

Analisis perilaku *sticky cost* biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum

Ihza Mahendra^{1✉}, Yana Ulfah²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada indikasi perilaku *sticky cost* biaya penjualan, biaya administrasi dan umum terhadap aktivitas penjualan. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang dikumpulkan dari Bursa Efek Indonesia. Data penelitian ini menggunakan laporan keuangan perusahaan manufaktur pada periode 2017-2021. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling dan penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 data laporan keuangan pada perusahaan manufaktur. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji kelayakan model, serta koefisien determinasi dan pengolahan data dibantu SPSS 26. Hasil dalam penelitian ini menemukan bahwa terjadinya perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan. Ketika penjualan bersih meningkat sebesar 1 persen maka biaya penjualan meningkat 0.147 persen. Sementara pada saat menurun sebesar 1 persen, biaya penjualan hanya menurun sebesar 0,097 persen. Dalam Biaya administrasi dan umum ditemukan adanya perilaku *sticky cost*, biaya administrasi dan umum perubahannya tidak mengikuti penjualan bersihnya pada periode 2017-2021.

Kata kunci: Sticky cost; biaya penjualan; biaya administrasi dan umum; penjualan bersih; aktivitas penjualan

Behavioral analysis of sticky costs, sales costs, and administrative and general expenses

Abstract

The purpose of this research is to find out whether there are indications of sticky cost behavior in selling, general administration costs and sales activities. This study uses secondary data collected from the Indonesian Stock Exchange. This research data uses the financial reports of manufacturing companies in the 2017-2021 period. The sampling method in this study was purposive sampling and this study used a sample of 100 financial report data on manufacturing companies. The statistical analysis used in this study was the classical assumption test, multiple linear regression analysis, model feasibility test, and the coefficient of determination and data processing assisted by SPSS 26. The results in this study found that sticky cost behavior occurred in selling costs. When net sales increase by 1 percent, the cost of sales increases by 0.147 percent. Meanwhile, when it decreased by 1 percent, selling costs only decreased by 0.097 percent. In administrative and general costs, it was found that there was sticky cost behavior, administrative costs and general changes did not follow net sales in the 2017-2021 period.

Key words: Sticky cost; selling; general and administrative costs, net sales, sales activities

PENDAHULUAN

Aktivitas yang ada di dalam perusahaan yang berskala besar akan turut pula meningkatkan kegiatan bisnis yang dijalankan perusahaan tersebut. Peningkatan aktivitas operasional bisnis akan mengakibatkan bertambahnya pengeluaran biaya dan peningkatan sumber daya yang dibutuhkan untuk kegiatan operasional. Perusahaan memerlukan pengelolaan dalam mengatur kebutuhan yang digunakan agar dapat efektif dan efisien. Perusahaan perlu mengetahui bagaimana perilaku biaya yang terjadi dalam aktivitas bisnisnya (Kartikasari et al., 2018).

Perseroan yang terindikasi mengalami perilaku sticky cost bisa jadi akan mengalami penurunan pendapatan yang signifikan sebagai akibat dari tingginya biaya meskipun aktivitas perusahaan sedang mengalami penurunan. Semakin tinggi tingkat sticky cost akan menyebabkan pula tingginya peningkatan aktivitas perusahaan agar memperoleh laba. Volume penjualan yang tinggi akan memerlukan penambahan biaya, seperti pada biaya penjualan dan biaya administrasi yang merupakan biaya terbesar dalam volume aktivitas penjualan.

Perusahaan melakukan berbagai aktivitas dalam menjaga keberlangsungan usahanya. Salah satu aktivitas yang dapat dilakukan perusahaan adalah aktivitas penjualan. Manajer harus merencanakan volume aktivitas untuk dapat memulai jalannya operasional perusahaan. Volume aktivitas yang direncanakan secara tepat akan mengefisienkan biaya. Manajer cenderung untuk meningkatkan biaya dalam mengambil keputusan untuk menaikkan volume penjualan. Saat manajer memutuskan untuk menurunkan volume penjualan maka manajer cenderung akan menunggu kepastian permintaan di masa yang akan datang. Volume penjualan yang tidak dapat langsung terobservasi diproksi dengan penjualan bersih (net sales).

