

**PERILAKU *STICKY COST* BIAYA PENJUALAN, BIAYA ADMINISTRASI DAN UMUM SERTA HARGA POKOK PENJUALAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUBSEKTOR *FOOD AND BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2016-2018**

Marhamah<sup>1</sup>, Edy Susanto, Muhammad Aminudin

Email: marhamah@stiesemarang.ac.id<sup>1</sup>

Program Studi Akuntansi STIE Semarang

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the indications of Sticky Cost behavior on Sales, Administration and General Costs and Cost of Sales at Food & Beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period of 2016-2018. The population used is the Food & Beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2016-2018 period, amounting to 27 companies. Independent Variables namely Sales, Administration and General Costs with Cost of Goods Sold. The data analysis technique used is logistic regression analysis. The results showed that Administrative and General Sales Costs had no significant effect on Sticky cost predictions with a significance value of  $0.337 < 0.05$ . Cost of Goods Sold does not have a significant effect on Sticky cost predictions with a significance value of  $0.411 > 0.05$ . The coefficient of determination is 0.42 or 4.2% Administrative and General Sales Costs and Cost of Goods Sold is able to explain the behavior of Sticky Cost.*

**Keywords:** *Sticky Cost, Administrative and General Sales Costs, Cost of Goods Sold.*

**PENDAHULUAN**

Penelitian tentang *sticky cost* sudah dilakukan di berbagai negara dan berbagai sektor industri. Hasil penelitian Anderson (2003), De Medeiros dan Costa (2005), Teruya (2010), Weiss (2010), Windyastuti dan Biyanto (2005) serta Weidenmier dan Subramaniam (2003) menemukan adanya perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum serta HPP. Sedangkan hasil penelitian oleh Nugroho dan Endarwati (2013) dan Hidayatullah *et al.* (2011) tidak menemukan indikasi perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum serta HPP. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang masih berbeda-beda, maka sekiranya perlu diadakan penelitian ini untuk membuktikan perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum serta HPP dengan menggunakan data yang lebih baru.

Indikasi perilaku *Sticky* juga dicurigai terdapat pada perusahaan manufaktur subsektor *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI. Berdasarkan laporan keuangan yang disajikan kepada publik, terdapat laporan pendapatan penjualan mengalami peningkatan dan

penurunan. Pada Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum juga mengalami peningkatan dan penurunan. Hal ini berpotensi ditemukannya Indikasi perilaku *Sticky Cost*.

## MASALAH PENELITIAN

Masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah ada indikasi perilaku *Sticky cost* biaya penjualan, Administrasi dan Umum pada Perusahaan *Food and Beverage*?
2. Apakah ada indikasi perilaku *Sticky cost* Harga Pokok Penjualan pada perusahaan *Food and Beverage*?

## TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### 1. *Adjustment Cost Theory*

*Adjustment Cost Theory* diperkenalkan pertama kali oleh Lucas pada tahun 1967. Pada saat itu terjadi adanya guncangan pada perusahaan yang tidak bisa dengan langsung merubah faktor produksi tanpa biaya penyesuaian. Hal ini menunjukkan bahwa untuk merubah tingkat faktor produksi yang digunakan sangat memerlukan biaya yang mahal.

Menurut Hamermesh (1996) dalam Pitchekeun dan Panmanee (2012) mengatakan bahwa penyesuaian biaya secara implisit dapat menghasilkan nilai output yang hilang karena biaya penyesuaian tidak dapat diukur pada dan dilaporkan pada laporan pengeluaran pendapatan yang dihasilkan oleh akun perusahaan. Jika manajer membutuhkan kenaikan atau penurunan sumber daya, maka biaya penyesuaian harus dikeluarkan. Oleh karena itu, manajer mungkin ragu untuk mengurangi sumber daya saat penjualan menurun.

### 2. *Sticky Cost*

Dalam akuntansi biaya disebutkan bahwa biaya dan volume aktivitas memiliki hubungan yang simetris. Namun Malcolm (1991) menemukan bahwa terdapat biaya yang cenderung kaku dan tetap melekat ketika aktivitas meningkat, bahkan ketika terjadi penurunan aktivitas. Ini dikarenakan terdapat beberapa biaya yang tidak sepenuhnya sebanding dengan perubahan aktivitasnya. Biaya ini dikenal sebagai *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 beberapa 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 proporsional saat aktivitas penjualan meningkat dan menurun (Ratnawati dan Nugrahanti, 2015).

