

## ABSTRAK

Judul : Perilaku *Sticky Cost* terhadap Biaya Penjualan, Biaya Administrasi dan Umum serta Harga Pokok Penjualan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi di BEI Tahun 2015-2019  
Nama : Markus Ben S  
Program Studi : S-1 Akuntansi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui indikasi perilaku *sticky cost* pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui indikasi perilaku biaya yang melekat. Kekakuan biaya dapat ditunjukkan dengan reaksi asimetris biaya terhadap perubahan. Penelitian ini menggunakan model Anderson, Banker, Janakiraman (ABJ) untuk mengidentifikasi perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan dan biaya administrasi umum. Sampel dalam penelitian ini adalah 41 selama tahun 2015-2019. Studi ini menemukan bahwa biaya penjualan, umum dan administrasi naik 0,620 persen dan beban pokok penjualan naik 0,910 persen bila penjualan naik 1 persen. Sedangkan biaya penjualan dan penjualan, umum dan administrasi turun 0,311 persen dan beban pokok penjualan turun 0,962 persen per 1 persen penurunan penjualan. Hasil penelitian memberikan indikasi perilaku *sticky cost* dalam biaya penjualan, umum dan administrasi pada perusahaan manufaktur Indonesia, namun harga pokok penjualan pada perusahaan manufaktur Indonesia ditemukan berperilaku *antisticky*.

**Kata kunci:** *sticky cost, penjualan bersih biaya penjualan, administrasi dan umum, harga pokok penjualan*

## **ABSTRACT**

**Title** : *Sticky Cost Behavior towards Selling Costs, General and Administrative Costs and Cost of Goods Sold in Manufacturing Companies in the Consumer Goods Sector on the IDX 2015-2019*

**Name** : Markus Ben S

**Study Program:** *S-1 Accounting*

*This research is aimed to find the indication of sticky cost behavior in Indonesian consumer goods companies listed on Indonesian Stock Exchange. The objective of this study is to find the indication of sticky cost behavior. The cost stickiness can be indicated by asymmetric reaction of costs to changes. This study employs Anderson, Banker, Janakiraman (ABJ) model to identify the sticky cost behaviour on selling expense and general administrative expense. The samples of this study are 41 firms during 2015-2019. This study found that selling, general and administrative cost increase 0,620 percent and cost of good sold increase 0,910 percent when sales increase 1 percent. Whereas, the sales and selling, general and administrative cost decrease 0,311 percent and cost of good sold decrease 0,962 percent per 1 percent decrease in sales. The research results provide of sticky cost behaviour indication in selling expense, general and administrative in Indonesian manufacturing company. But, cost of good sold in Indonesian manufacturing company is found to behave anti-sticky.*

**Keywords:** *sticky cost, net sales, selling, general and administrative costs, cost of good sold,*