Saat permintaan tidak sesuai dengan harapan maka manajer cenderung untuk menurunkan jumlah sumber daya pendukung aktivitas tersebut. Penurunan sumber daya ini tidak langsung juga diikuti oleh penurunan biaya karena penyesuaian sumber daya menimbulkan biaya bagi perusahaan. Penyesuaian sumber daya seperti tenaga kerja dan aset menimbulkan biaya pesangon dan biaya promosi ketika manajer memutuskan untuk melakukan pemutusan hubungan kerja dan menjual aset-aset yang dimiliki perusahaan. Pada waktu permintaan masih sesuai dengan yang diharapkan maka manajer cenderung mempertahankan sumber daya yang dimilikinya sehingga menimbulkan biaya yang sering disebut biaya menganggur. Biaya menganggur ini dapat menjadi sticky atau kaku yang mengakibatkan penurunan pada pendapatan laba.

METODE

Perilaku Sticky Cost pada Biaya Penjualan

Perubahan biaya berhubungan dengan perubahan volume sumber daya yang dipengaruhi oleh permintaan yang fluktuatif, sehingga hal ini memengaruhi pertimbangan manajer untuk mengambil keputusan di masa yang akan datang. Manajer cenderung tidak akan mengurangi sumber daya ketika perekonomian belum tumbuh sesuai prediksi sehingga perilaku sticky cost lebih tinggi (Anderson et al., 2003). Pada kondisi dimana komponen terbesar dalam biaya penjualan, administrasi dan umum adalah fixed cost, maka biaya tidak akan mudah mengikuti pergerakan penjualan.

Dapat pula disimpulkan bahwa kenaikan biaya penjualan ketika penjualan naik, lebih besar dibandingkan dengan penurunannya pada volume yang sama. Biaya tidak berubah secara proporsional dengan perubahan aktivitas saat sticky cost terjadi karena ketidakseimbangan penyesuaian sumber daya. Manajer dengan sengaja membuat keputusan untuk menunda penyesuaian sumber daya ketika aktivitas menurun dibanding penyesuaian sumber daya ketika aktivitas meningkat. Biaya terjadi karena manajer tetap memakai sumber daya yang tak terpakai, daripada melakukan penyesuaian ketika volume aktivitas menurun.

Komponen pembentuk biaya penjualan antara lain biaya gaji karyawan kantor, biaya penyusutan gedung kantor dan pemeliharaan aset kantor. Penghentian karyawan kantor ketika penjualan menurun pada perusahaan akan berakibat kekurangan tenaga kerja ketika penjualan meningkat, sehingga membuat cost penggantian tenaga kerja atau biaya gaji karyawan kantor naik. Dalam hal ini, perilaku sticky cost akan menjadi lebih tinggi. Perilaku sticky cost juga terjadi ketika penjualan meningkat, sehingga biaya pemeliharaan aset juga ikut meningkat seiring peningkatan kapasitas penggunaan. Tetapi ketika penjualan menurun, maka perusahaan pun mengeluarkan biaya pemeliharaan aset untuk

mempertahankan aset jika sewaktu-waktu penjualan meningkat dan tidak mungkin dilakukan penghentian aset begitu saja. Contohnya peralatan mesin kantor seperti komputer, mesin fotokopi dan mesin-mesin kantor yang digunakan dalam aktivitas penjualan perusahaan. Banyak penelitian terdahulu yang menggunakan penjualan bersih sebagai proksi dari volume penjualan, karena volume penjualan tidak dapat diobservasi secara langsung. Perilaku biaya dapat dipelajari dengan menghubungkan aktivitas perusahaan dan biaya.