Indikasi perilaku *sticky cost* akan terlihat pada perubahan biaya yang tidak proporsional saat aktivitas penjualan meningkat dan menurun. Anderson *et al.* (2006) menyatakan bahwa *sticky cost* muncul sebagai akibat dari manajer yang cenderung untuk menunda upaya pengurangan sumber daya sampai diperoleh kepastian tentang permintaan yang menurun. Keputusan manajer untuk tetap memakai sumberdaya tak terpakai tersebut dapat menyebabkan biaya yang tetap tinggi walaupun terjadi penurunan aktivitas perusahaan.

Anderson *et al.*, (2003) menjelaskan dua hal yang mempengaruhi keputusan manajer yaitu biaya penyesuaian dan perkiraan terhadap permintaan sumberdaya di masa yang akan datang. Biaya penyesuaian mencakup biaya kontrak, rekrutmen, pelatihan karyawan dan biaya moral (*morale cost*) dari penghentian karyawan. Perkiraan terhadap permintaan sumberdaya di masa yang akan datang dapat berpengaruh pada *trade-off* antara *slack* kapasitas dan *incurring cost* guna menyesuaikan dengan kapasitas yang tersedia. Dari dua faktor tersebut, biaya penyesuaian merupakan faktor yang paling mempengaruhi perilaku *sticky cost*.

### **3. Perilaku *Sticky Cost* pada Biaya Penjualan, 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 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, administrasi dan umum ketika penjualan naik, lebih besar dibandingkan dengan penurunannya pada volume yang sama (Anderson *et al.*, 2006).

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 (Hidayatullah *et al.*, 2011).

Komponen pembentuk biaya penjualan, administrasi dan umum 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 (Windyastuti dan Biyanto 2005).

Banyak penelitian terdahulu yang menggunakan penjualan bersih sebagai *proxy* 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, administrasi dan umum dihubungkan dengan volume penjualan karena volume penjualan memengaruhi beberapa komponen biaya penjualan, administrasi dan umum. Biaya penjualan, administrasi dan umum memiliki komponen tetap dan komponen variabel maka biaya ini memiliki sifat semi variabel. Biaya penjualan, administrasi dan umum menjadi *sticky* ketika besarnya biaya penjualan, administrasi dan umum meningkat lebih tinggi pada saat volume penjualan naik, namun tidak sebaliknya ketika volume penjualan menurun tidak diikuti dengan penurunan yang tinggi pada biaya penjualan, administrasi dan umum (Wahyuningtyas dan Nugrahanti, 2014).

$H_1$  : Besaran kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum pada saat penjualan bersih naik lebih tinggi dibanding besaran penurunan biaya penjualan, administrasi dan umum pada saat penjualan bersih turun sehingga adanya perilaku *sticky cost*.

#### **4. Perilaku *Sticky Cost* pada Harga Pokok Penjualan**

Dalam akuntansi biaya, terdapat dua metoda perhitungan harga pokok yaitu *full/absorption costing* dan *variable/direct costing*. Perbedaan pokok diantara kedua metoda tersebut adalah terletak pada perlakuan terhadap biaya produksi yang bersifat tetap. Pada *variable costing*, yang dimasukkan sebagai komponen HPP hanya biaya produksi yang variabel saja. Metoda *full costing* memperhitungkan seluruh komponen biaya produksi sebagai unsur harga pokok baik yang bersifat variabel maupun tetap. Penggunaan metoda *full costing* dalam

menghitung dan menentukan harga jual suatu produk akan menghasilkan informasi yang tepat dan akurat, sehingga sinyal indikasi perilaku *sticky cost* dapat diuji (Mulyadi 2005). Pada penelitian ini, HPP yang dimaksud adalah HPP yang dihitung dengan *full costing*.

Perhitungan harga pokok produksi merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan HPP yang harus dilakukan dengan mengefisienkan biaya-biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi barang jadi (Setiawan dan Edison 2008). Efisiensi sangat erat terkait dengan laba, sehingga manajer dituntut untuk bersikap efisien dan efektif dalam membuat perencanaan biaya serta penyesuaian sumber daya karena adanya ketidakpastian permintaan di masa yang akan datang (Hidayatullah et al., 2011).

