

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Agency Theory*

Izzaty *et al* (2010) menyatakan bahwa *agency theory* (teori agensi) merupakan hubungan atau kontrak antara *principal* dan *agent*. *Principal* adalah pemegang saham atau investor sedangkan *agent* adalah manajemen yang mengelola suatu perusahaan atau manajer. *Agency theory* menggambarkan hubungan antara pemegang saham (*principal*) dan manajemen (*agent*). Pemegang saham mempekerjakan dan memberikan wewenang kepada manajemen untuk mengambil keputusan terbaik yang bertujuan untuk kepentingan pemegang saham. Zulfajrin *et al* (2022). Kurangnya transparansi dari pihak *agent* kepada *principal* tentang kondisi perusahaan akan menyebabkan timbulnya konflik keagenan. Eldomiaty *et al* (2019). Kepentingan pemegang saham yang menginginkan nilai perusahaan yang maksimal sedangkan rencana atau kontrak insentif yang memotivasi manajer untuk berperilaku sesuai dengan kepentingan pemegang saham. Akan tetapi kenyataannya manajer cenderung mengejar keuntungan pribadi dengan memaksimalkan insentif daripada kontribusi penuh pada nilai kompetensi perusahaan. Konflik keagenan juga dapat muncul karena adanya perbedaan kepentingan antara investor dan manajemen. Tumiwa & Mamuaya (2018).

Konflik keagenan antara *principal* dan *agent* yang terjadi dapat memunculkan biaya keagenan (*agency cost*). Sintyawati & Dewi (2018). Nugraha (2015) menjelaskan bahwa *sticky cost behavior* sebagai hasil dari pemilihan keputusan oleh manajemen. Banker (2008) mengatakan bahwa optimisme manajer berpengaruh terhadap *sticky cost behavior*, Selanjutnya Zhang (2013) dalam penelitiannya menemukan bahwa posisi strategi dari perusahaan berpengaruh terhadap *sticky cost behavior*. Perusahaan menunjukkan *sticky cost behavior* penjualan, umum dan administrasi (SG&A) karena manajer sengaja mengatur sumber daya dalam menanggapi perubahan volume penjualan.

Peningkatan penerimaan biasanya mengakibatkan kenaikan biaya. Namun, ketika pendapatan menurun, manajer mungkin ragu-ragu untuk mengurangi aset, jumlah karyawan atau biaya lainnya. Di sisi lain *sticky cost* terjadi apabila manajer memutuskan untuk menyimpan sumber daya yang tidak terpakai dibandingkan membayar biaya untuk menyesuaikan sumber daya saat penjualan menurun. Keputusan manajer untuk menyimpan sumber daya yang tidak terpakai ini akan mengakibatkan munculnya *agency cost*. Anderson *et al* (2003).

Biaya keagenan dapat dikurangi melalui adanya pengawasan internal dan eksternal. Cheung *et al* (2018). Pengawasan internal dapat diawasi oleh *institutional investor*. Kepemilikan oleh *institutional investor* relatif besar sehingga kinerja manajer akan terawasi secara optimal dan meminimalisir adanya tindakan oportunistik dari pihak manajemen. Tumiwa & Mamuaya (2018). Sedangkan pengawasan eksternal dapat dilakukan dengan memperhatikan intensitas kompetisi di pasar (*competition intensity*). Perusahaan yang memiliki daya saing baik akan bertahan dalam pasar yang kompetitif sehingga akan menyebabkan pemberian intensif kepada *agent* menjadi lebih baik. Nani & Vinahapsari (2020).

2.2 Variabel Y (*Sticky Cost Behavior*)

Sticky cost behavior merupakan perilaku biaya asimetris atau tidak proposional saat aktivitas penjualan mengalami peningkatan atau penurunan. Anderson *et al* (2003). Literasi akuntansi menyebutkan bahwa biaya dikasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap merupakan biaya yang tidak mengikuti tingkat perubahan aktivitas dalam entitas sedangkan biaya variabel merupakan biaya yang perubahannya proposional mengikuti tingkat perubahan dalam entitas. Vonna & Daud (2016). Perubahan biaya yang tidak proposional tersebut merupakan perilaku biaya yang dimana besarnya perubahan biaya tergantung pada perubahan aktivitas. Perubahan biaya pada aktivitas meningkat dan menurun secara tidak proposional disebabkan oleh ketidakseimbangan respon biaya terhadap perubahan aktivitas yang terjadi. Ketidakseimbangan respon biaya terhadap perubahan biaya disebut *Sticky Cost Behavior*. *Sticky cost* terjadi pada biaya *Sales, General & Administrative* (SG&A) dimana naiknya biaya tersebut saat penjualan lebih tinggi

dibandingkan turunnya biaya saat penjualan turun. Anderson *et al* (2003). Ghaemi dan Nematollahi (2012) pada saat terjadinya peningkatan pendapatan penjualan, biaya meningkat lebih cepat dibandingkan pada saat terjadinya penurunan pendapatan penjualan merupakan *sticky cost behavior*. Sebagai contoh bahwa saat pendapatan penjualan meningkat 10%, biaya meningkat 9%. Akan tetapi pada saat pendapatan penjualan menurun 10%, biaya hanya menurun 8%.