Dalam hal ini, perilaku biaya pada biaya penjualan dihubungkan dengan volume penjualan karena volume penjualan mempengaruhi beberapa komponen biaya penjualan. Biaya penjualan memiliki komponen tetap dan komponen variabel maka biaya ini memiliki sifat semi variabel. Biaya penjualan menjadi sticky ketika besarnya biaya penjualan meningkat lebih tinggi pada saat volume penjualan naik, namun tidak sebaliknya ketika volume penjualan menurun tidak diikuti dengan penurunan yang tinggi pada biaya penjualan.

Perilaku Sticky Cost pada Biaya Administrasi dan Umum

Perubahan biaya berhubungan dengan perubahan volume sumber daya yang dipengaruhi oleh permintaan yang fluktuatif, sehingga hal ini memengaruhi pertimbangan manajer untuk mengambil keputusan di masa yang akan datang. Manajer cenderung tidak akan mengurangi sumber daya ketika perekonomian belum tumbuh sesuai prediksi sehingga perilaku sticky cost lebih tinggi (Anderson et al., 2003). Pada kondisi dimana komponen terbesar dalam biaya penjualan, administrasi dan umum adalah fixed cost, maka biaya tidak akan mudah mengikuti pergerakan penjualan.

Biaya administrasi dan umum diklasifikasikan sebagai bagian dari biaya operasional. Biaya administrasi dan umum digunakan dalam upaya koordinasi antara kegiatan produksi dengan pemasaran produk, sehingga biaya tersebut berhubungan dengan aktivitas penjualan.

Kenaikan biaya administrasi dan umum ketika penjualan naik, lebih besar dibandingkan dengan penurunannya pada volume yang sama. Biaya tidak berubah secara proporsional dengan perubahan aktivitas saat sticky cost terjadi karena ketidakseimbangan penyesuaian sumber daya. Manajer dengan sengaja membuat keputusan untuk menunda penyesuaian sumber daya ketika aktivitas menurun dibanding penyesuaian sumber daya ketika aktivitas meningkat. Biaya terjadi karena manajer tetap memakai sumber daya yang tak terpakai, daripada melakukan penyesuaian ketika volume aktivitas menurun.

Penelitian oleh Anderson et al (2003) menemukan bahwa jika pada biaya penjualan, serta biaya administrasi dan umum terindikasi sticky cost. Penelitian Ratnawati & Nugrahanti (2015) juga menyatakan jika biaya penjualan, administrasi dan umum juga terindikasi adanya sticky cost. Penelitian tersebut menyatakan bahwa jika penjualan naik sebesar 1 persen maka biaya penjualan, administrasi dan umum akan naik sebesar 0,117 persen, dibandingkan saat penjualan turun sebesar 1 persen maka biaya penjualan, administrasi dan umum akan turun sebesar 0,049 persen.

Penelitian ini menggunakan model perhitungan yang telah dikembangkan oleh Anderson et al. (2003), dan digunakan dalam penelitian Wahyuningtyas & Nugrahanti (2014), Kartikasari et al., (2018), dan Purnamasari & Umiyati (2019) untuk menemukan indikasi sticky cost pada biaya penjualan, administrasi dan umum. Interaksi antara variabel decreased dummy (DECRDUM) mengambil nilai 1 jika pendapatan penjualan menurun antara periode t-1 dan t, dan nilai 0 jika pendapatan penjualan meningkat antara periode t-1 dan t.

Persamaan 1:

$$\log\left[\frac{P_{i,t}}{P_{i,t-1}}\right] = \beta_0 + \beta_1 \log\left[\frac{Sales_{i,t}}{Sales_{i,t-1}}\right] + \beta_2 * DECRDUM_{i,t} * \log\left[\frac{Sales_{i,t}}{Sales_{i,t-1}}\right]$$

Keterangan:

$P_{i,t}$ = Biaya penjualan, i pada periode t.

$Sales_{i,t}$ = Penjualan bersih perusahaan i pada periode t.

$DECRDUM_{i,t}$ = Variabel dummy periode penjualan yang bernilai 1 jika penjualan turun dan bernilai 0 jika penjualan naik.