Dalam perusahaan manufaktur, HPP ditentukan oleh beberapa elemen harga pokok produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik (biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya penolong, biaya penyusutan, biaya pemeliharaan atau reparasi, listrik, air, telepon dan lain-lain). Biaya-biaya tersebut timbul ketika perusahaan melakukan proses produksi dari persediaan bahan baku yang kemudian dikelola dengan bahan pembantu untuk menghasilkan barang jadi yang bernilai jual (Melina 1997).

Ketika permintaan meningkat, maka manajer memutuskan untuk menambah kapasitas produksi, sehingga elemen-elemen pembentuk HPP juga akan meningkat. Namun ketika permintaan menurun, maka manajer akan meminimalkan biaya produksi, tetapi tidak seluruh biaya akan turun mengikuti aktivitas produksi. Sebagai contoh biaya *overhead* pabrik, ketika produksi turun ada kemungkinan manajer tetap mempekerjakan tenaga pabrik untuk berjaga-jaga jika ada kenaikan produksi di periode mendatang, manajer juga akan tetap melakukan pemeliharaan mesin, pemeliharaan gudang dan peralatan pabrik (Weiss 2010).

Penelitian Lea Ratnawati (2015) menemukan bahwa terjadinya ketidakseimbangan antara perubahan peningkatan Harga Pokok Penjualan dan perubahan penurunan HPP atas dasar perubahan volume aktivitas penjualan pada saat mengalami peningkatan maupun penurunan.

H<sub>2</sub> : Besaran kenaikan HPP pada saat penjualan bersih naik lebih tinggi dibanding besaran penurunan HPP pada saat penjualan bersih turun.

## **METODE PENELITIAN**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan

manufaktur subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016 – 2018 dengan jumlah 27 perusahaan.

Sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi Mudrajat (2003). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. *Purposive sampling* atau yang sering disebut dengan *judgement sampling* yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu (Agusta, dkk 2016). Sampel dalam penelitian berjumlah 15 emiten.

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2015). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Sticky Cost*.(Y) Variabel bebas adalah variabel yang merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) Sugiyono (2015). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah biaya penjualan administrasi dan umum ( $X_1$ ) serta harga pokok penjualan ( $X_2$ ).

Pengumpulan data yang berupa laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) maupun diperoleh melalui akses internet pada [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Dalam penelitian ini semua perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2018 yang telah memenuhi kriteria penelitian.

1. *Sticky Cost*. Anderson *et al.* (2003) menggunakan sebuah model yang diberi nama Anderson, Banker, Janakiraman (ABJ) untuk menemukan indikasi perilaku *Sticky cost* pada biaya penjualan serta biaya administrasi dan umum. Model ini selanjutnya akan digunakan untuk melihat perilaku *Sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum serta HPP terhadap perubahan dari penjualan bersih dan mendeskriminakan antara periode pendapatan penjualan naik dan periode pendapatan penjualan menurun. Interaksi antara variabel *decreased dummy* (*DECRUM*) mengambil nilai 1 jika pendapatan penjualan menurun selama periode t-1 dan t (tahun,tahun,...), dan nilai 0 jika sebaliknya (Hidayatullah *et al.*, 2010).
2. Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum. Jika biaya penjualan, administrasi dan umum (PA&U) adalah sticky, variasi biaya penjualan, administrasi dan umum dengan penjualan bersih (revenue) bertambah harus lebih besar daripada ketika penjualan bersih menurun. Koefisien  $\beta_1$  mengukur persentase kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum

akibat kenaikan penjualan bersih sebesar 1 persen. Sedangkan penjumlahan koefisien  $\beta_1 + \beta_2$  mengukur persentase penurunan biaya penjualan, administrasi dan umum akibat penurunan penjualan bersih sebesar 1 persen.

Pengujian H1:

$$\log \left[ \frac{PA\&Ui,t}{PA\&Ui,t-1} \right] = \beta_0 + \beta_1 \log \left[ \frac{Revenue_{i,t}}{Revenue_{i,t-1}} \right] + \beta_2 * DECRDUM_{i,t} * \log \left[ \frac{Revenue_{i,t}}{Revenue_{i,t-1}} \right] + \epsilon_{i,t} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

PA&Ui,t = Biaya penjualan, administrasi dan umum perusahaan i periode t.

