* cenderung akan beroperasi pada lingkungan yang stabil, menghasilkan produk yang standard dan melaksanakan prosedur operasional yang sudah terstandarisasi. Sehingga, perusahaan seperti ini akan berada pada kondisi tingkat stabilitas yang tinggi dan tingkat efisiensi operasional yang tinggi. Sebaliknya perusahaan yang memilih *innovation strategy* cenderung menghadapi ketidakpastian dalam menghasilkan pendapatan karena bertaruh pada produk yang belum terlalu terkenal di pasar. Sehingga perusahaan yang memilih *cost-efficiency strategy* akan memiliki *asset utilization efficiency* yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang memilih *innovation strategy* (Gani & Jermias, 2006).

*Premium Price Capability* mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk membebaskan pelanggannya harga premium. Perusahaan yang memilih *innovation strategy* cenderung akan menawarkan produk dan jasa yang unik sehingga bisa membebaskan perusahaan dengan *premium price*. Perusahaan yang memilih *innovation strategy* akan memiliki *Premium Price Capability* yang tinggi dibandingkan dengan *cost efficiency strategy*.

### 2.3. Hipotesis Penelitian

*Asymmetric cost behavior* terjadi ketika manajer tidak segera melakukan penyesuaian biaya atas menurunnya aktifitas perusahaan.. maka pengujian perilaku asimetri biaya dilakukan dengan membandingkan variasi biaya SG&A dengan pendapatan penjualan pada periode ketika pendapatan meningkat dengan variasi SG&A dengan pendapatan penjualan ketika pendapatan menurun. Diduga bahwa kenaikan biaya SG&A ketika pendapatan naik akan lebih besar dibandingkan dengan penurunan biaya SG&A ketika pendapatan turun.

Penelitian yang dilakukan oleh Anderson, et al. (2003) menggunakan sampel perusahaan US menemukan bahwa biaya SG&A akan segera naik ketika aktifitas perusahaan (permintaan) naik, dan turun dengan lambat ketika aktifitas perusahaan (permintaan) menurun. Hal yang sama ditemukan oleh Banker (2014) dengan menggunakan sampel cross-country.

Beberapa penelitian di Indonesia mengenai fenomena *asymmetric cost behavior* hasilnya masih bervariasi. Beberapa penelitian menemukan terjadinya *asymmetric cost behavior* pada perusahaan di Indonesia (Rahmadi, 2012; Kusu, 2012; Armanto, et al, 2014). Penelitian lain tidak menemukan terjadinya *asymmetric cost behavior* pada perusahaan di Indonesia (Erlyna, 2013; Endarwati, 2013).

H1 : Kenaikan biaya SG&A pada kenaikan pendapatan penjualan lebih besar dibandingkan dengan penurunan biaya SG&A pada penurunan pendapatan penjualan.

Anderson et al. (2003) menyatakan ketergantungan aktivitas perusahaan kepada asset yang dimiliki dan sumber daya manusianya (disebut dengan intensitas asset, yang diukur dengan rasio total asset terhadap pendapatan penjualan) akan berpengaruh terhadap perilaku *asymmetric cost* manajer. Perusahaan dengan intensitas asset yang tinggi akan memiliki perilaku *asymmetric cost* yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang intensitas asetnya rendah. Semakin tinggi intensitas penggunaan asset perusahaan, maka akan semakin rendah *assets utilization efficiency* perusahaan tersebut. *Assets utilization efficiency* menunjukkan sejauhmana efisiensi operasional menjadi sangat strategis bagi perusahaan. Jermias dan Gani (2006) menyatakan bahwa perusahaan yang memilih strategi *cost efficiency* akan cenderung mempunyai rasio efisiensi penggunaan asset yang tinggi (yang diukur dengan total pendapatan dibagi dengan total asset) dibandingkan dengan perusahaan yang memilih strategi inovasi. Diduga perusahaan yang memilih strategi *cost efficiency* akan memiliki rasio efisiensi penggunaan asset yang tinggi yang menunjukkan intensitas asset yang rendah, sehingga perilaku *asymmetric cost*nya lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang memilih strategi inovasi.