Jika biaya penjualan adalah sticky, variasi biaya penjualan dengan penjualan bersih (Sales) bertambah harus lebih besar daripada ketika penjualan bersih menurun. Koefisien β_1 mengukur persentase kenaikan biaya penjualan akibat kenaikan penjualan bersih sebesar 1 persen. Sedangkan penjumlahan koefisien $\beta_1 + \beta_2$ mengukur persentase penurunan biaya penjualan akibat penurunan penjualan bersih sebesar 1 persen.

$$\log\left[\frac{A\&Ui,t}{A\&Ui,t-1}\right] = \beta_0 + \beta_1 \log\left[\frac{Salesi,t}{Salesi,t-1}\right] + \beta_2 * DEC RDUMi,t * \log\left[\frac{Salesi,t}{Salesi,t-1}\right] \dots\dots\dots$$

Keterangan:

$A\&Ui,t$ = Biaya Administrasi dan umum perusahaan i pada periode t.

$Salesi,t$ = Penjualan bersih perusahaan i pada periode t.

$DEC RDUMi,t$ = Variabel dummy periode penjualan yang bernilai 1 jika penjualan turun dan bernilai 0 jika penjualan naik.

Jika biaya administrasi dan umum adalah sticky, variasi biaya administrasi dan umum dengan penjualan bersih (Sales) bertambah harus lebih besar daripada ketika penjualan bersih menurun. Koefisien β_1 mengukur persentase kenaikan biaya administrasi dan umum akibat kenaikan penjualan bersih sebesar 1 persen, dan penjumlahan koefisien $\beta_1 + \beta_2$ mengukur persentase penurunan biaya administrasi dan umum akibat penurunan penjualan bersih sebesar 1 persen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.
Penyaringan Sampel

Keterangan	Jumlah objek sampel selama periode pengamatan 2018-2021
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	135
Perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan laporan keuangan selama periode 2018-2021 secara terus-menerus.	(35)
Sampel emiten	100
Jumlah sampel	400
Outlier hipotesis 1	136
Outlier hipotesis 2	81
Total sampel data hipotesis 1	264
Total sampel hipotesis 2	319

Tabel 2.
Statistik deskriptif

Dalam Jutaan	Rata-rata (Rp)	Jumlah Sampel yang Mengalami Kenaikan	Jumlah Sampel yang Mengalami Penurunan
Perubahan biaya penjualan tahun 2017-2018	32,863	63	37
Perubahan biaya penjualan tahun 2018-2019	26,968	64	36
Perubahan biaya penjualan tahun 2019-2020	(21,206)	36	64
Perubahan biaya penjualan tahun 2020-2021	78,132	69	24
Perubahan biaya administrasi dan umum tahun 2017-2018	55,314	69	31
Perubahan biaya administrasi dan umum tahun 2018-2019	(69,481)	70	30
Perubahan biaya administrasi dan umum tahun 2019-2020	(9,040)	43	57
Perubahan biaya administrasi dan umum tahun 2020-2021	96,825	44	56
Perubahan aktivitas penjualan dari tahun 2017-2018	1,450,420	92	8
Perubahan aktivitas penjualan dari tahun 2018-2019	(1,557,684)	54	46

Perubahan aktivitas penjualan dari tahun 2019-2020	(881,638)	27	73
Perubahan aktivitas penjualan dari tahun 2020-2021	3,228,515	76	24

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa Tren nilai rata-rata aktivitas penjualan mengalami nilai fluktuatif. Rata-rata perubahan aktivitas penjualan periode 2019-2020 mengalami penurunan 73 persen dari total sampel dengan nilai rata-rata minus sebesar Rp881,638 sedangkan biaya penjualan selama periode 2017-2019 mengalami perubahan yang dinamis. Sementara itu perubahan biaya administrasi dan umum mengalami penurunan pada periode 2019-2021 sebanyak 43 pada periode 2019-2020 dan 44 pada periode 2020-2021. Untuk aktivitas penjualan pada periode 2018-2019 walaupun mengalami kenaikan 54 persen akan tetapi rata-rata perubahannya mengalami minus sebesar Rp1,557,684. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti perubahan volume produksi dan harga jual komoditas serta terjadinya wabah covid-19.