Terdapat dua alasan utama yang menyebabkan terjadinya *sticky cost behavior*. Pertama yaitu pertimbangan manajer dalam mengambil keputusan mengenai sumber daya perusahaan (*personal considerations by self-interested managers*) dan kedua yaitu biaya yang tidak mampu disesuaikan ketika terjadi penurunan penjualan (*adjustment cost*). Kartikasari *et al* (2018). Keputusan yang muncul karena sengaja dengan penundaan penyesuaian oleh pihak manajer menyebabkan munculnya *sticky cost behavior*. Prediksi manajer mengenai penjualan yang akan meningkat di masa yang akan datang akan menyebabkan perusahaan melakukan penyesuaian terhadap biaya baik ketika mengalami penurunan ataupun menaikkan serta pengambilam keputusan bertujuan untuk mempertahankan setiap sumber daya yang tidak digunakan. Maka hal tersebut dapat memicu timbulnya indikasi perilaku *sticky cost behavior* yang dikarenakan adanya biaya tetap yang menyebabkan susahny perubahan pada total biaya di dalam perusahaan.

Sticky cost behavior merujuk pada fenomena dimana biaya dalam suatu organisasi cenderung bergerak atau berubah lebih lambat daripada perubahan pendapatan atau aktivitas bisnis. Beberapa faktor yang mempengaruhi *sticky cost behavior* telah dikemukakan oleh beberapa ahli :

1. Kataras (2003) menekankan pentingnya struktur biaya dan berbagai tingkat elastisitas biaya dalam organisasi. Biaya yang tingkat elastisitasnya rendah akan lebih cenderung lengket daripada biaya dengan tingkat elastisitas yang tinggi.

2. Adeloppo dan Soltani (2015) mengemukakan bahwa faktor-faktor organisasi seperti ukuran perusahaan, tingkat kompleksitas dan kepemilikan saham juga dapat mempengaruhi *sticky cost behavior*. Perusahaan besar dengan banyak hirarki pengambil keputusan dan kepemilikan saham yang terdiversifikasi cenderung memiliki biaya yang lebih lengket.

2.3 Variabel X

2.3.1 Variabel X1 (*Institutional Investor*)

Institutional investor merupakan institusi seperti perusahaan pada bidang asuransi, perbankan, investasi dan yayasan yang memiliki saham di perusahaan lain. Azizah (2019). *Institutional investor* merupakan entitas atau lembaga keuangan yang melakukan investasi dalam jumlah besar di pasar keuangan. Berdasarkan teori agensi, konflik keagenan yang terjadi antara *principal* dan *agent* dapat berkurang melalui mekanisme pengawasan. Hidayat *et al* (2020). Konflik keagenan tersebut memberikan kesempatan bagi manajemen untuk melakukan tindakan oportunistik sehingga menunda potongan biaya ketika penjualan menurun yang menyebabkan adanya *sticky cost behavior*. Anderson *et al* (2003). Institutional investor tersebut dianggap lebih efektif dalam mengawasi tindakan yang dilakukan manajemen tersebut. Yohendra & Susanty (2019).

Chandra (2008) mendefinisikan *institutional investor* merupakan investor yang dana investasinya dikelola oleh manajer profesional dan dimana dana tersebut ditempatkan dalam instrumen keuangan yang diperdagangkan di pasar modal. Ehrhardt dan Brigham (2008) menyatakan *institutional investor* yaitu organisasi yang memiliki dan mengelola dana yang diinvestasikan dalam portofolio investasi yang mencakup saham, obligasi dan aset keuangan lainnya.

Menurut Novian (2016) *institutional investor* memiliki beberapa kelebihan, diantaranya :

1. *Institutional investor* memiliki sumber daya yang lebih untuk mendapatkan informasi.
2. *Institutional investor* memiliki profesionalisme dalam menganalisis informasi sehingga dapat menguji tingkat keandalan informasi.
3. *Institutional investor* secara umum memiliki relasi bisnis yang kuat dengan manajemen.
4. *Institutional investor* memiliki motivasi yang kuat untuk melakukan pengawasan lebih ketat atas aktivitas yang terjadi di dalam perusahaan.