Maka pada perusahaan *cost-efficiency strategy*, manajer diduga akan tidak terlalu menunjukkan *asymmetric cost behavior* karena ketika aktifitas perusahaan turun, harus segera menyesuaikan biaya produknya. Sebaliknya pada perusahaan yang memilih *innovation strategy*, manajer diduga akan lebih memiliki kebebasan untuk tidak

segara menyesuaikan biaya ketika aktifitas perusahaan menurun. Berdasarkan penjelasan tersebut penelitian ini menduga bahwa pilihan strategi perusahaan akan mempengaruhi *asymmetric cost behavior*.

H2: *Asymmetric cost behavior* akan lebih besar pada perusahaan yang memilih *innovation strategy* dibandingkan dengan *cost-efficiency strategy*.

### 3. Desain Penelitian

Penelitian ini menguji terjadinya *asymmetric cost behavior* dengan mengadopsi model dari Anderson et al. (2003) sebagai berikut :

Model 1 :

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

$SG\&A_{i,t}$  adalah Sales, General and Administration expense,  $REV_{i,t}$  adalah pendapatan penjualan, sedangkan  $DEC$  adalah variable dummy, 1 jika pendapatan penjualan pada tahun t mengalami penurunan dari tahun sebelumnya.

Koefisien  $\beta_1$  mengukur persentase peningkatan dari biaya SG&A pada 1% peningkatan pendapatan penjualan.  $\beta_1 + \beta_2$  mengukur persentase perubahan biaya SG&A pada 1% penurunan pendapatan penjualan. Sehingga jika terjadi *assets utilization efficiency*, dimana variasi SG&A akan lebih besar ketika pendapatan meningkat dibandingkan ketika pendapatan menurun. Maka pengujian terjadinya *assets utilization efficiency* terjadi jika  $\beta_1 > 0$  dan  $\beta_2 < 0$ .

Untuk menguji dampak dari pilihan strategi terhadap *asymmetric cost behavior* digunakan model sebagai berikut :

Model 2 :

$$\log \left[ \frac{SG\&A_{i,t}}{SG\&A_{i,t-1}} \right] = \beta_0 + \delta_1 \log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right] + \delta_2 * DEC_{i,t} * \log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right] + \delta_3 * DEC_{i,t} * \log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right] * STRA_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

Strategi kompetitif perusahaan ( $STRA_{i,t}$ ) dihitung menggunakan cluster analysis dari beberapa variable berikut ini: R&D intensity (rasio beban research and development terhadap total pendapatan penjualan), *Asset utilization efficiency* (rasio total pendapatan penjualan terhadap total asset) dan *premium price capability* (ratio gross margin terhadap total pendapatan penjualan).

Analisis kluster dilakukan untuk mengelompokkan perusahaan ke dalam kluster yang mempunyai R&D intensity (diukur dengan rasio beban R&D dibagi dengan total pendapatan penjualan), premium price capability yang tinggi (rasio gross margin dibagi dengan total pendapatan penjualan) dan Asset utilization efficiency yang rendah (ratio total sales revenue dibagi dengan total asset). Kluster ini merupakan kluster perusahaan

yang memilih *innovation strategy* yang kemudian diberi kode 1. Kluster kedua adalah perusahaan yang mempunyai R&D intensity dan *premium price capability* yang rendah dan *asset utilization efficiency* yang tinggi. Kluster ini merupakan kluster perusahaan yang memilih *cost efficiency strategy* yang kemudian diberi kode 0. Nilai asymmetric cost meningkat dilihat dari nilai negative pada parameter  $\delta_2$ , dan tingkat asymmetri meningkat (menurun) dilihat dari nilai negative (positif) dari parameter  $\delta_3$ .