Pengujian hipotesis 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.006	.006	1.163	.246
	xoutlier	.422	.081	.465	.000
	B2	-.136	.165	-.074	.409

a. Dependent Variable: Biaya Penjualan

Gambar 1.
Hasil Uji Regresi Biaya Penjualan

Berdasarkan hasil tabel 3 dapat diketahi bahwa koefisien regresi $\beta_1 > 0$ yaitu sebesar 0.422 sedangkan $\beta_2 < 0$ yaitu sebesar -0.136. Koefisien β_1 mengukur persentase kenaikan biaya penjualan terhadap kenaikan penjualan bersih. Hasil ini menunjukkan bahwa ketika penjualan bersih meningkat sebesar 1 persen, maka biaya penjualan akan meningkat sebesar 0,422 persen. Sementara ketika biaya penjualan bersih menurun sebesar 1 persen, maka biaya penjualan menurun sebesar 0,286 persen ($\beta_1 + \beta_2$). Dengan demikian hasil yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hipotesis 1 didukung dengan ditemukannya adanya indikasi perilaku sticky cost pada biaya penjualan terhadap aktivitas penjualan periode 2018-2021.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terjadi adanya indikasi perilaku sticky cost pada biaya penjualan. Besaran kenaikan biaya penjualan pada saat saat penjuln bersih meningkat lebih tinggi dibandingkan besaran biaya penjualan mengalami penurunan saat penjualan bersih mengalami penurunan. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan Ratnawati & Nugrahanti, (2015) dan Purnamasari & Umiyati (2019) yang mengatakan bahwa adanya indikasi perilaku sticky cost pada biaya penjualan.

Banyaknya biaya-biaya yang sulit untuk disesuaikan membuat biaya penjualan menjadi sticky. Contohnya, Biaya gaji karyawan bagian penjualan yang mempunyai karakteristik sulit untuk di disesuaikan walaupun terjadi penurunan aktivitas penjualan. Penghentian karyawan bagian penjualan akan berakibat kekurangan tenaga kerja ketika penjualan mengalami peningkatan. Hal ini membuat biaya yang perlukan untuk merekrut karyawan baru lebih tinggi sehingga menjadikan perilaku sticky cost lebih tinggi.

Penelitian yang telah dilakukan sudah sejalan dengan cost adjustment delay theory. Ketika manajer yang memprediksi bahwa volume penjualan akan mengalami peningkata di masa yang akan dating dapat mendorong manajer untuk tetap mempertahankan sumber daya yang tidak digunakan dari pada melakukan penyesuain biaya ketika penjualan mengalami penurunan.

Pengujian Hipotesis 2

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.011	.005	2.467	.014
	xoutlier	.089	.063	.132	.157
	B2	.189	.119	.148	.113

a. Dependent Variable: Biaya Adm dan Umum

Gambar 2.

Hasil Uji regresi Biaya Administrasi dan Umum

Berdasarkan hasil table 4 dapat diketahui bahwa koefisien regresi $\beta_1 > 0$ yaitu sebesar 0,089 sedangkan $\beta_2 > 0$ sebesar 0.189. Koefisien β_1 mengukur persentase kenaikan biaya penjualan terhadap kenaikan penjualan bersih. Hasil ini menunjukkan bahwa ketika penjualan bersih meningkat sebesar 1 persen, maka biaya penjualan akan meningkat sebesar 0,089 persen. Sementara ketika biaya penjualan bersih menurun sebesar 1 persen, maka biaya penjualan menurun sebesar 0,278 persen ($\beta_1 + \beta_2$). Dengan hasil ini, maka hasil pengujian hipotesis 2 tidak didukung yang berarti tidak ditemukannya adanya indikasi perilaku sticky cost pada biaya administrasi dan umum terhadap aktivitas penjualan periode 2018-2021.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa adanya indikasi terjadinya perilaku sticky cost pada biaya administrasi dan umum. Saat penjualan mengalami kenaikan 1 persen, biaya administrasi dan umum hanya naik 0.089 persen sedangkan saat penjualan mengalami penurunan sebesar 1 persen biaya penjualan hanya turun sebesar 0,278 persen.