2.3.2 Variabel X2 (*Competition Intensity*)

Competition intensity merupakan tingkat persaingan usaha yang dihadapi oleh perusahaan. Wibowo (2019). Persaingan merupakan bagian dari lingkungan bisnis eksternal yang terdiri dari banyak perusahaan yang mencoba untuk menarik pelanggan di pasar yang sama. Sabil (2011) persaingan merupakan keadaan ketika organisasi berkompetisi untuk mencapai hasil yang diinginkan seperti pelanggan, pangsa pasar dan sumber daya yang dibutuhkan.

Porter (2002) mengatakan bahwa dalam strategi kompetitif, perlombaan pada suatu perusahaan harus terpusat pada *competition intensity* di dalam perusahaan. Dimana tingkat *competition intensity* ditentukan oleh kekuatan persaingan. Anggraeni (2014).

Nuraisiah (2018) menyatakan lima sumber kompetisi :

1. Kompetisi untuk bahan baku, komponen dan peralatan
2. Kompetisi untuk tenaga teknis seperti akuntan dan programmer
3. Persaingan dalam promosi, penjualan, iklan dan distribusi
4. Persaingan dalam kualitas
5. Kompetisi harga

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa persaingan meningkat seiring dengan pesatnya perubahan lingkungan bisnis saat ini.

Competition intensity yang semakin tinggi, strategi yang baik sangat diperlukan untuk tujuan utama perusahaan. Dalam hal ini perusahaan memerlukan strategi terutama dalam bidang kualitas. Hummel *et al* (1998) mengatakan bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat terus menerus. Meningkatkan *competition intensity* menyebabkan manajemen senior dari suatu perusahaan mendelegasikan wewenang kepada manajer divisi untuk menangani urusan perusahaan sehari-hari. Hoque (2011). Dimana delegasi tersebut untuk memperlancar kegiatan manajemen perusahaan. Draft (2002).

2.4 Penelitian Terdahulu

Kajian pustaka penelitian terdahulu ini berfungsi untuk mengetahui hubungan suatu penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dengan yang akan dilakukan. Berikut merupakan tabel penelitian terlebih dahulu yang dianggap relevan dan dijadikan rujukan dalam penelitian ini :

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

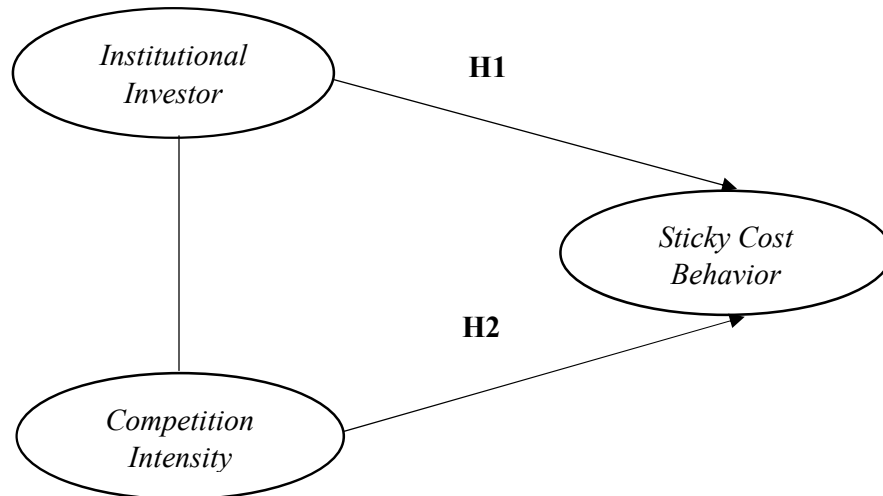
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Arliyansyah & Izzalqurny (2023)	Pengaruh <i>Institutional Investor</i> dan <i>Competition Intensity</i> terhadap <i>Sticky Cost Behavior</i> dengan Variabel Kontrol <i>Asset Intensity</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>institutional investor</i> dan <i>competition intensity</i> tidak berpengaruh terhadap <i>sticky cost behavior</i> karena rendahnya kepemilikan institusi pada perusahaan pariwisata, restoran dan hotel pada tahun 2018-2021.

2	Azmi & Januryanti (2021)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Sticky Cost</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel penelitian dalam hipotesis yaitu penjualan, ukuran perusahaan dan intensitas aset berpengaruh terhadap <i>sticky cost</i> . Hal ini menunjukkan semakin tinggi aset yang ada ketika volume penjualan meningkat maka akan mudah saja bagi perusahaan untuk memproduksi barang dalam jumlah besar.
3	Samosir (2022)	Pengaruh <i>Corporate Governance</i> Terhadap <i>Cost Stickiness</i> Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2001	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>corporate governance</i> berpengaruh terhadap <i>cost stickiness</i> . Ketika nilai <i>corporate governance</i> dalam perusahaan tinggi maka perbandingan total <i>operating cost</i> akan mengalami penurunan, semakin rendah tingkat <i>cost stickiness</i> dalam suatu perusahaan.

