

**PERILAKU *STICKY COST* TERHADAP BIAYA PENJUALAN,
ADMINISTRASI UMUM DAN HARGA POKOK PENJUALAN
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2021**

SKRIPSI



NURFANADAYANTI

NIM: 105731131817

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2024

HALAMAN JUDUL

**PERILAKU *STICKY COST* TERHADAP BIAYA PENJUALAN,
ADMINISTRASI UMUM DAN HARGA POKOK PENJUALAN
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2021**



SKRIPSI

NURFANADAYANTI

NIM: 105731131817

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iara Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Perilaku Sticky Cost Terhadap Biaya Penjualan, Administrasi Umum Dan Harga Pokok Penjualan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021

Nama Mahasiswa : Nurfanadayanti

No. Stambuk/NIM : 105731131817

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa, dan diajukan di depan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 30 Januari 2024 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

**Makassar, 12 Rajab 1445 H
24 Januari 2024**

Menyetujui,

Pembimbing I

Dr. Hj. Ruliaty, M.M.
NIDN: 0009095406

Pembimbing II

Mira, SE., M.Ak., Ak.
NIDN: 0903038803

Mengetahui,



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651-507

Ketua Program Studi

Mira, SE., M.Ak., Ak
NBM: 128 6844



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iara Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi atas Nama: Nurfanadayanti, NIM: 105731131817 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 0002/SK-Y/62201/091004/2024, Tanggal 20 Rajab 1445H / 30 Januari 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

**Makassar, 20 Rajab 1445 H
31 Januari 2024 M**

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag. (.....)
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si. (.....)
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M. Acc. (.....)
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Hj. Ruliaty, MM. (.....)
2. Mira, SE., M.Ak., Ak. (.....)
3. Sitti Zulaeha, S.Pd., M.Si. (.....)
4. Khadijah Darwin, SE., M.Ak., Ak (.....)

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.
NBM: 651 507



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAHMAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar



SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurfanadayanti
Stambuk : 105731131817
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : Perilaku Sticky Cost Terhadap Biaya Penjualan, Administrasi Umum dan Harga Pokok Penjualan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 31 Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan,

Nurfanadayanti
NIM: 105731131817



Diketahui Oleh:



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.
NBM: 651 507

Ketua Program Studi

Mira, SE., M.Ak
NBM: 128 6844

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurfanadayanti
NIM : 105731131817
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Perilaku Sticky Cost Terhadap Biaya Penjualan, Administrasi Umum dan Harga Pokok Penjualan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021


Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 31 Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan,




Nurfanadayanti

NIM: 105731131817

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN

**PERILAKU *STICKY COST* TERHADAP BIAYA PENJUALAN,
ADMINISTRASI UMUM DAN HARGA POKOK PENJUALAN
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2021**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

**NURFANADAYANTI
NIM: 105731131817**

*Untuk Memenuhi Persyaratan Guna memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi dan Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jadikanlah sabar dan sholatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Q.S Al-Baqarah:153)

“Saya datang, saya bimbingan, saya ujian, saya revisi dan saya menang”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini merupakan bagian dari ibadahku kepada Allah SWT, karena kepadanya kami menyembah dan hanya kepadanya kami memohon pertolongan.

Sekaligus sebagai ucapan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dan memotivasi dalam hidupku dalam penyelesaian skripsi ini.

PESAN DAN KESAN

Semoga ilmu yang telah saya dapatkan di kampus tercinta ini selama 5 tahun lebih dapat memberikan manfaat dan berlaku bagi diri sendiri dan orang-orang disekitar.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Salawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul ***'PERILAKU STICKY COST TERHADAP BIAYA PENJUALAN, ADMINISTRASI UMUM DAN HARGA POKOK PENJUALAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2021.***

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Progam Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada orang tua penulis Bapak Sukardi said dan Ibu Siara yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan do'a tulus tak pamrih dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga saat ini, dukungan dan restu yang telah kalian berikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Serta tak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Hj Ruliaty, M.M pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, memberikan masukan tak bosan-bosannya membina yang tak henti-hentinya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Begitupula kepada Ibu Mira., SE., M. Ak selaku pembimbing II telah berkenan membantu selama penyusunan skripsi ini,

membenarkan kesalahan penulis, memberikan masukan dan motivasi yang dapat menjadikan skripsi ini selesai.

Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi cahaya dan ibadah penerang kehidupan didunia dan di akhirat. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitupula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof.Dr.H. Ambo Asse., M. Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar
2. Bapak Dr.H. Andi Jam'an., SE., M. Si, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
3. Ibu Mira.SE., M.Ak. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar
4. Bapak dan ibu/Asisten dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama kuliah. Para staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Seluruh staf kantor *Galery* bursa efek Indonesia Universitas Muhammadiyah Makassar
6. Rekan–rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan akuntansi angkatan 2017 terkhusus kepada kelas Ak.17.i yang selalu belajar bersama dan tidak sedikit memberikan bantuannya dan dorongan dalam aktivitas penulis.

7. Terima kasih kepada seluruh kerabat tercinta yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini.

Mudah–mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii sabilil haq fastabiqur khaerat, Wassalamualaikum Wr. Wb.

Makassar, 2024

(Nurfanadayanti)



ABSTRAK

NURFANADAYANTI, 2024. *Perilaku Sticky Cost Terhadap Biaya Penjualan, Administrasi Umum Dan Harga Pokok Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021*. Skripsi, Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Ibu Dr.Hj. Ruliaty, M.M dan Pembimbing II Ibu Mira.,S.Ak.,M.Ak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perilaku *sticky cost* dan jumlah penjualan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 30 perusahaan Sektor Industri Otomotif yang diambil dari website resmi Bursa Efek Indonesia. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian bersifat kuantitatif dengan menggunakan pendekatan ekplanatori. Data yang diolah adalah data yang diambil dari laporan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2018-2022.

Hasil penelitian dari hipotesis pertama yang telah dilakukan disimpulkan bahwa terdapat indikasi perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum pada perusahaan manufaktur pada Bursa Efek Indonesia. Sedangkan pada uji hipotesis kedua yang telah dilakukan disimpulkan bahwa terdapat indikasi perilaku *sticy cost* pada HPP Pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.

Kata Kunci: *Sticky cost*, biaya penjualan, Administrasi umum, Hpp

ABSTRACT

NURFANADAYANTI, 2024. *Sticky Cost Behavior On Sales Costs, General Administration And Cost Of Goods Sold In Manufacturing Companies Listed On The Indonesian Stock Exchange In 2018-2021. Thesis, Accounting Study Program, Faculty Of Economics And Business, Muhammadiyah University, Makassar. Supervised By Supervisor I Mrs. Dr.Hj.Ruliaty, M.M And Supervisor II Mrs. Mira., S.Ak., M.Ak*

The aim of this research is to determine the behavior of sticky costs and the number of sales in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The number of samples in this research was 30 companies in the Automotive Industry Sector taken from the official website of the Indonesia Stock Exchange. The type of research used in this research is quantitative research using an explanatory approach. The data processed is data taken from financial reports listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) from 2018-2022.

The results of the research from the first hypothesis that was carried out concluded that there were indications of sticky cost behavior in sales, administration and general costs in manufacturing companies on the Indonesia Stock Exchange. Meanwhile, in the second hypothesis test that was carried out, it was concluded that there were indications of sticy cost behavior in COGS in manufacturing companies on the Indonesian Stock Exchange.

Keywords: Sticky costs, sales costs, general administration, cellphones

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN	vi
KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. <i>Adjustment Cost Theory</i>	10
B. Pengertian Biaya Penjualan	16
C. Tinjauan Empiris	24
D. Kerangka Konseptual	27
E. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	

A. Jenis Penelitian	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian	31
C. Populasi dan Sampel	31
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran umum dan objek penelitian.....	39
B. Hasil penelitian	47
1. Deskriptif Statistik.....	47
2. Uji Asumsi Klasik.....	48
3. Uji Hipotesis	52
C. Pembahasan	53
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN	

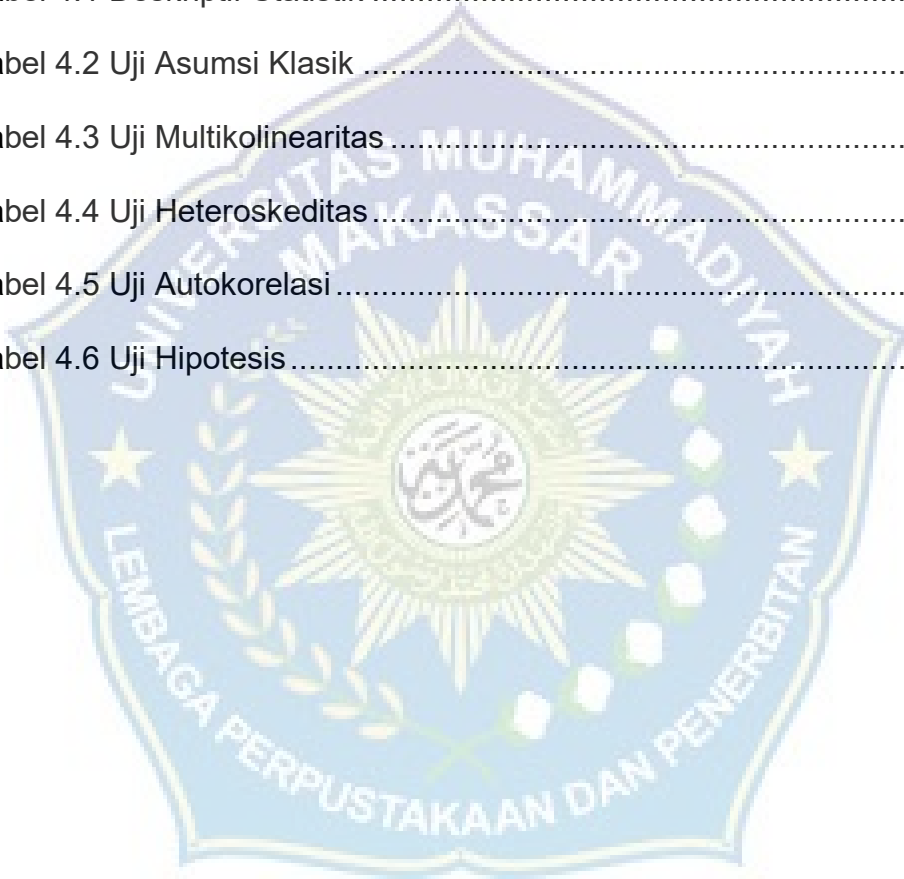
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....28



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Populasi Penelitian	32
Table 3.2 Kriteria Sampel Penelitian	33
Tabel 4.1 Deskriptif Statistik	47
Tabel 4.2 Uji Asumsi Klasik	49
Tabel 4.3 Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.4 Uji Heteroskeditas	51
Tabel 4.5 Uji Autokorelasi	52
Tabel 4.6 Uji Hipotesis	52



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perilaku biaya diartikan sebagaimana biaya akan berubah dalam level aktivitas yang dilakukan. Perilaku biaya dipahami manajer untuk memprediksi apa yang akan terjadi di masa mendatang pada beberapa tahap biaya dalam setiap aktivitas operasi. perilaku juga bisa menyesuaikan perubahan volume sumber daya yang sudah direncanakan manajer, sedangkan volume sumber daya dipengaruhi permintaan konsumen (Anderson, et al,2003). Sehingga manajer perlu berhati-hati dalam perencanaan pesanan sumber daya, yaitu menunda pesanan sampai mendapat kepastian permintaan yang turun (Malcolm,1991).