Penelitian ini sejalan dengan Nugroho & Endarwati (2014), yang mengatakan terjadi adanya indikasi perilaku sticky cost pada biaya administrasi dan umum. Dilihat dari tabel 4.1 biaya administrasi dan umum, perubahan biaya mengalami kenaikan dan penurunan yang dinamis.

Penelitian ini menunjukkan bahwa biaya administrasi dan umum pada periode 2017-2021 tidak terindikasi adanya perilaku sticky cost. Perubahan biaya administrasi dan umum mengikuti dengan perubahan dari aktivitas penjualannya yang grafik perubahannya berjalan dinamis. Walaupun pada periode 2018-2019 sampel yang mengalami kenaikan lebih tinggi dari periode 2017-2018.

SIMPULAN

Terdapat indikasi adanya perilaku sticky cost pada biaya penjualan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil ini mendukung cost adjustment delay theory. Pertimbangan seorang manajer dalam memprediksi penjualan akan meningkat di masa depan, membuat manajer tetap mempertahankan sumber daya yang tidak digunakan.

Dengan tidak terdapatnya indikasi adanya perilaku sticky cost pada biaya administrasi dan umum pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, maka hasil ini tidak mendukung cost adjustment delay theory. Manajer dalam mengambil keputusan selalu mengikuti perubahan dari volume aktivitas penjualan dan tidak selalu mempertahankan biaya administrasi pada saat aktivitas penjualan mengalami penurunan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Serdaneh, J. (2014). The Asymmetrical Behavior of Cost: Evidence from Jordan. *International Business Research*, 7. <https://doi.org/10.5539/ibr.v7n8p113>
- Anderson, M. C., Banker, R. D., & Janakiraman, S. (2003). Are Selling, General, and Administrative Costs “Sticky”?
- Gani, I., & Amalia, S. (2015). *Alat Analisis Data Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi & Sosial*.
- Ghozali, H. I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*.
- He, D., Teruya, J., & Shimizu, T. (2010). Sticky Selling, General, And Administrative Cost Behavior and Its Changes In JAPAN (Vol. 4).
- Kartikasari, R., Suzan, L., & Muslih, M. (2018). Perilaku Sticky Cost Terhadap Biaya Tenaga Kerja dan Beban Usaha Pada Aktivitas Penjualan. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 10(1), 1–7. www.bps.go.id
- Malcom, R. E. (1991). Overhead Control Implications of Activity Costing.
- Nugroho, P. I., & Endarwati, W. (2014). Do the Cost Stickiness in The Selling, General and Administrative Costs Occur in Manufacturing Companies in Indonesia? In *The Indonesian Journal Of Accounting Research* (Vol. 17, Issue 3).
- Purnamasari, P., & Umiyati, I. (2019). Asymmetric Cost Behavior dan Pilihan Strategi. <https://doi.org/10.22219/jrak.v9i1.41>
- Putra, I. M. (2018). *Akuntansi Biaya*.
- Ratnawati, L., & Nugrahanti, Y. W. (2015). Perilaku Sickly Cost Biaya Penjualan, Biaya Administrasi dan Umum Serta Harga Pokok Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur: Vol. XVIII (Issue 2).
- Wahyuningtyas, Y., & Nugrahanti, Y. W. (2014). Pengaruh Asset Intensity dan Employee Intensity Terhadap Sticky Cost Pada Biaya Penjualan, Administrasi, dan Umum. 8.
- Weiss, D. (2010). Cost behavior and analysts’ earnings forecasts. *Accounting Review*, 85(4), 1441–1471.
- Yasukata, K., & Kajiwara, T. (2011). Are “Sticky Costs” the Result of Deliberate Decision of Managers?