Revenuei,t = Pendapatan penjualan bersih perusahaan i pada periode t.

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

3. Harga Pokok Penjualan. Jika HPP adalah sticky, variasi HPP dengan penjualan bersih (revenue) bertambah harus lebih besar daripada ketika penjualan bersih menurun. Koefisien  $\beta_1$  mengukur persentase kenaikan HPP akibat kenaikan penjualan bersih sebesar 1 persen, dan penjumlahan koefisien  $\beta_1 + \beta_2$  mengukur persentase penurunan HPP akibat penurunan penjualan bersih sebesar 1 persen. Hipotesis 2 mendasarkan pada asumsi  $\beta_1 > 0$ ,  $\beta_2 < 0$ , atau jika  $\beta_1 + \beta_2 < \beta_1$ , yang menunjukkan bahwa kenaikan HPP pada saat penjualan bersih naik lebih tinggi dibandingkan penurunan HPP pada saat penjualan bersih turun. Ini berarti HPP bersifat sticky.

HPPi,t = Harga pokok penjualan (HPP) perusahaan i pada periode t.

Revenuei,t = Pendapatan penjualan bersih perusahaan i pada periode t

DECRDUMi,t = Variabel dummy periode penjualan yang bernilai 1 jika penjualan turun dan bernilai 0 jika penjualan naik

**A. Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2014-2018 dan sampel yang digunakan berjumlah 7 perusahaan berdasarkan metode *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Kriteria yang digunakan yaitu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara konsisten selama periode tahun 2014-2018, perusahaan yang memiliki laba positif pada periode tahun 2014-2018, dan perusahaan yang membagikan dividen secara konsisten selama periode tahun 2014-2018.

## B. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan merupakan data kuantitatif dan sumber data merupakan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 5 tahun periode tahun 2014-2018 yang diunduh melalui situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

## C. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, multikolonieritas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi. Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (Ghozali, 2011).

## D. Analisis Linear Berganda

Teknik estimasi variabel terikat menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis linear berganda digunakan untuk memprediksi satu variabel tergantung berdasarkan dua atau lebih variabel bebas (Suliyanto, 2011).

## E. Pengujian Statistik

Secara statistik ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ), nilai statistik F dan nilai statistik t. Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak), sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana  $H_0$  diterima (Ghozali, 2011).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Menilai keseluruhan model pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum serta Harga Pokok Penjualan) yang dimasukkan dalam model terhadap variabel terikat (*Sticky Cost*) merupakan model yang fit atau lebih baik. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai antara  $-2 \text{ Log Likelihood}$  ( $-2LL$ ) pada awal (*Block Number* = 0) dengan nilai  $-2 \text{ Log Likelihood}$  ( $-2LL$ ) pada akhir (*Block Number* = 1). Berikut adalah hasil uji keseluruhan model.

Nilai -2LL awal adalah sebesar 38,754. Setelah dimasukkan kedua variabel independen (Biaya Penjualan Administrasi dan Umum serta Harga Pokok Penjualan), maka nilai -2LL akhir mengalami penurunan menjadi sebesar 37,802. Penurunan *likelihood* (-2LL) ini menunjukkan model regresi yang lebih baik atau dengan kata lain model yang dihipotesiskan *fit* dengan data penelitian.

Besarnya nilai koefisien determinasi pada model regresi logistik ditunjukkan oleh nilai *Nagelkerke R Square*. Nilai *Nagelkerke R Square* adalah sebesar 0,042 yang berarti variabel Biaya Penjualan Administrasi dan Umum serta Harga Pokok Penjualan mempunyai peranan sebesar 4,2% secara bersama-sama untuk dapat menjelaskan atau menerangkan *Sticky Cost*, sedangkan sisanya sebesar 95,8% (100% - 4,2%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Kelayakan model regresi dinilai dengan menggunakan *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*.

Pengujian menunjukkan nilai Chi-square sebesar 7,218 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,407 Berdasarkan hasil tersebut, karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,407 maka model dapat disimpulkan mampu memprediksi nilai observasinya.