Sticky Cost merupakan biaya yang memiliki karakter tidak sebanding dengan perubahan aktivitas. Biaya ini menjadi kaku ketika terjadi penurunan aktivitas di perusahaan. *Sticky Cost* akan terjadi apabila terdapat respon biaya terhadap peningkatan aktivitas secara signifikan lebih kuat dibandingkan dengan respon *overhead cost* ketika terjadi penurunan volume aktivitas (Cooper dan Kaplan, 1998). Sehingga terdapat dugaan bahwa ketika aktivitas menurun maka terjadi *sticky cost*. Contohnya jika terjadi peningkatan penjualan, maka biaya pemeliharaan aset akan mengalami kenaikan sebab penggunaan kapasitas aset yang makin sering digunakan. Tetapi jika suatu saat penjualan mengalami penurunan, perusahaan tidak akan langsung menghentikan atau melepas aset begitu saja. Artinya perusahaan akan tetap mengeluarkan biaya pemeliharaan untuk asetnya walau menganggur, sehingga walaupun biaya pemeliharaan asset yang dikeluarkan tidak sebesar

ketika saat terjadi peningkatan penjualan, perusahaan akan tetap menanggung *fixed cost*.

Sticky cost terjadi karena ketidakseimbangan penyesuaian sumberdaya yaitu lebih lambat dalam proses penyesuaian yang menurun dibanding proses penyesuaian yang meningkat. Selain itu manajer cenderung memilih tetap mempertahankan sumberdaya yang tidak terpakai daripada melakukan pengurangan sumberdaya ketika penjualan menurun. Menurut Anderson et al., 2003: Alasan utama bagi keberadaan *sticky cost* adalah ketidakpastian tentang permintaan masa depan produk yang dijual oleh perusahaan yang mengakibatkan manajer cenderung memilih tetap mempertahankan sumberdaya yang tidak terpakai daripada melakukan pengurangan sumberdaya ketika penjualan menurun. Menurut Canon, 2011: *Sticky cost* muncul karena *marginal cost* penambahan kapasitas saat permintaan meningkat lebih besar dari *marginal benefit* dari pengurangan kapasitas saat permintaan menurun.

Di Indonesia *Sticky Cost* ditunjukkan antara lain oleh penelitian Hidayatullah et al (2011). Penelitiannya menggunakan sampel perusahaan manufaktur BEI periode 2005-2009, ditemukan bahwa biaya penjualan, administrasi dan umum (PA&U) serta HPP bersifat *sticky* sehingga berakibat buruk dalam keakuratan peramalan laba. Windyastuti dan Biyanto (2005) juga menemukan adanya *sticky cost* di perusahaan yang terdaftar di BEI. Hasilnya menunjukkan biaya penjualan, administrasi dan umum ketika penjualan bersih mengalami kenaikan lebih besar daripada ketika penjualan bersih mengalami penurunan atau dengan kata lain terjadi *sticky cost*. Subraiman dan Weidenmier (2003) menemukan *sticky cost* pada perusahaan manufaktur lebih

signifikan dibandingkan dengan *sticky cost* di perusahaan finansial dan jasa di USA. Argilés dan Blandón (2009) menguji terjadinya *sticky cost* pada perusahaan perkebunan di Spanyol dengan mengategorikan ukuran perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkebunan dengan ukuran yang besar cenderung memiliki tingkat *sticky cost* yang lebih tinggi dibanding perkebunan lain.

Argilés dan Blandón tersebut secara tidak langsung menyatakan bahwa lingkungan perusahaan juga menjadi salah satu komponen yang mempengaruhi terjadinya *sticky cost* dalam bentuk ukuran perusahaan yang berbeda. Banker dan Chen (2006) mengatakan bahwa *sticky cost* tidak hanya dipengaruhi oleh variabel spesifik perusahaan tetapi juga oleh tekanan dari lingkungan ekonomi yang akan membentuk persepsi manajemen mengenai *cost adjustment*. Weirdeirmmeir dan Subramanian (2003), Anderson et al (2004), Porporato and Werbin (2010), menyatakan bahwa business environment, makro economic condition seperti inflasi dan pertumbuhan ekonomi akan mempengaruhi komposisi total biaya dan pertimbangan manajerial berkaitan penggunaan utilisasi. Dilakukan untuk membuktikan secara empiris penelitian Weirdeirmmeir dan Subramanian (2003), Anderson et al (2003), Windyastuti dan Biyanto (2005), Banker (2006), Porporato and Werbin (2010), Teruya et al (2010), Yasukata (2011), Pervan and Pervan (2012) yang menyatakan bahwa salah satu komponen dari lingkungan luar perusahaan yang berupa pertumbuhan ekonomi mempengaruhi tingkat *sticky cost* pada suatu perusahaan.

Perusahaan yang memiliki *sticky cost* yang lebih besar akan memperlihatkan penurunan laba yang lebih besar ketika level aktivitas

menurun dibandingkan dengan perusahaan yang *sticky cost*-nya lebih kecil, hasil ini dikarenakan biaya yang lebih *sticky* dihasilkan dari penyesuaian biaya yang lebih sedikit ketika level aktivitas turun, karena itu penghematan biaya lebih sedikit. Penelitian perilaku biaya ini penting dilakukan, karena ketidakpastian permintaan di masa mendatang yang dihadapi para manajer.

Sebuah perusahaan manufaktur sangat penting dalam mengambil keputusan karena akan berdampak pada *sticky cost*. Jadi, setiap manajer harus mengetahui tentang perilaku biaya. Dengan mengetahui konsep tersebut maka keputusan yang diambil akan menghasilkan sebuah peningkatan pada efisiensi biaya dalam mengelola sumber daya perusahaan.

Biaya merupakan suatu hal yang berpengaruh dalam menentukan tingkat tinggi-rendahnya biaya serta pengelolaan sumber daya oleh manajemen. Biaya juga berhubungan dengan keputusan yang diambil manajer untuk menghadapi ketidakpastian permintaan di masa mendatang. Biaya didefinisikan sebagai manfaat yang diberikan untuk memperoleh barang atau jasa (Cooper & Kaplan, 1998). Dalam teori tradisional biaya dibagi menjadi *fixed cost* dan *variable cost*. *Fixed cost* merupakan suatu biaya yang tidak dipengaruhi oleh tinggi atau rendahnya tingkat aktivitas, sedangkan *variable cost* akan berpengaruh secara proposional pada tiap perubahan tingkat aktivitas (Calleja, 2005). Asumsi yang paling mendasar mengenai biaya ialah adanya hubungan yang berbanding lurus antara biaya dan volume aktifitas ketika mengalami peningkatan atau penurunan pada penjualan (Anderson et al, 2003). Namun pada kenyataannya terdapat karakter biaya yang sulit untuk disesuaikan dalam pengelolaan biaya (Cooper & Kaplan, 1998), sehingga

membuat asumsi dasar tersebut menjadi tidak sesuai. Bila komponen fixed cost dalam total biaya lebih besar daripada *variable cost* maka akan menimbulkan yang disebut dengan perilaku *sticky cost* (Malcom,1991). Hal ini terlihat ketika volume penjualan meningkat, biaya akan cenderung menyesuaikan dengan ikut mengalami kenaikan tetapi berbeda saat volume penjualan menurun, biaya cenderung kurang menyesuaikan dengan besaran penurunan atau malah tetap, hal inilah yang disebut sticky cost (Anderson et al. 2003; Subramaniam dan Weidenmier, 2003; De Medeiros dan Costa, 2004; Windyastuti dan Biyanto, 2005).

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan secara empiris penelitian Weirdeirmmeir dan Subramaniam (2003), Anderson et al (2003), Windyastuti dan Biyanto (2005), Banker (2006), Porporato and Werbin (2010), Teruya et al (2010), Yasukata (2011), Pervan and Pervan (2012) yang menyatakan bahwa salah satu komponen dari lingkungan luar perusahaan yang berupa pertumbuhan ekonomi mempengaruhi tingkat sticky cost pada suatu perusahaan. Apakah terdapat sticky cost pada biaya penjualan, administrasi dan umum, serta menguji kondisi dan situasi yang berpengaruh terhadap derajat stickiness dengan menggunakan faktor pertumbuhan ekonomi. Namun penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sampel dan periode penelitian yang berbeda. njadi tambahan pengetahuan mengenai perilaku sticky cost, pembelajaran bagi perusahaan khususnya manager dalam pengambilan keputusan terkait biaya agar memperhatikan perubahan yang terjadi pada kondisi lingkungan perusahaan. Penulis memilih perusahaan manufaktur dikarenakan dalam penelitian sebelumnya oleh Subramaniam dan Weidenmier (2003) menyimpulkan dalam penelitiannya bahwa sektor manufaktur memiliki

tingkat sticky cost yang paling tinggi dibandingkan dengan sektor yang lain. Selain itu perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi, sehingga diperkirakan banyak menggunakan asset tetap yang menimbulkan biaya depresiasi dan komponen biaya yang bersifat fix dan variabel. Keadaan pertumbuhan ekonomi yang terjadi di Indonesia pada periode amatan yakni tahun 2009-2012 sendiri menunjukkan tingkat perekonomian yang terus mengalami kenaikan (Badan Pusat Statistik, 2012). Di tahun 2009 menunjukkan tingkat perekonomian 4,60% yang terus mengalami kenaikan yakni di tahun 2010 sebesar 6,10%; 2011 sebesar 6,50%; dan 2012 sebesar 6,70%. Dari keadaan itulah peneliti ingin melihat apakah saat perekonomian tumbuh berbanding lurus dengan sticky cost yang terjadi. Pertumbuhan ekonomi secara makro terhadap sticky cost pada perusahaan manufaktur. Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat meal ini dilihat melalui pengaruh dari pertumbuhan perekonomian yang berubah di tiap tahun.

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, pada biaya penjualan, administrasi dan umum dihubungkan dengan volume penjualan karena volume penjualan mempengaruhi 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). Penelitian serupa yang dilakukan oleh Apriliawati yang berjudul “Perilaku Sticky Cost Pada Biaya Penjualan, Administrasi Dan Umum (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012).

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data perusahaan sektor manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari periode 2018-2019 dengan 30 total sampel data yang mencatat biaya penjualan, administrasi umum serta HPP secara terus menerus karena biaya-biaya ini merupakan komponen biaya terbesar yang erat kaitannya dalam aktivitas operasi dan produksi perusahaan manufaktur. Pemilihan perusahaan manufaktur karena jika dibandingkan dengan perusahaan jasa dan dagang, perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang mengolah barang jadi terlebih dahulu dan melalui beberapa tahapan proses produksi yang didalamnya memerlukan elemen-elemen lain yang mempengaruhi harga jual barang jadi kemudian membentuk variabel HPP.