#### 4. Sampel dan Sumber Data

Penelitian ini menganalisis dampak kualitas laporan keuangan terhadap efisiensi investasi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) kecuali perusahaan pada industry keuangan. Periode pengambilan sampel dilakukan dari tahun 2008 sampai dengan 2015, karena pada tahun 2008 adalah tahun pertama penggabungan dua bursa saham, Bursa Efek Surabaya dan Bursa Efek Jakarta, menjadi BEI, dan tahun 2015 adalah tahun data yang paling mutakhir yang bisa diperoleh pada saat penelitian ini dilakukan. Data penelitian diperoleh dari datastream Pusat Data Ekonomi dan Bisnis (PDEB) Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (FE-UI) dan website resmi BEI yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

Pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut: (1) perusahaan sampel sudah terdaftar di BEI paling tidak pada tahun 2008, (2) perusahaan sampel tidak pernah mengalami delisting selama periode penelitian (2008-2015), (3) memiliki dengan lengkap data yang diperlukan untuk melakukan analisis dalam penelitian ini. Berikut adalah perhitungan banyak sampel (Tabel 1).

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

Kriteria		Jumlah
Perusahaan yang terdaftar di BEI		552
Dikurangi :		
Perusahaan yang listing lebih dari tahun 2008	185	
Perusahaan financial	62	
Perusahaan dengan data yang tidak lengkap	49	
		(296)
Total Perusahaan		256
Tahun Pengamatan 2009 – 2015	7 tahun	
<b>Total Sampel (firm-years)</b>		<b>1.792</b>

#### 5. Hasil Penelitian

Statistic deskriptif untuk variable penelitian yang bersifat kontinu disajikan pada table 2 menunjukkan bahwa baik perubahan SG&A maupun perubahan Revenue bervariasi. Ada yang berubah menjadi lebih kecil (nilai Min. perubahan SGA&A 0,0793

dan Min. perubahan Revenue 0,0178), ada yang berubah menjadi lebih besar (nilai Max. perubahan SGA&A 0,0793 dan Max. perubahan Revenue 0,0178).

**Tabel 2**  
**Statistik Deskriptif**

	Mean	Std. Deviasi	Min	Max
$\frac{SG\&A_{i,t}}{SG\&A_{i,t-1}}$	1,3000	3,0444	0,0793	90,1088
$\frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}}$	1.9338	16,4286	0,0178	531,0568
$\log \left[ \frac{SG\&A_{i,t}}{SG\&A_{i,t-1}} \right]$	0,0425	0,1655	- 1,1008	1,9548
$\log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right]$	0,0372	0,2148	- 1,7502	2,725

Distribusi untuk variabel dummy disajikan pada table 3, kenaikan revenue (DEC=0 sebesar 68,42%) lebih besar dibandingkan dengan penurunan revenue (DEC=1 sebesar 31,58%). Perusahaan sampel yang memilih *innovation strategy* sebanyak lebih sedikit (STRAT = 1 sebanyak 1,23%) dibandingkan dengan perusahaan yang memilih *cost efficiency strategy* (STRAT = 0 sebanyak 98,77%).

### 3

#### Distribusi Variabel Dummy

	DEC		STRAT	
	n	%	n	%
<b>1</b>	566	31,58	22	1,23
<b>0</b>	1226	68,42	1770	98,77

Untuk menguji apakah pengelompokan pemilihan strategi menggunakan hierarchial factor analysis sudah mencerminkan sifat strategi yang dipilih, maka dilakukan uji beda faktor penentu pilihan strategi (Tabel 4). Faktor tersebut adalah R&D intensity, Premium Orice Charge dan Assets Utilization Efficiency. Hasil uji beda menunjukkan R&D Intensity dan Premium Price Capability pada perusahaan yang memilih *innovation strategy* lebih besar dibandingkan pada perusahaan yang memilih *cost efficiency strategy*. Sedangkan *Assets utilization efficiency* pada perusahaan yang memilih *innovation strategy* lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan yang memilih *cost efficiency strategy*.