Matriks klasifikasi menunjukkan kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan perusahaan melakukan *Sticky cost* atau perusahaan tidak melakukan *Sticky cost*. Berikut adalah matriks klasifikasi kekuatan prediksi dari model regresi yang memungkinkan perusahaan melakukan *Sticky cost*.

Dari jumlah sampel sebanyak 45 sampel perusahaan diperoleh hasil prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan ditemukannya perilaku *Sticky cost* di dalam perusahaan adalah sebesar 7 sedangkan kekuatan prediksi kemungkinan tidak ditemukannya perilaku *Sticky cost* di dalam perusahaan adalah 38.

Tabel 5. Persamaan Regresi dan Hipotesis

Variables in the Equation						
		B	S.E.	Wald	df	Sig.
<b>Step</b>						
1 <sup>a</sup>	BPAU	.425	.443	.920	1	.337
	HPP	-.318	.387	.675	1	.411
	Constant	-3.677	2.850	1.664	1	.197

a. Variable(s) entered on step 1: BPAU, HPP.

Dari persamaan tersebut diperoleh keterangan sebagai berikut :

- a. Koefisien Biaya Penjualan Administrasi dan Umum sebesar 0,425. Koefisien bertanda positif, berarti bahwa setiap peningkatan Biaya Penjualan Administrasi dan Umum akan mengakibatkan peningkatan perusahaan dalam perilaku *Sticky cost*.
- b. Koefisien Harga Pokok Penjualan sebesar -0,318. Koefisien bertanda negatif, berarti bahwa setiap penurunan Harga Pokok Penjualan akan mengakibatkan penurunan perusahaan dalam perilaku *Sticky cost*

### **Hipotesis 1 Indikasi perilaku *Sticky cost* Biaya Penjualan Administrasi dan Umum pada perusahaan *Food & Beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018**

Biaya Penjualan Administrasi dan Umum adalah biaya non produksi utama yang ditampilkan dalam Laporan laba rugi. Biaya Penjualan uang terdiri dari gaji, biaya iklan, biaya manufaktur, sewa, dan semua biaya dan pajak secara langsung berhubungan dengan produksi dan penjualan produk. Biaya Administrasi yang termasuk gaji Eksekutif dan pendukung lainnya dan semua pajak yang berkaitan dengan administrasi perusahaan secara keseluruhan. Sementara beban usaha umum dan pajak yang secara langsung berhubungan dengan operasi umum perusahaan, tetapi tidak berkaitan dengan dua kategori lainnya.

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, administrasi dan umum ketika penjualan naik, lebih besar dibandingkan dengan penurunannya pada volume yang sama (*Sticky*).

Hasil penelitian ini adalah tidak ditemukannya indikasi perilaku *Sticky cost* pada Biaya Penjualan administrasi dan Umum. Hal ini berarti H0 diterima dan H1 ditolak, sehingga Biaya Penjualan administrasi dan umum tidak bersifat *Sticky*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Nelmeida, Stephen O.H. Siregar (2016) yang menunjukkan bahwa tidak ditemukan fenomena *cost stickiness*, namun menemukan indikasi adanya hubungan antara *capital intensity ratio*, *debt to asset ratio* dan *current ratio* dengan perilaku biaya ketika penjualan menurun. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak ada perilaku *Sticky cost* pada Biaya Penjualan Administrasi dan Umum pada perusahaan manufaktur subsektor *Food and Beverage* periode 2016 -2018.

**Hipotesis 2 Indikasi perilaku *Sticky cost* Harga Pokok penjualan pada perusahaan *Food & Beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2016 – 2018.**

Harga Pokok Penjualan adalah biaya langsung yang timbul dari barang yang diproduksi dan dijual dalam kegiatan bisnis. Ini termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead dan tidak termasuk periode (operasi) biaya seperti penjualan, iklan atau riset dan pengembangan. HPP muncul pada laporan laba rugi sebagai komponen utama dari biaya operasi. HPP juga disebut sebagai biaya penjualan.