Menganalisis dan menyajikan bukti empiris apakah pada biaya penjualan, administrasi umum, *sticky cost*, dan apakah intensitas aset perusahaan dapat memengaruhi *sticky cost*. Perubahan biaya yang tidak proporsional ketika terjadi perubahan volume aktivitas dapat menyebabkan timbulnya *sticky cost*. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan uji regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya pada industri manufaktur tidak ditemukan adanya *sticky cost*. Berdasarkan uraian yang telah

dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Perilaku Sticky cost terhadap biaya penjualan, administrasi umum dan Harga Penjualan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti oleh penulis yaitu:

1. Bagaimana perilaku *sticky cost* terhadap penjualan administrasi umum pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Bagaimana perilaku *sticky cost* terhadap Harga penjualan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

C. Tujuan Peneliti

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui perilaku *sticky cost* terhadap penjualan administrasi umum pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui perilaku *sticky cost* terhadap Harga penjualan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang benar tentang keadaan yang sebenarnya terkait dengan judul yang diambil peneliti. Manfaat penelitian ini terbagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana informasi untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang Perilaku *Sticky cost* terhadap biaya penjualan, administrasi umum dan Harga Penjualan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi ilmu akuntansi serta sebagai kajian penerapan teori dan literatur lainnya terhadap keadaan perusahaan yang sebenarnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis
Penelitian ini sebagai pengalaman berharga yang akan memperkuat pemahaman pengetahuan dan memberikan gambaran tentang Perilaku *Sticky cost* terhadap biaya penjualan, administrasi umum dan Harga Penjualan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021.
- b. Bagi perusahaan
Hal ini dapat menjadi salah satu aspek dalam proses pengambilan keputusan, terutama dalam kegiatan yang berkaitan dengan kinerja bisnis.
- c. Bagi pihak lain
Memperoleh masukan yang diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan konteks untuk pengembangan disiplin ilmu akuntansi dan menjadi bahan masukan dan referensi untuk penelitian sejenis.

BAB II

TINJAUN PUSTAKA

A. *Adjustment Cost Theory*

1. Pengertian *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.

Semakin tingkat *sticky cost* akan menyebabkan pula peningkatan aktivitas perusahaan agar memperoleh laba. Volume penjualan yang tinggi akan memerlukan penambahan biaya, seperti pada biaya penjualan, administrasi dan umum serta harga pokok penjualan yang merupakan biaya terbesar dalam volume aktivitas penjualan.

sticky cost akan terlihat pada perubahan biaya yang tidak proporsional saat aktivitas penjualan meningkat dan menurun, menyatakan bahwa *sticky cost* muncul sebagai akibat dari manajer yang

cenderung untuk menunda upaya pengurangan sumber daya sampai diperoleh kepastian tentang permintaan yang menurun.

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*.

Literatur akuntansi menjelaskan bahwa mengklasifikasikan biaya, menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya yang tidak mengikuti tingkat perubahan aktivitas dalam entitas dinamakan biaya tetap. Sedangkan biaya yang perubahannya proporsional mengikuti tingkat perubahan dalam entitas dinamakan biaya variabel (Vonna & Daud, 2016). Dalam akuntansi biaya menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang simetris antara biaya dan volume aktivitas. Namun terdapat biaya yang peningkatannya lebih tinggi dibanding dengan penurunannya ketika aktivitas perusahaan mengalami perubahan, hal ini disebut dengan perilaku *sticky cost*. Seharusnya biaya berubah secara proporsional mengikuti aktivitas dalam entitas (Ratnawati & Nugrahanti, 2015).

Biaya akan menjadi *sticky* jika terjadi ketidakseimbangan antara volume aktivitas dengan kenaikan atau penurunan biayanya. *Sticky cost* dapat terjadi dikarenakan keputusan sengaja yang dilakukan oleh

manajer. Ketika terjadi penurunan volume aktivitas dalam perusahaan, biasanya sumber daya yang tidak terpakai tetap dipertahankan oleh manajer, sehingga biaya akan tetap bernilai tinggi meskipun pada kenyataannya aktivitas perusahaan mengalami penurunan, biaya yang tetap tinggi inilah yang akan menyebabkan perilaku *sticky cost* (Vonna & Daud, 2016). Tingginya *sticky cost* akan mengakibatkan perusahaan sulit untuk memperoleh laba (Ratnawati & Nugrahanti, 2015).

Perusahaan yang terindikasi mengalami perilaku *sticky cost* bisa saja mengalami penurunan pendapatan sebagai akibat dari tingginya biaya meskipun aktivitas perusahaan mengalami penurunan. Semakin tingkat *sticky cost* akan menyebabkan pula peningkatan aktivitas perusahaan agar memperoleh laba. Volume penjualan yang tinggi akan memerlukan penambahan biaya, seperti pada biaya penjualan, administrasi dan umum serta harga pokok penjualan yang merupakan biaya terbesar dalam volume aktivitas penjualan.

Menurut Balakrishnan dan Gruca (2008), biaya dikatakan *sticky* jika kenaikan volume aktivitas perusahaan diikuti dengan kenaikan biaya, tetapi penurunan volume aktivitas tidak diikuti dengan penurunan biaya. *Sticky cost* dapat muncul karena pertama, ketidakseimbangan penyesuaian sumberdaya. Kedua, manajer cenderung memilih tetap mempertahankan sumberdaya tak terpakai daripada melakukan pengurangan sumber daya ketika aktivitas menurun (Windyastuti dan Biyanto, 2005). Keputusan manajer untuk tetap memakai sumberdaya tak terpakai tersebut dapat menyebabkan biaya yang tetap tinggi walaupun terjadi penurunan aktivitas perusahaan.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas tentang perkembangan mengenai *sticky cost* terkait dengan keputusan manajer. Yasukata dan Kajiwara (2011) telah mendapatkan bahwa biaya akan menjadi *sticky* ketika manajer berfikir penjualan akan naik dimasa yang akan datang. Ketika manajer berfikir penjualan akan naik dimasa yang akan datang, maka manajer akan tetap mempertahankan sumberdaya yang tidak digunakan pada periode saat ini untuk menggunakan sumberdaya tersebut pada kenaikan penjualan dimasa yang akan datang walaupun penjualan saat ini sedang menurun sehingga sumberdaya yang tidak terpakai tersebut berdampak negatif terhadap laba perusahaan pada periode tersebut.

Yasukata dan Kajiwara (2011) juga menjelaskan bahwa *stickiness cost* akan semakin besar ketika manajer semakin optimis terhadap kenaikan penjualan di masa yang akan datang tersebut. Ketika manajer dihadapkan oleh insentif untuk menghindari kerugian atau penurunan laba, maka manajer akan mempercepat penyesuaian penurunan sumberdaya yang tak terpakai saat penjualan mengalami penurunan. Manajer dengan sengaja memutuskan untuk mengurangi besarnya *stickiness* daripada menahan sumberdaya yang tak terpakai tersebut yang akan menimbulkan *stickiness cost* (Kama dan Weiss, 2012). Pada penelitian sebelumnya juga ditemukan bahwa biaya pada unit- unit yang terkait langsung dengan kegiatan utama perusahaan adalah lebih *sticky* dibandingkan dengan biaya pada unit pendukung (Balakrishnan dan Gruca, 2008).

a. *Asset Intensity*

Asset Intensity adalah rasio total aset terhadap penjualan bersih. Menurut Windyastuti dan Biyanto, 2005: Gambaran logis tentang indikasi *sticky cost* pada *asset intensity* adalah ketika penjualan mengalami peningkatan, maka perusahaan harus membeli sebuah mesin lagi untuk menyesuaikan peningkatan penjualan tersebut. Menurut Windyastuti dan Biyanto, 2005: Pada saat penjualan bersih mengalami penurunan, maka manager akan berusaha menurunkan skala pembelian. Untuk bahan atau input yang pengadaannya dilakukan dengan cara membeli dari pihak lain, maka manager dengan mudah dapat mengurangi atau menghentikan pembelian input tersebut. Akan tetapi untuk input yang diperoleh dari dalam perusahaan (merupakan aset perusahaan), maka menjual aset ketika penjualan bersih mengalami penurunan adalah mahal karena perusahaan harus membayar kos pembelian aset dan kehilangan investasi perusahaan yang spesifik. Dengan demikian semakin tinggi intensitas aset maka *stickiness* kos pemasaran, administrasi dan umum akan semakin tinggi.

Walaupun terjadi penurunan penjualan manager akan mempertahankan mesin tersebut dan tetap menanggung biaya perawatan dan depresiasi sebesar Rp4.000.000 dengan kapasitas yang belum tentu digunakan. Karena biaya perawatan dan depresiasi termasuk dalam komponen biaya penjualan, administrasi dan umum, maka semakin tinggi *asset intensity* maka *sticky cost* juga akan tinggi.

b. Employee Intensity

Employee intensity adalah rasio jumlah karyawan terhadap penjualan bersih. Biaya gaji termasuk dalam komponen biaya penjualan, administrasi dan umum, sehingga penjualan mempengaruhi biaya gaji. Ketika penjualan menurun perusahaan harus tetap menanggung biaya gaji. Menghentikan karyawan mahal karena perusahaan harus membayar biaya pesangon. Perusahaan akan kehilangan investasi yang spesifik ketika pekerja diberhentikan saat penjualan menurun dan menambah karyawan saat penjualan meningkat sehingga biaya gaji bersifat *sticky*. Menurut Anderson, et al, 2003: Moral pekerja dan loyalitas pekerja akan turun ketika turnover tinggi. Perusahaan tidak akan serta merta melakukan pemutusan hubungan kerja ketika penjualan bersih mengalami penurunan. Kos yang dipergunakan untuk menyesuaikan sumber daya akan lebih besar bagi perusahaan yang menggunakan lebih banyak tenaga kerja untuk mendukung skala perusahaan tertentu. Menghentikan pekerja adalah mahal karena perusahaan harus memberikan pesangon. Perusahaan akan kehilangan investasi yang spesifik ketika pekerja diberhentikan saat permintaan turun dan menambah pekerja baru saat permintaan meningkat. Ketika penjualan bersih mengalami penurunan, maka untuk perusahaan yang memiliki intensitas pekerja tinggi, kos pemasaran, administrasi dan umum mengalami penurunan yang lebih kecil. Ini berarti semakin tinggi intensitas pekerja, maka stickiness kos penjualan, administrasi dan umum akan semakin besar.

c. Hubungan Antara *Asset Intensity* Dan *Employee Intensity* Terhadap *Sticky Cost*

Rasio-rasio pada *adjustment cost theory* yaitu *asset intensity*, *employee intensity*, *stock intensity*, *equity intensity* dan *capital intensity* berhubungan secara positif dengan tingkat *sticky cost*. *Adjustment cost theory* diperkenalkan oleh Lucas pada tahun 1967. Ketika terjadi keadaan yang tidak terduga, perusahaan tidak dapat mengubah tingkat faktor produksi secara tiba-tiba tanpa adanya penyesuaian biaya.

Adjustment cost terjadi karena ketidaksesuaian antara biaya yang direncanakan dengan biaya yang terjadi akibat perubahan volume. *Adjustment cost* disajikan secara implisit pada laporan keuangan. Ini berarti *adjustment cost* tidak dilaporkan dan diukur pada akun pendapatan maupun beban. Jika manajer ingin menaikkan atau menurunkan beban, maka beban penyesuaian akan terjadi. Penelitian sebelumnya pada *cost on stickiness* dilakukan oleh Anderson et al, 2003; Subramaniam & Weidenmier, 2003; Medeiros & Costa, 2004; Yang et al, 2005; Anderson et al, 2005 menggunakan *intensity of total assets* dan *intensity of employees* sebagai *proxy adjustment cost*. Untuk mendukung ini, penelitian-penelitian tersebut mengindikasikan bahwa *sticky cost* dipengaruhi oleh *intensity of assets* dan *intensity of employees*.