4	Evelyn (2019)	Pengaruh Perubahan Penjualan, <i>Asset Intensity</i> , <i>Profitability</i> , <i>Size dan Leverage</i> Terhadap <i>Cost Stickiness</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>asset intensity</i> berpengaruh positif terhadap <i>cost stickiness</i> , <i>profitability</i> dan <i>size</i> tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>cost stickiness</i> serta <i>leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap <i>cost stickiness</i> .
5	Safitri & Kristianti (2022)	Analisis perilaku <i>sticky cost</i> biaya produksi perusahaan BUMN sektor manufaktur periode 2014-2020	Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi pada perusahaan-perusahaan BUMN khususnya sektor manufaktur periode 2014-2020 bersifat <i>sticky</i> dikarenakan kenaikan volume aktivitas perusahaan yang ada diikuti dengan kenaikan biaya produksi dan ketika terjadi penurunan volume aktivitas biaya produksinya tidak mengalami penurunan.

2.5 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan dan menguji ada tidaknya hubungan antara variabel dependen yaitu *sticky cost behavior*, variabel independen yaitu *institutional investor* dan *competition intensity*. Adapun hasil uraian tersebut maka peneliti membuat kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Penelitian

2.6 Bangunan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari sebuah penelitian. Berdasarkan latar belakang, permasalahan dan kerangka kerja penelitian maka diambil hipotesis bahwa :

2.6.1 Pengaruh *Institutional Investor* terhadap *Sticky Cost Behavior*

Berdasarkan teori agensi bahwa konflik keagenan antara *principal* dan *agent* dapat berkurang melalui mekanisme pengawasan. Munculnya *sticky cost behavior* akibat dari konflik keagenan dapat diminimalisir dengan memperkuat pengawasan internal yaitu *institutional investor*. Chang et al (2016). Hidayat et al (2020). Konflik keagenan memberikan kesempatan bagi manajemen untuk melakukan

tindakan oportunistik sehingga menunda pemotongan biaya ketika penjualan menurun yang menyebabkan *sticky cost behavior*. Pengawasan *Institutional investor* lebih kuat dibandingkan pemegang saham lainnya karena dana yang ditanamkan dalam pasar modal cukup besar. Presetyo dan Hadiprajitno (2019). Dimana pengawasan yang dilakukan oleh institusi didorong dengan banyaknya dana yang ditanamkan dalam suatu perusahaan. Tumiwa dan Mamuaya (2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Kim *et al* (2022). Chung *et al* (2019). Tsui dan Yang (2017) menemukan bahwa *institutional investor* memiliki pengaruh negatif terhadap *sticky cost behavior* karena semakin besar pengawasan yang dilakukan *institutional investor* maka akan mencegah tindakan oportunistik manajemen yang menyebabkan manajemen lebih tanggap dalam melakukan penyesuaian biaya S&A ketika penjualan menurun sehingga *sticky cost behavior* akan semakin rendah. Maka hipotesis penelitian :

H1 : *Institutional Investor* berpengaruh terhadap *Sticky Cost Behavior*

2.6.2 Pengaruh *Competition Intensity* terhadap *Sticky Cost Behavior*

Competition intensity menjadi salah satu mekanisme pengawasan eksternal perusahaan. Cheung *et al* (2018). Intensitas kompetisi yang tinggi akan menghasilkan lebih banyak informasi bagi pemegang saham, dewan direksi dan auditor untuk menganalisis efisiensi operasi perusahaan. Zhang (2016). Dengan demikian, informasi yang tidak simetris antara investor dan manajer dapat diminimalisir. Daya saing yang kuat dalam persaingan ketat juga akan mendorong pemberian insentif kepada manaje semakin tinggi. Prawibowo dan Juliarto (2014).

Penelitian yang dilakukan oleh Bellas *et al* (2020) dan Zhang (2016) menemukan bahwa *competition intensity* memiliki pengaruh negatif terhadap sticky cost. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Krisnadewi dan Soewarno (2020), Cheung *et al* (2018), Li dan Zheng (2017) yang menemukan bahwa *competition intensity* memiliki pengaruh positif terhadap *sticky cost*. Dalam persaingan yang tinggi, manajer mengambil keputusan untuk berinovasi dan menunda potongan biaya SG&A sehingga mengakibatkan biaya SG&A menjadi lebih tinggi.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat diprediksi bahwa *competition intensity* berpengaruh negatif terhadap *sticky cost behavior* karena semakin ketat persaingan akan mencegah tindakan oportunistik manajemen yang menyebabkan manajemen akan mendorong biaya yang tidak digunakan lebih tanggap sehingga *sticky cost behavior* akan semakin rendah. Maka hipotesis penelitian :

H2 : *Competition Intensity* berpengaruh terhadap *Sticky Cost Behavior*