Dalam perusahaan manufaktur, HPP ditentukan oleh beberapa elemen harga pokok produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik (biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya penolong, biaya penyusutan, biaya pemeliharaan atau reparasi, listrik, air, telepon dan lain-lain). Biaya-biaya tersebut timbul ketika perusahaan melakukan proses produksi dari persediaan bahan baku yang kemudian dikelola dengan bahan pembantu untuk menghasilkan barang jadi yang bernilai jual. Ketika permintaan meningkat, maka manajer memutuskan untuk menambah kapasitas produksi, sehingga elemen-elemen pembentuk HPP juga akan meningkat. Namun ketika permintaan menurun, maka manajer akan meminimalkan biaya produksi, tetapi tidak seluruh biaya akan turun mengikuti aktivitas produksi.

Hasil penelitian ini adalah tidak ditemukannya indikasi perilaku *Sticky cost* pada Harga Pokok Penjualan. Hal ini berarti H0 diterima dan H1 ditolak, sehingga Harga Pokok Penjualan tidak bersifat *Sticky*. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Nelmeida, Stephen O.H. Siregar (2016) yang menunjukkan bahwa tidak ditemukannya fenomena *cost stickiness*, namun menemukan indikasi adanya hubungan antara *capital intensity ratio*, *debt to asset ratio* dan *current ratio* dengan perilaku biaya ketika penjualan menurun. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak ada perilaku *Sticky cost* Harga Pokok Penjualan pada perusahaan manufaktur subsektor *Food and Beverage* periode 2016 – 2018.

**KESIMPULAN DAN SARAN****Kesimpulan**

1. Tidak ditemukan indikasi perilaku *Sticky Cost* pada Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum.
2. Tidak ditemukan indikasi perilaku *Sticky Cost* pada Harga Pokok Penjualan.

### Saran

1. Untuk penelitian selanjutnya juga diharapkan agar melihat biaya penjualan, administrasi dan umum serta HPP lebih dalam lagi ke dalam beberapa kelompok biaya misalnya seperti komponen biaya gaji, upah dan tunjangan, perbaikan dan pemeliharaan aset kantor maupun pabrik serta biaya sewa.
2. Manajer dapat mempertimbangkan kembali pengambilan keputusan dan perencanaan biaya pada batas mana *sticky cost* masih bisa dibiarkan dan pada batas mana biaya harus mulai disesuaikan agar biaya dapat dikelola sedemikian rupa sehingga tingkat sticky pada perusahaan tidak meningkat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, Mark. C. Banker, Rajiv D. And Janakiraman, Surya N., 2003, "Are Selling, General and Administrative Costs Sticky?" *Journal of Accounting Research* Vol. 41 No. 1 March 2003.
- Annida Afiffah, Yunika Murdayanti, Unggul Purwohedi. 2018. Fenomena Perilaku Sticky Cost pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal akuntansi, Vol. 18, no. 1a, Januari – Juni*.
- Balakrishnan, R., dan Thomas Gruca, 2008. "Cost Stickiness and Core Competency: A Note", Working Paper, The University of Iowa, Iowa City.
- Balakrishnan, R., E. Labro, dan N. S. Soderstrom. 2011. *Cost structure and sticky cost. Working paper*. Available at <http://ssrn.com>.
- Cooper, R., dan R. Kaplan. 1998. *The Design Of Cost Management Systems: Text, Cases, And Readings*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall
- De Medeiros, O. R., dan P. D. Z. Costa. 2004. Cost stickiness in Brazilian firm. Available at <http://papers.ssrn>.
- Dumaris Sidabutar, Khairunnisa Harahap, Akmal Huda Nasution. 2018. Pengaruh Size, free cash flow, discretionary expense ratio, roa, tobins q, leverage ratio, terhadap sticky cost behavior pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2013-2015. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perpajakan Indonesia. Volume 6, No. 01*.
- Evelyn .2018. pengaruh perubahan penjualan, asset intensity, profitability, size, dan leverage terhadap cost stickiness. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis. Vol. 2, No. 2, Oktober*.
- Garrison, Ray H., Eric W Norren, Peter C Brewer, 2013. *Managerial Accounting*. Edisi Terjemahan,. Jakarta: Salemba Empat.