**Tabel 4**  
**Hasil Uji Beda Pilihan Strategi**

	Mean		Mean Diff.	t value	prob
	Innovation	Cost-Efficient			
<b>R&amp;D Intensity</b>	0,0225	0,0001	0,0244	6,694	0,000
<b>Assets Utilization Efficiency</b>	0,2941	0,7993	-0,2397	-1,770	0,091
<b>Premium Price Capability</b>	0,7161	0,9558	0,4993	3,017	0,007

Korelasi Pearson antar variable penelitian (table 5) menunjukkan sebagian besar nilai korelasi kurang dari 0,5 (kecuali korelasi  $DEC * \log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right]$  dengan  $\log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right]$  sebesar 0,6306) menunjukkan bahwa antar variable penelitian tidak ada permasalahan multikolinearitas.

**Tabel 5**  
**Korelasi Pearson**

	$\log \left[ \frac{SG\&A_{i,t}}{SG\&A_{i,t-1}} \right]$	$\log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right]$	$DEC * \log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right]$	$DEC * \log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right] * STRAT$
$\log \left[ \frac{SG\&A_{i,t}}{SG\&A_{i,t-1}} \right]$	1,0000 ----			
$\log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right]$	0,4317 (0,0000)	1,0000 ----		
$DEC * \log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right]$	0,2173 (0,0000)	0,6306 (0,0000)	1,0000 ----	
$DEC * \log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right] * STRAT$	0,0011 (0,9644)	0,0331 (0,1609)	0,0260 (0,2716)	1,0000 ----

Hasil regresi pada table 6 menggunakan common effect model dan telah mempertimbangkan permasalahan heteroskedastisitas dan autokorelasi. Hasil estimasi  $\beta_1$  sebesar 0,4060 (prob.=0,000) menunjukkan ketika revenue naik 1% maka SG&A akan ikut naik sebesar 0,40%. Hasil estimasi  $\beta_2$  sebesar -0,1093 (prob. = 0,0013) menunjukkan dukungan yang kuat dengan terhadap adanya perilaku *asymmetric cost behavior*. Penjumlahan antara  $\beta_1 + \beta_2 = 0,2967$  menunjukkan biaya SG&A hanya turun sebesar 0,29% ketika revenue turun 1%.

Hasil regresi menunjukkan kenaikan SG&A ketika revenue naik lebih kecil dibandingkan dengan penurunan SG&A ketika revenue turun. Hasil analisis ini mendukung hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Kenaikan biaya SG&A pada

kenaikan pendapatan penjualan lebih besar dibandingkan dengan penurunan biaya SG&A pada penurunan pendapatan penjualan.

**Tabel 6**  
**Hasil Regresi Perubahan SG&A dengan Perubahan Revenue**

Model (1) $\log \left[ \frac{SG\&A_{i,t}}{SG\&A_{i,t-1}} \right]$ $= \beta_0 + \beta_1 \log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right] + \beta_2 * DEC_{i,t}$ $* \log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right] + \varepsilon_{i,t}$				
	<b>Prediksi</b>	<b>Koefisien</b>	<b>t</b>	<b>prob</b>
$\beta_0$		0,0247	16,7528	0,000
$\beta_1$	+	0,4060	22,7980	0,000
$\beta_2$	-	-0,1093	-3,2262	0,0013
F-value	419,0790			
Prob (F)	0,0000			
Adjusted R <sup>2</sup>	0,3190			

Hasil regresi pada table 7 menggunakan common effect model dan telah mempertimbangkan permasalahan heteroskedastisitas dan autokorelasi. Hasil estimasi  $\delta_1$  sebesar 0,3704 (prob.=0,000) menunjukkan ketika revenue naik 1% maka SG&A akan ikut naik sebesar 0,37%. Hasil estimasi  $\beta_2$  sebesar -0,1058 (prob. = 0,0095) menunjukkan dukungan yang kuat dengan terhadap adanya *asymmetric cost behavior*. Penjumlahan antara  $\beta_1 + \beta_2 = 0,2626$  menunjukkan biaya SG&A hanya turun sebesar 0,26% ketika revenue turun 1%. Hal ini menunjukkan kenaikan SG&A ketika revenue naik lebih kecil dibandingkan dengan penurunan SG&A ketika revenue turun.

