

ABSTRACT

A fundamental assumption in cost accounting is that the relation between cost and volume is symmetric for volume increase and decrease. . In this research we investigate whether cost is “sticky”. The cost is sticky if whether cost increase more when volume rises than they decrease when volume fall by an equivalent amount. We find for 20 firm over 4 years, that selling, general and administrative (SG&A) is not indicated sticky behavior, while cost of good sold increase on average 0,319% per 1% increase in sales but decrease only 0,163% per 1% decrease in sales.

This study examines how firms’ asymmetric cost behavior influences analyst earnings forecasts, primarily the accuracy of analysts’ consensus earnings forecasts. Results indicate that firms with stickier cost behavior have less accurate 14,7% earnings forecasts than anti – sticky.

Keyword : cost of behavior; cost of good sold; earning forecast; selling, general and administrative; sticky cost

ABSTRAKSI

Asumsi dasar dalam akuntansi biaya adalah bahwa hubungan antara biaya dan volume simetris antara meningkat dan menurun. Dalam penelitian ini kami menyelidiki apakah biaya adalah "Sticky". Kos adalah sticky jika kenaikan biaya lebih besar ketika volume naik dan mereka menurun ketika volume turun oleh jumlah yang setara. Kami menemukan 20 perusahaan dari pengamatan 4 tahun, Pemasaran, Administrasi dan umum (PA&U) tidak terdapat indikasi sticky cost, sedangkan untuk harga pokok penjualan (HPP) naik 0,319% per 1% pada kenaikan penjualan bersih, tetapi menurun hanya 0,163% per 1% pada kenaikan penjualan bersih.

Studi ini meneliti bagaimana perilaku biaya asimetris mempengaruhi analisa laba perkiraan, terutama akurasi perkiraan laba masa depan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dengan perilaku sticky cost memiliki analisis kurang akurat 14,7% dibanding dengan anti-sticky

Keywords : harga pokok penjualan; pemasaran, administrasi dan umum, perilaku biaya; perkiraan laba; sticky cost

INTISARI

Dalam *management accounting*, perilaku kos secara tradisional merupakan salah satu aspek penting seorang manager untuk menganalisa laba. Namun terdapat dugaan bahwa kos meningkat lebih tinggi ketika volume aktivitas meningkat dibandingkan penurunan kos ketika volume aktivitas menurun, perilaku ini disebut *Sticky* (Cooper dan Kaplan, 1998 dalam Anderson *et. al.* 2003).

Penelitian ini bertujuan untuk memperkuat hasil penelitian sebelumnya. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut: 1) Kenaikan kos pemasaran, administrasi & umum (PA&U) pada saat penjualan bersih (*Net Sales*) naik lebih tinggi dibanding penurunan kos PA&U pada saat penjualan bersih (*Net Sales*) turun, 2) Kenaikan harga pokok penjualan (HPP) pada saat penjualan bersih (*Net Sales*) naik lebih tinggi dibanding penurunan HPP pada saat penjualan bersih (*Net Sales*) turun, 3) perilaku kos mengurangi keakuratan peramalan laba masa depan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2009 – 2012. Teknik pengumpulan data menggunakan *purposive sampling*. Sedangkan untuk menguji hipotesis digunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa : 1) Kos Pemasaran, Administrasi dan Umum tidak bersifat *Sticky*. 2) Harga Pokok Penjualan bersifat *Sticky*. 3) Perilaku kos mengurangi keakuratan laba masa depan.