B. Pengertian Biaya Penjualan

Biaya penjualan adalah seluruh biaya yang diperlukan untuk memperoleh pesanan pelanggan dan menyampaikan produk ketangan

pelanggan (pembeli). Biaya pemasaran juga merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dan gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji karyawan bagianbagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran.

Biaya penjualan, serta biaya administrasi dan umum adalah biaya yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel (Wahyuningtyas & Nugrahanti, 2014). Biaya ini cenderung tidak mudah berubah ketika terjadi perubahan volume penjualan dalam perusahaan (Ratnawati & Nugrahanti, 2015). Saat dalam suatu periode terjadi penurunan penjualan, tidak mungkin secara tiba-tiba perusahaan akan menghentikan karyawannya, meskipun dengan tujuan agar biaya gaji yang dikeluarkan menjadi menurun. Karena jika kemudian terjadi kenaikan penjualan, maka perusahaan akan melakukan penyesuaian kembali akibat pelepasan karyawannya. Perlakuan tersebut juga terdapat dalam biaya pemeliharaan aset. Biaya ini dapat diartikan sebagai biaya yang mudah ditambah namun sulit untuk dikurangi. (Nugroho & Enderwati, 2014).

1. Karakteristik Biaya Perusahaan Manufaktur

Aktivitas operasional industri manufaktur yang lebih kompleks jika dibandingkan industri pelayanan jasa dan perdagangan disebabkan karena adanya aktivitas pengolahan bahan baku menjadi barang yang siap digunakan sebagai aktivitas penjualan. Aktivitas bisnis perusahaan manufaktur meliputi aktivitas operasi dan aktivitas produksi. Perusahaan manufaktur memerlukan komponen biaya yang digunakan untuk memenuhi keperluan aktivitas bisnisnya. Biaya-biaya yang digunakan untuk aktivitas bisnis ini merupakan elemen biaya yang memiliki hubungan terhadap harga jual suatu barang setelah melalui proses produksi

(Ratnawati & Nugrahanti, 2015). Biaya yang erat hubungannya dengan aktivitas operasi dan aktivitas produksi perusahaan manufaktur meliputi biaya produksi dan biaya non-produksi. (Vonna & Daud, 2016).

2. Biaya Penjualan, serta Biaya Administrasi dan Umum

Biaya penjualan, serta biaya administrasi dan umum adalah biaya yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel (Wahyuningtyas & Nugrahanti, 2014). Biaya ini cenderung tidak mudah berubah ketika terjadi perubahan volume penjualan dalam perusahaan (Ratnawati & Nugrahanti, 2015). Saat dalam suatu periode terjadi penurunan penjualan, tidak mungkin secara tiba-tiba perusahaan akan menghentikan karyawannya, meskipun dengan tujuan agar biaya gaji yang dikeluarkan menjadi menurun. Karena jika kemudian terjadi kenaikan penjualan, maka perusahaan akan melakukan penyesuaian kembali akibat pelepasan karyawannya. Perlakuan tersebut juga terdapat dalam biaya pemeliharaan aset. Biaya ini dapat diartikan sebagai biaya yang mudah ditambah namun sulit untuk dikurangi, (Nugroho & Endarwati, 2014).

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, sticky cost akan menjadi lebih tinggi. 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).

a. Biaya produksi

Biaya produksi adalah biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual (Mulyadi, 2000:14), sedangkan menurut Sutrisno (2001:3) biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk selesai. Biaya ini dikeluarkan oleh departemen produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Berdasarkan definisi tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa biaya produksi merupakan pengorbanan sumber daya ekonomi untuk mengolah bahan baku guna menghasilkan produk jadi yang bernilai jual. Dalam komponen biaya produksi, bahan baku langsung dapat digolongkan kedalam kelompok biaya utama (*prime cost*), upah pekerja langsung dan biaya overhead pabrik digabungkan kedalam biaya konversi (*conversion cost*) yang mencerminkan biaya perubahan bahan langsung menjadi produk jadi. Menurut Garrison et al., (2013:26) biaya produksi dibagi menjadi tiga kategori besar, yaitu biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Adapun penjelasan tentang unsur-unsur biaya produksi adalah sebagai berikut: Biaya bahan

langsung Bahan langsung merupakan bahan yang digunakan untuk menghasilkan produk jadi. Sebenarnya, bahan baku berkaitan dengan semua jenis bahan yang digunakan dalam pembuatan produk jadi, dan produk jadi suatu perusahaan dapat menjadi bahan baku di perusahaan lainnya. Biaya bahan langsung terbagi menjadi dua, yaitu bahan baku langsung (*direct material*) dan bahan baku tidak langsung (*indirect material*). Tenaga kerja langsung Menurut Soemarso (2004:271), biaya tenaga kerja langsung adalah biaya untuk tenaga kerja langsung yang menangani secara langsung proses produksi atau yang dapat diidentifikasi langsung dengan barang jadi. Tenaga kerja langsung (*direct labor*) meliputi biaya tenaga kerja yang dapat ditelusuri dengan mudah ke masing-masing unit produk. Tenaga kerja langsung kadang disebut juga tenaga kerja manual (*touch labor*) karena tenaga kerja langsung melakukan kerja tangan atas produk pada saat produksi. Tenaga kerja yang tidak dapat ditelusuri ke produk tertentu karena rumit dan memakan biaya disebut tenaga kerja tidak langsung (*indirect labor*). Seperti halnya biaya bahan baku tidak langsung, tenaga kerja tidak langsung juga dimasukkan ke dalam biaya overhead pabrik (Garrison et al., 2013:26).

Menurut Munandar (2002:25), biaya overhead pabrik (*factory overhead*) adalah semua biaya yang terdapat serta terjadi di dalam lingkungan pabrik, tetapi tidak secara langsung berhubungan dengan kegiatan proses produksi, yaitu proses pengubahan bahan mentah menjadi barang jadi yang akan dijual. Overhead pabrik

(*manufacturing overhead*) merupakan elemen kerja dari biaya produksi yang mencakup seluruh biaya produksi yang tidak termasuk dalam bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung. Perusahaan juga mengeluarkan biaya listrik dan gas, pajak properti, asuransi, penyusutan dan lain lainnya yang berkaitan dengan fungsi penjualan dan administrasi. Akan tetapi, biaya-biaya tersebut tidak termasuk dalam overhead pabrik. Hanya biaya yang berhubungan dengan operasi pabrik yang termasuk kedalam overhead pabrik. Ada beberapa nama lain untuk overhead pabrik, yaitu biaya produksi tidak langsung, *factory overhead*, dan *factory burden* (Garrison et al., 2013: 27). Oleh karena sifat biaya produksi yang terkait secara langsung dengan kegiatan utama perusahaan, bahan langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik akan bertambah bila aktivitas perusahaan mengalami kenaikan dan biaya akan menurun ketika aktivitas perusahaan mengalami penurunan. Apabila terjadi penurunan permintaan output, maka volume aktivitas perusahaan berkurang. Manajer dapat menyesuaikan kebutuhan bahan baku, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik sesuai dengan volume aktivitas perusahaan (Windyastuti, 2010).

b. Biaya Non-Produksi

Biaya non-produksi adalah biaya yang tidak berhubungan langsung dengan kegiatan utama perusahaan dimana biaya non-produksi akan mengalami kenaikan saat aktivitas perusahaan bertambah, tetapi tidak akan banyak berkurang pada saat aktivitas

perusahaan menurun (Garrison et al., 2013:27). Menurut Garrison et al., (2013:27).

Biaya penjualan (*selling cost*) mencakup semua biaya yang diperlukan untuk menangani pesanan pelanggan. Biaya-biaya tersebut terkadang disebut pemerolehan pesanan (*order-getting*) dan pemenuhan pesanan (*order-filling*). Contohnya adalah biaya iklan, biaya pengiriman, biaya perjalanan dalam rangka penjualan, komisi penjualan, gaji untuk bagian penjualan, dan biaya gudang penyimpanan barang jadi.

Biaya administrasi (*administrative costs*) meliputi semua biaya yang berhubungan dengan manajemen umum organisasi, bukan berhubungan dengan produksi atau penjualan. Contohnya adalah gaji eksekutif, akuntansi umum, kesekretariatan, humas, dan biaya lainnya yang berkaitan dengan administrasi umum organisasi secara keseluruhan.

Biaya non-produksi sering juga disebut biaya penjualan, umum, dan administrasi (*selling, general, and administrative costs*). Pada saat terjadi ketidakpastian tentang permintaan output di masa yang akan datang, perusahaan harus melakukan penyesuaian biaya dengan mengurangi jumlah sumberdaya dalam bidang pemasaran, administrasi dan umum walaupun aktivitas perusahaan sedang mengalami penurunan guna meminimalisir biaya non-produksi.

c. Volume Aktivitas

Volume aktivitas dalam penelitian ini diproksikan dengan penjualan bersih dikarenakan data penjualan bersih dapat mencerminkan seberapa besar volume aktivitas pada perusahaan. Penjualan bersih didapat dari penjualan kotor dikurangi retur penjualan dan diskon penjualan. Menurut Soemarso (1999:124), penjualan bersih (*net sales*) adalah penjualan dikurangi dengan pengembalian, pengurangan harga biaya transpor yang dibayar untuk langganan dan potongan penjualan yang diambil. Penulis juga menggunakan variabel dummy untuk menggambarkan kenaikan dan penurunan pada volume aktivitas yang diproksikan dengan penjualan bersih. Variabel dummy akan bernilai 1 bila terjadi penurunan penjualan bersih antara periode t dan $t-1$, sedangkan akan bernilai 0 bila terjadi kenaikan penjualan bersih antara periode t dan $t-1$.

C. Tinjauan Empiris

Beberapa peneliti telah melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan pada berbagai sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berikut beberapa penelitian terdahulu terkait judul penelitian.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	NAMA	JUDUL	HASIL
1	Marhamah ¹ , Edy Susanto, Muhammad Aminudin	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	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ditemukan indikasi perilaku Sticky Cost pada Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum. 2. Tidak ditemukan indikasi perilaku Sticky Cost pada Harga Pokok Penjualan
2	Suci Riskia Vonna, Rulfah M. Daud	Analisis perilaku sticky cost pada biaya produksi dan non-produksi (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2014)	biaya produksi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014 adalah tidak bersifat sticky dikarenakan kenaikan volume aktivitas perusahaan diikuti dengan kenaikan biaya produksi, dan penurunan volume aktivitas juga diikuti oleh penurunan biaya produksi. Sedangkan biaya non-produksi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014 adalah bersifat sticky karena kenaikan volume aktivitas perusahaan diikuti dengan kenaikan biaya non-produksi, tetapi penurunan volume aktivitas tidak diikuti oleh penurunan biaya non-produksi dengan jumlah yang sebanding.