Nilai estimasi koefisien  $\delta_3$  sebesar -0,6426 (prob. = 0,1855) secara moderat menunjukkan ketika perusahaan memilih *innovation strategy* akan mempengaruhi perilaku manajemen dalam mengelola sumberdaya perusahaan sehingga akan berdampak pada munculnya *asymmetric cost behavior*. Perusahaan yang memilih *innovation strategy* akan memiliki *assets utilization efficiency* yang rendah sehingga ketergantungan perusahaan terhadap assets (assets intensity) menjadi tinggi. Perusahaan ini lebih cenderung akan memiliki tingkat *asymmetric cost behavior* yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang memilih *cost efficiency strategy*.

**Tabel 7**  
**Hasil Regresi Perubahan SG&A dengan Perubahan Revenue berdasarkan Pilihan Strategi**

<p>Model (2)</p> $\log \left[ \frac{SG\&A_{i,t}}{SG\&A_{i,t-1}} \right] = \delta_0 + \delta_1 \log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right] + \delta_2 * DEC_{i,t} * \log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right] + \delta_3 * DEC_{i,t} * \log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right] * STRA_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$				
	<b>Prediksi</b>	<b>Koefisien</b>	<b>t</b>	<b>prob</b>
$\delta_0$		0,0246	10,6274	0,0000
$\delta_1$	+	0,3704	18,5783	0,0000
$\delta_2$	-	-0,1058	-3,3178	0,0095
$\delta_3$	-	-0,6426	-1,3246	0,1855
F-value	5,0789			
Prob (F)	0,0000			
Adjusted R <sup>2</sup>	0,4608			

Pengaruh pilihan strategi terhadap hanya bersifat lemah, maka analisis lebih lanjut dilakukan untuk langsung melihat pengaruh *assets utilization efficiency* (AUE) terhadap *asymmetric cost behavior*. Diduga semakin tinggi *assets utilization efficiency* maka *asymmetric cost behavior* akan semakin berkurang.

Hasil regresi pada table 8 menggunakan common effect model dan telah mempertimbangkan permasalahan heteroskedastisitas dan autokorelasi. Hasil estimasi  $\gamma_1$  sebesar 0,4063 (prob.=0,000) menunjukkan ketika revenue naik 1% maka SG&A akan ikut naik sebesar 0,41%. Hasil estimasi  $\gamma_2$  sebesar -0,1811 (prob. = 0,0000) menunjukkan dukungan yang kuat dengan terhadap adanya *asymmetric cost behavior*. Penjumlahan antara  $\gamma_1 + \gamma_2 = 0,2252$  menunjukkan biaya SG&A hanya turun sebesar 0,22% ketika revenue turun 1%. Hal ini menunjukkan kenaikan SG&A ketika revenue naik lebih kecil dibandingkan dengan penurunan SG&A ketika revenue turun. Nilai estimasi koefisien  $\gamma_3$  sebesar 0,0713 (prob. = 0,0015) menunjukkan bahwa *asymmetric cost behavior* akan berkurang seiring dengan meningkatnya *assets utilization efficiency*.

**Tabel 8**  
**Hasil Regresi Perubahan SG&A dengan Perubahan Revenue berdasarkan *Assets utilization efficiency* (AUE)**

<p>Model (3)</p> $\log \left[ \frac{SG\&A_{i,t}}{SG\&A_{i,t-1}} \right] = \gamma_0 + \gamma_1 \log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right] + \gamma_2 * DEC_{i,t} * \log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right] + \gamma_3 * DEC_{i,t} * \log \left[ \frac{REV_{i,t}}{REV_{i,t-1}} \right] * AUE_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$				
	<b>Prediksi</b>	<b>Koefisien</b>	<b>t</b>	<b>prob</b>
$\gamma_0$		0,0249	16,8893	0,0000
$\gamma_1$	+	0,4063	22,6796	0,0000
$\gamma_2$	-	-0,1811	-4,3371	0,0000
$\gamma_3$	+	0,0713	3,1772	0,0015
F-value	281,5367			
Prob (F)	0,0000			
Adjusted R <sup>2</sup>	0,3208			

## 6. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat variasi *asymmetric cost behavior* berdasarkan pilihan strategi perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat fenomena *asymmetric cost behavior* pada biaya SG&A di perusahaan yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian ini juga menunjukkan secara moderat bahwa pilihan strategi perusahaan akan mempengaruhi adanya *asymmetric cost behavior*. Perusahaan yang memilih *innovation strategy* akan memiliki *asymmetric cost behavior* yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang memilih *cost efficiency strategy*.