- Hidayatullah, I. J. 2011. Analisis perilaku *sticky cost* dan pengaruhnya terhadap prediksi laba menggunakan model *cost variability* dan *cost stickiness* pada emiten di BEI untuk industri manufaktur. *Simposium Nasional Akuntansi*. Available at [sna.akuntansi.unikal.ac.id](http://sna.akuntansi.unikal.ac.id).
- Ivena Tiono, Zaenal Fanani. 2017. Dampak Keputusan Manajer terhadap Biaya Sticky. *Jurnal Investasi Islam IAIN Langsa*.
- Malcom, R. E. 1991. *Overhead control implications of activity costing*. *Accounting Horizons* (December): 69-78.
- Melina, M. I. 1997. Penerapan metoda harga pokok proses dan analisis titik impas perusahaan kecap cap "WM" di Surabaya Jawa Timur. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor
- Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya. Edisi ke-5 Cetakan ke-8*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Nelmida, Stephen O. H. Siregar. 2016. Pengaruh Perubahan Penjualan, Capital Intensity Ratio, Debt to Asset Ratio, dan Current Ratio terhadap Cost Stickiness dalam Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*. Vol. 2 No. 1, April.
- Nugroho, P. I., dan W. Endarwati. 2013. Do the cost stickiness in the selling, general and administrative costs occur in manufacturing companies in Indonesia? *Simposium Nasional Akuntansi XVI Manado*.
- Pichetkun, N., dan Panmanee, 2012. *The Determinants of Sticky Cost Behavior A Structural Equation Modeling Aproach*. Doctoral Dissertation. Rajamangala University of Technology. Thanyaburi Thailand.
- Rahmawati Kartikasari, Leny Suzan, Muhamad Muslih. 2018. Perilaku Sticky Cost terhadap Biaya Tenaga Kerja dan Beban Usaha pada Aktivitas Penjualan. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*. Volume 10, No 1, April.
- Ratnawati, Lea dan Nugrahanti Y. Widi, 2015. Perilaku Sticky Cost Biaya Administrasi dan Umum Serta Harga Pokok Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. XVIII No. 2.
- Serdaneh, Abu J., 2014, "The Asymmetrical Behavior of Cost: Evidence from Jordan". *Journal of International Business Research* Vol. 7, No. 8, 2014.
- Vonna, S. R., & Daud, R. M. (2016). Analisis Perilaku Sticky Cost pada Biaya Produksi dan Non Produksi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 120-132.
- Teruya, J., T. Shimizu, dan D. He. 2010. Sticky selling, general, and administrative cost behavior and it's changes in Japan. *Global Journal of Business Research*. Vol.4 No.4.
- Weidenmier, M. L., dan C. Subramaniam. 2003. *Additional evidence on the sticky behavior of costs*. Working paper. Texas Christian University. Available at <http://dx.doi.org>.
- Weiss, D., 2010, "Cost Behavior and Analysis' Earning Forecast". *The Accounting Review*. Vol. 85, No. 4.

Windyastuti, B. F. 2005. Analisis perilaku cost: Perilaku *sticky cost* cost pemasaran, administrasi & umum pada penjualan bersih (studi empiris perusahaan yang terdaftar di BEJ). *Simposium Nasional Akuntansi VIII*, Solo.

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Dividend Payout Ratio* pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks LQ-45 Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Emba* Vol.3 No.1.

Musthafa. 2017. *Manajemen Keuangan*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Nurhaelis, Elis dan Yazid, Helmi. 2018. Pengaruh Leverage, Profitability, Maturity, Size, dan Free Cash Flow Terhadap Kebijakan Dividen Pada Sektor Perbankan Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi*, Vol 3 No.1. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Sarngadaran, M dan Kumar, S Rajitha. 2011. *Financial Analysis for Management Decisions*. PHI Learning Private Limited. New Delhi.

Sudana, I Made. 2009. *Manajemen Keuangan Teori dan Praktik* Cetakan I. Airlangga University Press. Surabaya.

Sugiono, Arief. 2009. *Manajemen Keuangan untuk Praktisi Keuangan*. Grasindo. Jakarta.

Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Penerbit Alfabeta. Bandung.

Sukamulja, Sukmawati. 2019. *Analisis Laporan Keuangan Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Investasi*. Penerbit ANDI dan BPFE. Yogyakarta.

Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Wahyuni, Sri Fitri dan Hafiz, Muhammad Shareza. 2018. Pengaruh CR, DER, dan ROA Terhadap DPR pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 1 No 2. STIE Al-Washliyah Sibolga.

<https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiu->

<https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>