3	Popo Candra	Pengaruh asset intensity dan employee intensity terhadap sticky cost pada biaya penjualan, administrasi dan umum pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bei	pengaruh asset intensity dan employee intensity tidak berpengaruh terhadap sticky cost.
4	Dyah AyuNingrum YeftaAndiKus Noegroho	Analisisperilaku sticky cost terhadap biaya penjualan, administrasi dan umum serta harga pokok penjualan pada perusahaan manufaktur	hipotesis pertama industri manufaktur yang terdaftar di BEI tidak terindikasi sticky cost. Kemudian pada hipotesis kedua menunjukkan jika biaya administrasi dan umum dalam industri manufaktur yang terdaftar di BEI tidak terindikasi sticky cost. Pada hipotesis pada harga pokok penjualan di industri manufaktur yang terdaftar di BEI tidak terindikasi sticky cost. DAN memberikan hasil pengujian jika variabel moderasi intensitas aset tidak mempengaruhi perilaku sticky cost
5	Risvia Apriliawati Yeterina Widi Nugrahanti	Perilaku sticky cost pada biaya penjualan, administrasi dan umum (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2009-2012)	hipotesis pertama, ditemukan adanya indikasi perilaku sticky cost pada biaya penjualan, administrasi dan umum pada perusahaan manufaktur di Indonesia periode 2009-2012. hipotesis kedua yang telah dilakukan bisa dilihat bahwa pada periode amatan 2009-2012 pertumbuhan ekonomi terus mengalami peningkatan.
6	Muhammad Asrin Jazuli, Azhar Maksum, Endang Sulistya Rini	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi cost stickiness pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2014-2018	1. Terdapat perilaku cost stickiness pada biaya penjualan, umum, dan administrasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018. 2. Asset intensity berpengaruh positif dan signifikan terhadap cost

			stickiness pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018.
7.	Eddy Setiawan	Perilaku sticky cost dan pengaruhnya terhadap prediksi laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia	sebagai salah satu pengambilan keputusan, perusahaan harus dapat lebih cermat dalam menganalisa perilaku sticky cost. Serta untuk pengujian selanjutnya mengenai perilaku sticky cost dan pengaruhnya terhadap prediksi laba diharapkan dapat menggunakan data penelitian dengan periode yang lebih lama atau panjang, dikarenakan penggunaan data penelitian dengan periode yang lebih lama dan panjang diharapkan dapat lebih menjelaskan perilaku sticky cost masing-masing perusahaan sehingga dapat mengukur lebih tepat pengaruhnya terhadap prediksi laba.
8.	Annida Afiffah Yunika Murdayanti Unggul Purwohedhi	Fenomena perilaku sticky cost pada perusahaan manufaktur di indonesia	Hal ini berarti semakin tinggi asset intensity, maka sticky cost akan semakin tinggi pula. Pada hasil pengujian hipotesis 3 employee intensity tidak berpengaruh terhadap kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum pada perusahaan manufaktur di Indonesia yang artinya kenaikan atau penurunan tingkat sticky cost tidak dipengaruhi oleh employee intensity.
9.	Rahmawati kartikasari, leny suzan, muhamad muslih	Perilaku sticky cost terhadap biaya tenaga kerja dan beban usaha pada aktivitas penjualan	Sticky cost pada biaya tenaga kerja disebabkan oleh adanya komponen biaya tetap yang perubahannya tidak mengikuti perubahan aktivitas penjualan perusahaan.

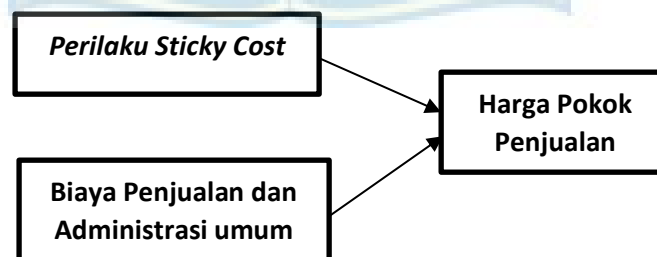
10	Zul Azmi, Januryanti	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sticky Cost	Intesitas aset berpengaruh terhadap sticky cost, ini menunjukkan semakin tinggi aset yang ada ketika volume penjualan mengalami peningkatan maka mudah saja bagi perusahaan untuk memproduksi barang dalam jumlah yang besar.
----	-------------------------	---	---

D. Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual merupakan sebuah alur pemikiran terhadap suatu hubungan antar konsep satu dengan konsep yang lainnya untuk dapat memberikan gambaran dan mengarahkan asumsi terkait dengan variabel-variabel yang akan diteliti.

Di setiap Penelitian sangat diperlukan adanya kerangka konsep yang dijadikan sebagai pijakan untuk menentukan arah penelitian untuk memberikan batasan sehingga pembahasan tidak diperluas sehingga menyebabkan penelitian tidak terfokus. Pada penelitian ini menerangkan biaya penjualan pada perusahaan manufaktur.

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



E. Hipotesis

1) Perilaku *Sticky Cost* pada Biaya Administrasi dan Umum

Permintaan yang fluktuatif mempengaruhi perubahan biaya yang mengacu pada perubahan volume sumber daya, sehingga hal ini mempengaruhi keputusan manajer di masa mendatang. Manajer biasanya tidak akan mengurangi sumber daya ketika ekonomi belum tumbuh seperti yang diharapkan sehingga perilaku *sticky cost* lebih tinggi (Anderson et al., 2003). besar dari biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum, maka biaya tidak menyesuaikan 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.

Pada saat aktivitas penjualan meningkat, biaya administrasi dan umum juga meningkat lebih besar dari pada saat penurunannya pada volume yang sama. Perubahan aktivitas saat *sticky cost* terjadi tidak secara proporsional berubah dengan Biaya, karena penyesuaian sumber daya yang tidak sesuai. Manajer dengan sadar membuat keputusan untuk menahan penyesuaian sumber daya saat aktivitas menurun daripada menyesuaikan sumber daya ketika aktivitas naik. *Sticky* terjadi karena manajer tetap menahan sumber daya yang tidak digunakan, daripada melakukan penyesuaian ketika volume aktivitas penjualan menurun.

Penelitian oleh Anderson et al (2003) menemukan bahwa jika pada biaya administrasi dan umum terindikasi *sticky cost*. Penelitian Ratnawati

& Nugrahanti (2015) juga menyatakan jika biaya administrasi dan umum juga terindikasi adanya *sticky cost*. Penelitian tersebut menyatakan bahwa jika penjualan mengalami kenaikan sebesar 1 persen maka biaya administrasi dan umum akan naik sebesar 0,117 persen, dibandingkan saat penjualan turun sebesar 1 persen maka biaya administrasi dan umum akan turun sebesar 0,049 persen. Sehingga hipotesis penelitian ini adalah:

Dalam situasi dimana fixed cost sebagian Dari uraian diatas maka peneliti dapat merumuskan hipotesis:

H₁: Besaran kenaikan biaya penjualan, administrasi umum pada saat penjualan bersih naik lebih tinggi dibanding besaran penurunan biaya penjualan administrasi dan umum pada saat penjualan bersih.

2) Harga penjualan pada perusahaan Manufaktur

HPP merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan HPP yang harus dilakukan dengan mengifisienkan biaya-biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi barang jadi, sehingga HPP dapat lebih kecil dan dapat meningkatkan laba bersih perusahaan. Oleh karena itu manajer dituntut untuk berisikap efisien dan efektif dalam memmbuat perencanaan biaya dan penyesuaian sumber daya karena adanya ketidakpastian permintaan dimasa yang akan datang.

Permintaan yang fluktuatif mempengaruhi perubahan biaya yang mengacu pada perubahan volume sumber daya, sehingga hal ini mempengaruhi keputusan manajer di masa mendatang. Manajer biasanya tidak akan mengurangi sumber daya ketika ekonomi belum

tumbuh seperti yang diharapkan sehingga perilaku sticky cost lebih tinggi (Anderson et al., 2003).

Dalam perusahaan manufaktur, HPP ditemukan oleh beberapa elemen harga pokok produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. 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.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti dapat merumuskan hipotesis:

H₂: Besaran kenaikan HPP pada saat penjualan bersih naik lebih tinggi dibanding besaran penurunan HPP pada saat penjualan bersih turun.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif eksplanatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen yang terdiri dari *asset intensity* dan *employee intensity*, serta variabel independen yaitu *sticky cost*. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan yang memuat informasi biaya penjualan, administrasi dan umum, HPP, dan penjualan bersih yang didapatkan dari alamat website resmi PT. Indonesian Derivatif Exchange (IDX).

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara konsisten dari tahun 2018-2021. Jenis data yang digunakan merupakan data kuantitatif dan sumber data merupakan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur diakses melalui Website resmi Bursa Efek Indonesia, selama 4 tahun periode tahun 2018-2021 yang diunduh melalui situs <https://www.idx.co.id/> www.idx.co.id.

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang terdiri dari beberapa ciri atau karakter yang sama. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Tabel 3.1
Populasi Penelitian

NO	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa Tbk
2	ARNA	Arwana Citramulia Tbk
3	KIAS	Keramika Indonesia Assosiasi Tbk
4	BTON	Betonjaya Manunggal Tbk
5	BRPT	Barito Pacific Tbk
6	EKAD	Ekadharna International Tbk
7	AKPI	Argha Karya Prima Industry Tbk
8	MAIN	Malindo Feedmill Tbk
9	TIRT	Tirta Mahakam Resources Tbk
10	KBRI	Kertas Basuki Rachmat Indonsia Tbk
11	DLTA	Delta Djakarta Tbk
12	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
13	RMBA	Bentoel Internasional Investama Tbk
14	GGRM	Gudang Garam Tbk
15	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
16	KAEF	Kimia Farma Tbk
17	MRAT	Mustika Ratu Tbk
18	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
19	KDSI	Kedawung Setia Industrial Tbk
20	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk
21	KRAH	Grand Kartech Tbk
22	ASII	Astra International Tbk
23	GDYR	Goodyear Indonesia Tbk
24	POLY	Asia Pacific Fibers Tbk
25	ERTX	Eratex Djaja Tbk
26	BIMA	Primarindo Asia Infrastructure Tbk
27	KBLM	Kabelindo Murni Tbk
28	SCCO	Supreme Cable Manufacturing and Commerce Tbk
29	PSTN	Sat Nusapersada Tbk
30	MYTX	Asiap Pacific Investama

2. Sampel

Sampel merupakan suatu prosedur pengambilan data dimana sampel yang di gunakan dalam penelitian ini merupakan bagian dari populasi yang di tafsirkan mewakili populasi.

Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan non *probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purpose sampling* adalah pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria yang telah diterapkan. Kriteria-kriteria pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2018-2021
2. Perusahaan manufaktur yang mencatat biaya penjualan, administrasi dan umum, HPP, dan penjualan bersih dari tahun 2018-2021
3. Biaya penjualan, administrasi dan umum dan HPP tidak melebihi pendapatan penjualan bersih.
4. Perusahaan yang tidak mencatat biaya penjualan bersih di tahun 2018-2021.