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa *assets utilization efficiency* sebagai salah satu cerminan perilaku manajemen dari pilihan strategi perusahaan mempengaruhi *asymmetric cost behavior*, yaitu *asymmetric cost behavior* akan berkurang seiring dengan meningkatnya *assets utilization efficiency*.

Penelitian ini berkontribusi dengan mengembangkan penelitian mengenai faktor yang akan berpengaruh terhadap *asymmetric cost behavior* (Banker dan Byzalov, 2014). Berbeda dengan penelitian Banker dan Byzalov (2014) yang menggunakan perubahan laba antar periode sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku manajer, maka penelitian ini menggunakan pilihan strategi perusahaan sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku manajer yang akan berpengaruh terhadap *cost behavior*. Penelitian ini berhasil

membuktikan bahwa pilihan strategi perusahaan akan mempengaruhi perilaku manajemen dan berdampak pada munculnya fenomena *asymmetric cost behavior*.

Hasil penelitian ini memiliki keterbatasan diantaranya belum mempertimbangkan jenis industry sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi pilihan strategy dan *asymmetric cost behavior*. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan hal tersebut.

## Daftar Pustaka

- Anderson, M. A., R. D. Banker, and S. Janakiraman. (2003). Are selling, general, and administrative costs “sticky”? *Journal of Accounting Research* 41: 47-63.
- Armanto, B., Tiono, K. M., and Suthiono, H. (2014). The Stickiness of Selling, General and Administrative Costs in the Indonesian Companies, *International Research Journal of Business Studies*, 7 (1) 39-53.
- Balakrishnan, R., E. Labro, and N. Soderstrom. (2014). Cost structure and sticky costs. *Journal of Management Accounting Research* 26 (2).
- Banker, R. D & Byzalov, D. (2014). *Asymmetric cost behavior*, *Journal of Management Accounting Research*, 26(2), 43-79
- Cooper, R. & Kaplan, R. S. (1999). *The design of cost management systems : text and cases*. Prentice Hall.
- Dierynck, B., W. R. Landsman, and A. Renders. (2012). Do managerial incentives drive cost behavior? Evidence about the role of the zero earnings benchmark for labor cost behavior in Belgian private firms. *The Accounting Review* 87 (4): 1219-1246
- Enderwati, W. (2013). Apakah cost stickiness biaya penjualan, administrasi dan umum terjadi pada perusahaan manufaktur di Indonesia?. Tersedia di <http://repository.uksw.edu/handle/123456789/3696>
- Erlyna. (2013). Kelengketan biaya di Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Pemerintah Daerah. Tersedia di <http://repository.library.uksw.edu/handle/123456789/3711>
- Gani, L. & Jermias, J. (2006). Investigating the effect of board independence on performance across different strategies, *The International Journal of Accounting*, 41, 295-314
- Healy, P., Palepu, K. & Bernard, V. (2000). *Business analysis and valuation*. 2nd ed., Southwestern Publishing.
- Kama, I., and D. Weiss. (2013). Do earnings targets and managerial incentives affect sticky costs? *Journal of Accounting Research* 51 (1): 201-224.
- Kusu, A. A. (2012). Apakah kelengketan biaya terjadi pada perusahaan manufaktur di Indonesia?. Tersedia di <http://repository.uksw.edu/handle/123456789/1148>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage*. New York: Free Press.
- Rahmadi, W. A. (2012). Apakah biaya operasional pada badan usaha milik Negara (BUMN) sticky?. Tersedia di <http://repository.uksw.edu/handle/123456789/738>