Tabel 3.2

Kriteria Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2018-2021	50
Perusahaan manufaktur yang mencatat biaya penjualan, administrasi dan umum, HPP, dan penjualan bersih dari tahun 2018-2021	(15)
Perusahaan yang memiliki kelengkapan data pengukuran variabel peneliti	(20)

Perusahaan yang tidak mencatat biaya penjualan bersih di tahun 2018-2021	(5)
Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian dan memenuhi kriteria	10
Total data observasi tahun 2018-2021 (10 x 3)	30

D. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang dapat diperoleh dari internal dan eksternal organisasi, penelusuran dokumen, atau publikasi informasi (Sekaran, 2007:65). Sumber data dalam penelitian ini diperoleh melalui www.idx.co.id berupa laporan keuangan tahunan yang telah diaudit secara berturut-turut periode 2018-2021. Data dalam penelitian ini terdapat dalam laporan keuangan perusahaan periode 2018-2021, yaitu data biaya produksi, biaya penjualan, administrasi dan umum, dan volume aktivitas. Data beban produksi (total production cost) dipergunakan sebagai proksi bagi biaya produksi. Biaya penjualan, administrasi dan umum digunakan sebagai proksi biaya non-produksi. Sementara untuk data volume aktivitas diproksi dengan penjualan bersih. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik dokumen dan teknik loading internet.

E. Teknik Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian ini. Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan perubahan penjualan bersih, biaya produksi juga biaya penjualan, administrasi dan umum dari tahun 2018-2019, 2019-2020, 2020-2021.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

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).

Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan Kolmogorov Smirnov Goodness of Fit Test melalui program SPSS. Penelitian ini menggunakan signifikansi 5%. Data dianggap normal apabila nilai 2 tailed p tabel out put uji Kolmogorov Smirnov Test lebih besar dari signifikansi yang digunakan ($2 \text{ tailed } p > 0,05$). Jika data berdistribusi tidak normal maka digunakan metode trimming. Salah satu penyebab yang menjadikan data tidak berdistribusi normal adalah karena terdapat beberapa item data yang bersifat outliers, yaitu kasus atau data yang memiliki karakteristik unik terlihat sangat berbeda jauh dari observasi - observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim baik untuk sebuah variabel.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali,(2005) menyatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan korelasi antar variabel bebas (variabel independen) dalam model regresi yang digunakan. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai Tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 .

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2005) menyatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan korelasi antar variabel bebas (variabel independen) dalam model regresi yang digunakan. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

d. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2005), menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya perbedaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variansinya tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika variansinya berbeda disebut heteroskedastisitas. Jika variabel independen signifikan mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Indikasi ini terlihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%.

e. Uji Parsial (Uji T)

Uji t (uji individual) digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen (secara parsial) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependennya dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan Uji-t (uji individual) digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen (secara parsial) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependennya dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.

3. Uji Hipotesis

Pengujian teori sangat membantu untuk menguji signifikansi dari koefisien regresi yang diperoleh. Arah independen teori dilakukan untuk membandingkan pengukuran t statistik dengan tabel t atau nilai produktivitas dengan tingkat kepentingan yang telah ditentukan.

1. Uji T, diharapkan untuk menguji teori koefisien *slope* regresi secara tepat waktu dan menjamin bahwa model yang dipilih memungkinkan atau tidak menguraikan dampak variabel bebas terhadap variabel terikat. Tes ini sangat penting karena, dalam kasus seperti itu tidak mudah melalui penilaian T maka hasil uji t tidak signifikan. Menurut Gujarati (2007:108), keputusan diambil jika:

- 1) Nilai T hitung $>$ dari T tabel atau nilai probabilitas T - Statistik $<$ dari taraf signifikan, maka tolak H_0 ditolak dan variabel bebas bersamaan telah mempengaruhi variabel terikat.

- 2) Nilai T hitung < dari T tabel atau nilai probabilitas T-Statistik > taraf signifikan, maka H_0 ditolak dan variabel bebas bersamaan tidak mempengaruhi variabel terikat.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di perusahaan manufaktur sektor industri otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021 dengan memperoleh laporan keuangan melalui website resmi *www.idx.co.id*.

1. INTP (Indocement Tunggul Prakarsa Tbk)

PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk (INTP) adalah produsen semen dengan produk semen yang dipasarkan bermerek "Tiga Roda". Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1985. Saat ini, Perusahaan dan Anak Perusahaan terlibat dalam beberapa bisnis yang terdiri dari pembuatan dan penjualan semen (sebagai bisnis utama) dan beton siap pakai, dan agregat dan penggalian tras.

2. ARNA (Arwana Citramulia Tbk)

PT Arwana Citramulia Tbk (Arwana) merupakan perusahaan publik yang didedikasikan untuk memproduksi ubin keramik dengan biaya rendah untuk melayani segmen pasar menengah-ke bawah secara nasional. Perusahaan yang mulai beroperasi sejak tahun 1995 ini, berkantor pusat di Jakarta. Produk yang dijual di bawah merek "Arwana Ceramic Tiles" memiliki produk berkualitas dengan harga yang kompetitif. Pada tahun 2011 merek ubin keramik baru dengan kualitas yang lebih baik, yaitu "UNO," diperkenalkan untuk menangkap segmen pasar menengah-ke atas.

3. KIAS (Keramika Indonesia Aassosiasi Tbk)

PT Keramika Indonesia Assosiasi (KIA) didirikan pada tahun 1953. Awalnya, pabrik di Tanjung Pandang, Belitung hanya memproduksi beberapa jenis alat-alat makan dengan kapasitas yang sangat kecil. Namun, mulai 1968, KIA merupakan produsen utama dari keramik dinding yang berkualitas sangat baik (termasuk aksesorisnya), saat ini dengan 725 orang staf yang sudah di training dengan baik dan memiliki performa yang sangat baik, perusahaan dapat membawa brand KIA, IMPRESSO, dan SPECTRA mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari pasar atas kualitas produknya, baik secara domestic maupun internasional yang meliputi Asia, Eropa, dan Amerika Serikat.

4. BTON (Betonjaya manunggal Tbk)

PT. Betonjaya Manunggal Tbk (BTON) bergerak di bidang pembuatan baja dan besi. Perusahaan ini mulai beroperasi secara komersial pada bulan Mei 1996 dan saat ini bergerak dalam industri roll bar yang dipasarkan di dalam negeri.

5. BRPT (Barito Pacific Tbk)

PT. Barito Pacific Tbk (BRPT) bergerak dalam bisnis kehutanan, perkebunan, pertambangan, industri, properti, perdagangan, energi terbarukan dan transportasi. Perusahaan dimiliki oleh sekelompok perusahaan yang dimiliki oleh Barito Pacific. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1983.

6. EKAD (Ekhadarma International Tbk)

PT. Ekadharma International Tbk (EKAD) bergerak dalam bidang pembuatan pita perekat dan bahan terkait, serta perdagangan umum.

Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1981. PT Ekadharna Inti Perkasa adalah perusahaan induk utama dari perusahaan.

7. AKPI (Argha Karya Prima Industry)

PT. Argha Karya Prima Industry Tbk (AKPI) bergerak dalam bidang produksi dan distribusi kemasan fleksibel film Biaxially Oriented Poly Propylene (BOPP), film Polyester (PET), film Cast Poly Propylene (CPP) dan film Poly Acrylonitrile. Fasilitas manufaktur berlokasi di Citeureup, Bogor. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1982.

8. MAIN (Malindo Feedmill Tbk)

PT. Malindo Feedmill Tbk (MAIN) bergerak di industri pakan ternak dan peternakan anak ayam (DOC/Day Old Chicken). Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1998. Perusahaan induk perusahaan adalah Leong Hup International Sdn. Bhd., Sebuah perusahaan yang didirikan di Malaysia.

9. TIRT (Tirta Mahakam Resources)

PT. Tirta Mahakam Resources Tbk (TIRT) bergerak dalam bidang manufaktur dan penjualan kayu lapis dan produk yang berkaitan dengan kayu. Perusahaan memulai produksi komersialnya pada bulan November 1983. Perusahaan telah mengubah status PMA menjadi PMDN.

10. KBRI (Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk)

PT Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk (KBRI) bergerak di bidang pembuatan kertas, produk kertas, kemasan, dan lain-lain.

11. DLTA (Delta Djakarta Tbk)

PT. Delta Djakarta Tbk (DLTA) bergerak dalam bidang pembuatan dan distribusi bir pilsener dan stout beer di bawah merek dagang "Anker",

"Carlsberg", "San Miguel", "San Mig Light" dan "Kuda Putih". Perusahaan juga memproduksi dan mendistribusikan minuman non-alcohol dengan merek dagang "Sodaku". Beberapa produk Perusahaan dan merek label pribadi lainnya diekspor ke negara lain. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1933. Perusahaan ini adalah anggota San Miguel Corporation (SMC), Filipina.

12. ICBP (Indofood CBP Sukses Makmur Tbk)

PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) bergerak dalam bidang pembuatan mie dan bahan makanan, produk makanan kuliner, biskuit, makanan ringan, nutrisi dan makanan khusus, kemasan, perdagangan, transportasi, pergudangan dan cold storage, jasa manajemen dan penelitian dan pengembangan

13. RMBA (Bentoel International Investama Tbk)

PT. Bentoel Internasional Investama Tbk (RMBA) adalah anggota British American Tobacco Group. Perusahaan ini adalah produsen rokok di Indonesia. Perusahaan juga memasarkan beragam produk di segmen kretek mesin, kretek buatan tangan dan rokok putih. Portofolio perusahaan mencakup merek lokal seperti Sejati, Star Mild, Club Mild, Neo Mild, Tali Jagat, Bintang Buana, dan Uno Mild serta merek global seperti Dunhill, Lucky Strike, Ardath, Pall Mall dan Dunhill Mild

14. GGRM (Gudang Garam Tbk)

PT. Gudang Garam Tbk (GGRM) bergerak dalam bidang industri rokok dan kegiatan terkait industri rokok lainnya. Perusahaan memulai operasi komersialnya pada tahun 1958.

15. SIDO (Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk)

PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) bergerak dalam bidang industri herbal seperti industri medis (farmasi), herbal, kosmetik, makanan dan minuman yang berkaitan dengan kesehatan, perdagangan, transportasi darat dan jasa.

16. KAEF (Kimia Farma Tbk)

PT. Kimia Farma Tbk (KAEF) adalah perusahaan perawatan kesehatan terpadu. Perusahaan ini bergerak dalam bidang produksi, pengolahan, pemasaran, dan pendistribusian bahan kimia, farmasi, biologis, dan bahan lainnya di Indonesia.

17. MRAT (Mustika Ratu Tbk)

Mustika Ratu Tbk (MRAT) bergerak di bidang manufaktur, perdagangan dan distribusi kosmetik herbal dan tradisional, minuman kesehatan dan kegiatan terkait lainnya. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1978.

18. UNVR (Unilever Indonesia Tbk)

Unilever Indonesia Tbk (UNVR) bergerak dalam bidang manufaktur, pemasaran dan distribusi barang konsumsi termasuk sabun, deterjen, margarin, makanan berbasis susu, es krim, produk kosmetik, minuman berbasis teh dan jus buah.

19. KDSI (Kedawung Setia Industrial Tbk)

PT. Kedawung Setia Industrial Tbk (KDSI) bergerak dalam bidang pembuatan enamel, aluminium, dan barang plastik dan kerajinan logam, yang terutama merupakan peralatan dapur rumah tangga yang dioperasikan

dengan listrik. Perusahaan memulai produksi komersialnya pada tahun 1975.

20. LMPI (Langgeng Makmur Indonesia Tbk)

LMPI Didirikan tanggal 30 Nopember 1972 dengan nama PT Langgeng Jaya Plastic Industry Ltd. dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1976. Kantor pusat LMPI berdomisili di Jalan Letjen Sutoyo No. 256, Waru – Sidoarjo 61256, Jawa Timur – Indonesia, sedangkan pabriknya berlokasi di Waru – Jawa Timur, Trosobo – Jawa Timur dan Tangerang – Banten.

21. KRAH (Grand Kartech Tbk)

PT. Grand Kartech Tbk (KRAH) adalah perusahaan engineering & manufaktur yang mampu merancang, dan membangun peralatan dan mesin yang melayani berbagai sektor industri. Perusahaan memulai kegiatan komersial pada tahun 1991.

22. ASII (Astra Internasional Tbk)

PT. Astra Internasional Tbk merupakan kegiatan sosial dalam hal ramah tamah, seperti sekolah, bantuan pemerintah, kesejahteraan, dan kemajuan usaha kecil dan menengah serta juga dinamis dalam mendukung pelestarian lingkungan. PT. Astra Internasional Tbk tercatat sebagai organisasi publik pada tanggal 4 April 1990 di Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES). Dalam perdagangan saham, PT. Astra Internasional Tbk memiliki jenis penawaran utama di mana investor asing bergabung dengan penawaran yang tak terhitung jumlahnya. Saat ini, Grup Astra mempekerjakan 126.700 pekerja dalam bisnisnya.

23. GDYR (Goodyear Indonesia Tbk)

PT Goodyear Indonesia Tbk (GDYR) didirikan pada tanggal 26 Januari 1917 dengan nama NV The Goodyear Tire and Rubber Company Limited dan memulai kegiatan usahanya pada tahun 1917. Pusat administrasi GDYR terletak di Jln. Pemuda No. 27, Bogor 16161. Mengingat Anggaran Dasar Perusahaan, luasnya pelaksanaan GDYR adalah dengan mengambil bagian dalam usaha ban untuk kendaraan mesin, pesawat terbang dan bagian lain yang terkait, hanya sebagai alat angkut dan komoditi ban. Pada tahun 1980, GDYR mengarahkan Penawaran Umum Perdana (IPO) Perusahaan sebanyak 6.150.000 penawaran dengan nilai standar Rp1.000 per saham dengan biaya kontribusi Rp1.250 per saham. Penawaran tersebut tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 22 Desember 1980.

24. POLY (Asia Pacific Fibers Tbk)

PT. Asia Pacific Fibers Tbk (POLY) adalah produsen poliester. Perusahaan memproduksi PTA (pure terephthalic acid), chip poliester, serat stapel poliester dan benang filamen poliester. Perusahaan ini memulai produksi komersialnya pada tahun 1986. Produk perusahaan dipasarkan di dalam negeri dan internasional, termasuk ke Eropa, Amerika Serikat, Asia, Australia dan Timur Tengah

25. ERTX (Eraters Djaja Tbk)

PT. Eratex Djaja Tbk (ERTX) bergerak di bidang manufaktur tekstil, termasuk pemintalan, tenun, pencelupan, finishing, percetakan, pembuatan garmen, falsetwisting dan rajutan, juga menjual dan memasarkan produknya baik di pasar lokal maupun pasar ekspor. Perusahaan ini memulai operasi komersialnya pada tahun 1974.

26. BIMA (Primarindo Asia Infrastructure)

PT. Primarindo Asia Infrastructure Tbk (BIMA) bergerak di bidang industri alas kaki, khususnya produksi sepatu olah raga dan menangani pengolahan bahan baku pembuatan sepatu olah raga. Perusahaan ini memulai produksi komersialnya pada tahun 1989.

27. KBLM (Kabelindo Murni Tbk)

PT. Kabelindo Murni Tbk (KBLM) bergerak dalam bidang pembuatan kabel listrik, telepon kabel dan peralatan kabel. Dengan merek "Kabelindo" untuk semua kawat dan kabel yang diproduksi oleh perusahaan. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1979.

28. SCCO (Supreme Cable Manufacturing and Commerce Tbk)

PT. Supreme Cable Manufacturing & Commerce Tbk (SCCO) atau disingkat SUCACO bergerak di bidang produsen kabel. Produknya meliputi kabel telekomunikasi, kabel listrik dan kabel enamel. Produksi perusahaan ini dijual di pasar lokal dan ekspor. Perusahaan memulai produksi komersialnya pada tahun 1972.

29. PSTN (Sat Nusapersada Tbk)

PT. Sat Nusapersada Tbk (PTSN) merupakan pemasok printed circuit board dan perakitan komponen mekanik, dan produsen komponen elektronik. Perusahaan ini mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1990. Perusahaan ini berlokasi di Pulau Batam, Indonesia.

30. MYTX (Asiap Pacific Investama)

PT. Asia Pacific Investama Tbk (MYTX) (dahulu PT Apac Citra Centertex Tbk) bergerak di bidang industri garmen dan tekstil. Perusahaan

mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1987 dan saat ini bergerak di bidang industri garmen.

B. Hasil Penelitian

1. Deskriptif Statistik

Beikut ini adalah statistika deskriptif untuk perubahan penjualan, biaya penjualan, administrasi dan umum dan HPP dari tahun 2018-2019, 2019-2020,2020-2021.

Tabel 4.1
Deskriptif Statistik

	Jumlah rata-rata (Rp)	Jumlah sampel yang mengalami kenaikan	Jumlah sampel yang mengalami penurunan
Perubahan biaya penjualan, Administrasi dan umum dari tahun 2018-2019	4.299	21	9
Perubahan biaya penjualan, Administrasi dan umum dari tahun 2019-2020	4.487	14	16
Perubahan biaya penjualan, Administrasi dan umum dari tahun 2020-2021	4.021	19	11
Penjualan Harga Pokok Penjualan dari tahun 2018-2019	3.688	22	8
Penjualan Harga Pokok Penjualan dari tahun 2019-2020	3.779	19	11
Penjualan Harga Pokok Penjualan dari tahun 2020-2021	4.636	15	15
Perubahan penjualan dari tahun 2018-2019	4.571	20	10
Perubahan penjualan dari tahun 2019-2020	4.681	6	24

Perubahan penjualan dari tahun 2020-2021	3.715	16	14
--	-------	----	----

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan bahwa terdapat peningkatan biaya penjualan, administrasi umum yang stabil dimana pada periode 2018-2019 sebesar 6 persen dari total nilai sampel dengan nilai rata-rata Rp. 4.299. sedangkan pada periode 2019-2020 sebesar 7 persen dari total sampel dengan nilai rata-rata sebesar Rp. 4.487 dan pada periode 2020-2021 sebesar 5 persen dari total nilai sampel dengan nilai rata-rata Rp. 4.021.

Jika dilihat pada perubahan Harga Pokok Penjualan pada periode 2018-2019 sebesar 5 persen dari total sampel dengan nilai rata-rata sebesar Rp. 3.688. sedangkan pada periode 2019-2020 sebesar 4 persen dengan nilai rata-rata Rp. 3.779 dan pada periode 2020-2021 sebesar 6 persen dari total nilai sampel dengan nilai rata-rata Rp. 4.636.

Dilihat pada perubahan penjualan pada periode 2018-2019 sebesar 7 persen dari total sampel dengan nilai rata-rata sebesar Rp. 4.571. sedangkan pada periode 2019-2020 sebesar 8 persen dengan nilai rata-rata Rp. 4.681 dan periode 2020-2021 sebesar 5 persen dengan nilai rata-rata sebesar Rp. 3.715.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas kolmogrof smirnov merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.

Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai signifikansi >0.05 maka nilai residual berdistribusi normal
- 2) Jika nilai signifikansi <0.05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		30	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0550000	
	Std. Deviation	1.98533703	
Most Extreme Differences	Absolute	.178	
	Positive	.178	
	Negative	-.166	
Test Statistic		.178	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.017	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.056	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.062
		Upper Bound	.069

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber data: diolah oleh spss

Berdasarkan hasil pengujian diatas nilai signifikansial yaitu $0.06 > 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*.

Berdasarkan nilai *tolerance*

- 1) Tolerance >0.10 = tidak terjadi multikolinearitas
- 2) Tolerance <0.10 = terjadi multikolinearitas

Berdasarkan nilai VIP

- 1) VIF <10.00 = Tidak terjadi multikolinearitas
- 2) VIF >10.00 = Terjadi multikolinearitas

Tabel 4.3

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	-3.158	.000		-	<,001		
					221857820.638			
	Sticky cost	-.265	.000	-.228	-93392821.051	<,001	.951	1.052
	biaya penjualan	1.000	.000	1.026	420557534.603	<,001	.951	1.052

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Sumber data: diolah oleh spss

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diketahui nilai tolerance sebesar $0.95 > 0.01$ dan nilai VIF $1.052 > 10.00$ Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskeditas

Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai signifikan > 0.05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskeditas dalam model regresi.

- 2) Jika nilai signifikan < 0.05 maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskeditas.

Tabel 4.4

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.731	.447		3.876	<.001
	Sticky cost	-.025	.089	-.055	-.278	.783
	biaya penjualan	.039	.075	.104	.528	.602

a. Dependent Variable: Abs_RES

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan dari hasil pengujian data bahwa semua hasil > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskeditas.

d. Uji Autokorelasi

Dasar pengambilan keputusan

- 1) Jika $d < d_L$ atau $> 4-d_L$ maka hipotesis nol ditolak, artinya terdapat autokorelasi
- 2) Jika $d_U < d < 4-D_u$ maka hipotesis diterima, artinya tidak terdapat autokorelasi
- 3) Jika $D_L < d < D_u$ atau $4-D_u < d < 4- d_L$ artinya tidak terdapat kesimpulan.

Tabel 4.5

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.222 ^a	.049	.015	2.02048	1.868

a. Predictors: (Constant), Sticky cost

b. Dependent Variable: biaya penjualan

Hasil uji Autokorelasi Durbin Watson

$n=75$

$d=1.868$

$dL=1.598$

$Du=1.652$

$4-dl = 4-1.598 = 1.594$

$4-Du = 4 - 1.652 = 1.648$

Hasil $= Du < d < 4-dU$

$= 1.652 < 1.868 < 1.648$

Kesimpulan: Tidak terdapat Autokorelasi

3. Uji Hipotesis

Pengujian teori sangat membantu untuk menguji signifikansi dari koefisien regresi yang diperoleh. Arah independen teori dilakukan untuk membandingkan pengukuran t statistik dengan tabel t atau nilai produktivitas dengan tingkat kepentingan yang telah ditentukan.

Tabel 4.6

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-3.158	.000		-	<,001
					221857820.638	
	Sticky cost	-.265	.000	-.228	-93392821.051	<,001
	biaya penjualan	1.000	.000	1.026	000557534.603	<,001

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

- 1) Data tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai probabilitas t –statistic < taraf signifikan maka H_0 tidak diterima dan variabel bebas mempengaruhi variabel terikat
- 2) Data dapat disimpulkan bahwa nilai probabilitas t-statistik < taraf signifikan maka H_0 tidak diterima dan variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

C. Pembahasan

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 turun.

Berdasarkan data yang diperoleh pada pengujian dengan menggunakan SPSS pada hipotesis pertama bahwa besaran kenaikan penjualan, administrasi dan umum pada saat penjualan bersih naik lebih tinggi dibanding besaran penurunan biaya penjualan administrasi dan umum pada saat penjualan turun sangat berpengaruh signifikan dilihat

dari tabel 4.6 bahwa H_0 tidak terima maka terdapat pengaruh pada variabel terikat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian weiss (2010) bahwa biaya penjualan, administrasi dan umum dikatakan *sticky* jika komponen terbesar dalam biaya penjualan, administrasi dan umum adalah fixed cost maka biaya penjualan, administrasi dan umum tidak mudah mengikuti pergerakan penjualan. Sehingga kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum ketika penjualan naik lebih besar dibandingkan dengan penurunannya pada volume yang sama.

Perilaku *sticky* terjadi ketika penjualan mengalami peningkatan maka biaya pemeliharaan aset juga ikut meningkat seiring peningkatan kapasitas penggunaan, tetapi ketika penjualan menurun maka perusahaan pun mengeluarkan biaya pemeliharaan aset untuk mempertahankan aktiva jika sewaktu-waktu penjualan mengalami kenaikan dan tidak mungkin dilakukan penghentian aset begitu saja, sehingga mengakibatkan penghematan biaya menjadi rendah.

2. Besaran kenaikan Harga Pokok pada saat penjualan bersih naik lebih tinggi dibanding besaran penurunan Harga Pokok pada saat penjualan bersih turun.

Berdasarkan data yang diperoleh pada pengujian dengan menggunakan SPSS pada hipotesis kedua bahwa Besaran kenaikan Harga Pokok pada saat penjualan bersih naik lebih tinggi dibanding besaran penurunan Harga Pokok pada saat penjualan bersih turun dan tidak berindikasi. Bahwa besaran kenaikan Harga Pokok Pada saat penjualan bersih naik lebih tinggi dibanding besaran penurunan Harga

Pokok Pada saat penjualan bersih turun, sehingga terdapat perilaku *sticky cost* pada Harga Pokok pada perusahaan manufaktur di BEI.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil uji hipotesis pertama yang telah dilakukan disimpulkan bahwa terdapat indikasi perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum pada perusahaan manufaktur pada Bursa Efek Indonesia. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Marhamah¹, Edy Susanto, Muhammad Aminudin (2020), Risvia Apriliawati Yeterina Widi Nugrahanti (2019) bahwa hipotesis pertama, ditemukan adanya indikasi perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi dan umum pada perusahaan manufaktur di Indonesia periode 2009-2012. hipotesis kedua yang telah dilakukan bisa dilihat bahwa pada periode amatan 2009- 2012 pertumbuhan ekonomi terus mengalami peningkatan

Sedangkan pada uji hipotesis kedua yang telah dilakukan disimpulkan bahwa terdapat indikasi perilaku *sticy cost* pada HPP Pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh pada pengujian dengan menggunakan SPSS pada hipotesis kedua bahwa Besaran kenaikan Harga Pokok pada saat penjualan bersih naik lebih tinggi dibanding besaran penurunan Harga Pokok pada saat penjualan bersih turun dan tidak berindikasi. Bahwa besaran kenaikan Harga Pokok Pada saat penjualan bersih naik lebih tinggi dibanding besaran penurunan Harga Pokok Pada saat penjualan bersih turun,

sehingga terdapat perilaku *sticky cost* pada Harga Pokok pada perusahaan manufaktur di BEI.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, saran yang dapat diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bagi pihak pengambil keputusan seperti manajer agar tidak terburu dalam mengambil keputusan untuk mempertahankan sumber daya yang tidak digunakan dimasa depan pada saat aktivitas penjualan mengalami penurunan.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih kensen ke komponen penyusun dari biaya penjualan, administrasi dan umum seperti biaya gaji, biaya sewa gedung, dan biaya pemeliharaan alat.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian mengenai *sticky cost* pada perusahaan selain manufaktur, seperti perusahaan properti, perusahaan jasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiffah, A., Murdayanti, Y., & Purwohedi, U. (2018). Fenomena Perilaku Sticky Cost Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Jurnal akuntansi*.
- Apriliawati, R., & Nugrahanti, Y. W. (2013). Perilaku sticky cost pada biaya penjualan, administrasi dan umum (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2012).
- Anderson, M. C., Banker, R. D., & Janakiraman, S. (2003). Are Selling, General, and Administrative Costs “Sticky”?
- Azmi, Z., & Januryanti, J. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sticky Cost. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 6(1), 274-280.
- Candra, P. (2022). Pengaruh Asset Intensity dan Employee Intensity terhadap Sticky Cost pada Biaya Penjualan, Administrasi dan Umum pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *FIN-ACC (Finance Accounting)*, 2(2).
- Jazuli, M. A., Maksum, A., & Rini, E. S. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Cost Stickiness Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(1), 205-222.
- 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.
- Marhamah, M., Susanto, E., & Aminudin, M. (2020). 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. *JAB (Jurnal Akuntansi & Bisnis)*, 6(01).
- Ningrum, D. A., & Noegroho, Y. A. K. (2021). ANALISIS PERILAKU STICKY COST BIAYA PENJUALAN, ADMINISTRASI DAN UMUM SERTA HARGA POKOK PENJUALAN PADA PERUSAHAAN MANUFaktur. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(1), 1519-1538.
- Setiawan, E. (2022). Perilaku Sticky Cost dan Pengaruhnya terhadap Prediksi Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *FIN-ACC (Finance Accounting)*, 2(7).
- 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*, 1(1), 120-132.

**L
A
M
P
I
R
A
N**



Tabel
Deskriptif Statistik

	Jumlah rata-rata (Rp)	Jumlah sampel yang mengalami kenaikan	Jumlah sampel yang mengalami penurunan
Perubahan biaya penjualan, Administrasi dan umum dari tahun 2018-2019	4.299	21	9
Perubahan biaya penjualan, Administrasi dan umum dari tahun 2019-2020	4.487	14	16
Perubahan biaya penjualan, Administrasi dan umum dari tahun 2020-2021	4.021	19	11
Penjualan Harga Pokok Penjualan dari tahun 2018-2019	3.688	22	8
Penjualan Harga Pokok Penjualan dari tahun 2019-2020	3.779	19	11
Penjualan Harga Pokok Penjualan dari tahun 2020-2021	4.636	15	15
Perubahan penjualan dari tahun 2018-2019	4.571	20	10
Perubahan penjualan dari tahun 2019-2020	4.681	6	24
Perubahan penjualan dari tahun 2020-2021	3.715	16	14

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		30	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0550000	
	Std. Deviation	1.98533703	
Most Extreme Differences	Absolute	.178	
	Positive	.178	
	Negative	-.166	
Test Statistic		.178	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.017	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.056	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.062
		Upper Bound	.069

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.158	.000		221857820.638	<,001		
	Sticky cost	-.265	.000	-.228	-93392821.051	<,001	.951	1.052
	biaya penjualan	1.000	.000	1.026	420557534.603	<,001	.951	1.052

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.222 ^a	.049	.015	2.02048	1.868

a. Predictors: (Constant), Sticky cost

b. Dependent Variable: biaya penjualan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.158	.000		-	<,001
	Sticky cost	-.265	.000	-.228	-93392821.051	<,001
	biaya penjualan	1.000	.000	1.026	000557534.603	<,001

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
GALERI INVESTASI BEI UNISMUH MAKASSAR

Gedung Menara IQRA Lt.2. Jl. Sultan Alauddin No. 259
 Makassar – 90221 Telp. (0411) 866972, Faxmile (0411) 865588;
 Mobile +62852-1112-2153 Email: galeriinvestasibei.unismuh@gmail.com



Makassar, 18 Mei 2022 M
 17 Syawal 1443 H

Nomor : 148/GI-U/V/II/2022
 Hal : Jawaban Permohonan Penelitian

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar
 Di

Tempat

Assalamu'alaikum Wr Wb

Sehubungan dengan surat dari Lembaga Penelitian Pengembangan dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Makassar, Nomor: 1769/05/C.4-VIII/V/40/2022. Maka bersama ini disampaikan, hal-hal sebagai berikut:

1. Bahwa Galeri Investasi BEI-Unismuh Makassar bersedia untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melakukan penelitian:

Nama	: Nurfanadayanti
Stambuk	: 105731131817
Program Studi	: Akuntansi
Judul Penelitian	: “Analisis Sticky Cost Pada Biaya Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021”
2. Agar memahami prosedur Trading di BEI, maka peneliti diwajibkan membuka RDN di GI BEI Unismuh Makassar.

Demikian jawaban kami, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Fastabiqul khaerat,

Pembina

Galeri Investasi BEI-Unismuh Makassar



[Signature]
Dr. A. Ifayani Haanurat, MM, CBC

NBM: 857 606



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Nurfanadayanti

NIM : 105731131817

Program Studi : Akuntansi

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10%	10 %
2	Bab 2	22%	25 %
3	Bab 3	8%	10 %
4	Bab 4	9%	10 %
5	Bab 5	5%	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 20 Januari 2023

Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,


Nursimah, S.Hum., M.I.P
 NBM. 964 591

BAB I Nurfanadayanti 105731131817

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	3%
2	onesearch.id Internet Source	3%
3	journal.untar.ac.id Internet Source	2%
4	eprints.uny.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes OnExclude matches < 2%Exclude bibliography On

BAB II Nurfanadayanti 105731131817

ORIGINALITY REPORT

22%	21%	10%	16%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejournal.uksw.edu Internet Source	11%
2	jptam.org Internet Source	3%
3	jurnal.fe.uad.ac.id Internet Source	3%
4	Submitted to President University Student Paper	2%
5	journal.unpas.ac.id Internet Source	2%
6	online-journal.unja.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On
 Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

BAB III Nurfanadayanti 105731131817

ORIGINALITY REPORT

8%	12%	11%	15%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnal.unimed.ac.id Internet Source	2%
2	repository.president.ac.id Internet Source	2%
3	repository.trisakti.ac.id Internet Source	2%
4	repository.umy.ac.id Internet Source	2%
5	Submitted to President University Student Paper	2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

BAB IV Nurfanadayanti 105731131817

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	2%
2	repository.unp.ac.id Internet Source	2%
3	Submitted to Canada College Student Paper	2%
4	jurnal.unmer.ac.id Internet Source	2%
5	Submitted to President University Student Paper	2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

BAB V Nurfanadayanti 105731131817

ORIGINALITY REPORT

5% SIMILARITY INDEX	5% INTERNET SOURCES	0% PUBLICATIONS	0% STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	erepository.stein.ac.id Internet Source	5%
----------	---	-----------

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%



BIOGRAFI PENULIS



NURFANADAYANTI panggilan Nada lahir di Kajang pada tanggal 1 Juni 1999 dari pasangan suami istri Bapak Sukardi dan Ibu Siara. Peneliti adalah anak tunggal. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Desa Bontorannu Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SD Negeri 104 Janayya lulus tahun 2011, SMP Negeri 20 Bulukumba tahun 2014, SMA Negeri 5 Bulukumba lulus tahun 2017 dan mulai tahun 2017 mengikuti program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar.

