
PERILAKU *STICKY COST* DAN PENGARUHNYA TERHADAP PREDIKSI LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Eddy Setiawan

Email: eddysetiawan4@gmail.com

Program Studi Akuntansi STIE Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan penelitian asosiatif, dan dilakukan untuk mengetahui perilaku *sticky cost* dan pengaruhnya terhadap prediksi laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode 2011 sampai dengan 2015. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik yang meliputi: statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Variabel bebas dalam penelitian perilaku *sticky cost* adalah biaya penjualan, biaya administrasi dan umum, serta harga pokok penjualan, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah penjualan bersih dan *dummy* penjualan bersih. Hasil penelitian ini adalah biaya operasi yang terdiri dari biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum bersifat *sticky*, harga pokok penjualan yang tidak bersifat *sticky*, dan terdapat pengaruh antara perilaku *sticky cost* terhadap prediksi laba, sehingga *sticky cost* mengurangi keakuratan prediksi laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

KATA KUNCI: Perilaku *Sticky Cost* dan Prediksi Laba.

PENDAHULUAN

Laba merupakan salah satu unsur utama yang menunjukkan kinerja perusahaan, sehingga perusahaan harus mampu menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi laba. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menganalisis perilaku biaya. Dalam hal ini terjadi berbagai masalah perusahaan terkait biaya, salah satunya adalah adanya perilaku biaya yang meningkat lebih tinggi saat penjualan meningkat, dibanding penurunan biaya pada saat penjualan menurun. Perilaku ini disebut dengan *Sticky cost*. Akibat adanya perilaku *sticky cost* membuat prediksi laba menjadi tidak akurat. Hal ini dibuktikan dengan penelitian Weiss (2010) memperoleh kesimpulan bahwa perilaku *sticky cost* dapat mengurangi tingkat akurasi prediksi laba.

Oleh karena itu membuat penulis tertarik untuk meneliti kembali bagaimana perilaku *sticky cost* dapat mempengaruhi prediksi laba dengan menggunakan data perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) khusus industri manufaktur untuk mendapatkan data harga pokok penjualan (HPP) dan biaya penjualan, administrasi dan umum (PA&U) sebagai proksi *cost* serta pendapatan penjualan bersih (*net sales*) sebagai proksi *relevant drivers*. Dalam hal ini, untuk memprediksi laba akan digunakan model *cost variability* dan *cost stickiness* (CVCS).

KAJIAN TEORITIS

1. Pengertian Biaya

Biaya merupakan pengorbanan yang dapat diukur dengan satuan moneter dan diharapkan dapat memberikan manfaat pada masa sekarang ataupun masa yang akan datang. Menurut Hansen dan Mowen (2000: 36): “Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa datang bagi organisasi.” Sedangkan menurut Bustami (2006: 4): “Biaya atau *cost* adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.”

2. Penggolongan Biaya

Berdasarkan pola perilaku biaya dapat diketahui bahwa adanya biaya variabel dan biaya tetap.

Menurut Carter (2004: 57):

Biaya umumnya akan menghasilkan klasifikasi tiap pengeluaran sebagai biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel. Biaya tetap dapat didefinisikan sebagai biaya yang secara total tidak berubah saat aktivitas bisnis meningkat atau menurun. Sedangkan biaya variabel didefinisikan sebagai biaya yang secara total meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas. Dan biaya semivariabel didefinisikan sebagai biaya yang memperlihatkan baik karakteristik-karakteristik dari biaya tetap maupun biaya variabel.

Sedangkan menurut Hansen dan Mowen (2000: 52): “Biaya tetap adalah biaya yang secara keseluruhan konstan dalam rentang yang relevan seiring dengan tingkat pendorong kegiatan beragam. Sedangkan biaya variabel dapat didefinisikan sebagai biaya yang secara jumlah bervariasi berbanding langsung terhadap perubahan pada pendorong kegiatan.”

Serta menurut Horngren, et al (2005: 37):

Biaya variabel (*variable cost*) secara total berubah proporsional mengikuti perubahan tingkat aktivitas atau volume yang terkait. Sedangkan biaya tetap (*fixed cost*) tidak akan berubah secara total untuk jangka waktu tertentu, sekalipun terjadi perubahan yang besar atas tingkat aktivitas atau volume terkait.

3. *Sticky Cost*

Biaya disebut *sticky* ketika kenaikan biaya yang disebabkan oleh penambahan volume penjualan lebih besar dibandingkan penurunan biaya yang disebabkan penurunan volume penjualan (Andreson *et al.*, 2003; Windyastuti dan Biyanto, 2005).

Menurut (Yasukata *et al.*, 2011; Ratnawati dan Nugrahanti, 2015):

Sticky cost dapat muncul akibat keputusan yang disengaja dan penyesuaian yang ditunda oleh manajer, oleh karena itu manajer yang memprediksi penjualan di masa depan akan mengambil keputusan untuk mempertahankan sumber daya yang tidak digunakan daripada melakukan penyesuaian biaya ketika permintaan menurun. Dengan demikian, hal ini akan menimbulkan biaya tetap yang membuat total biaya sulit untuk berubah sehingga muncul indikasi perilaku *sticky cost*.

Menurut Weiss (2010):

Perusahaan yang memiliki tingkat *sticky cost* yang tinggi menyebabkan pendapatan penjualan menurun karena aktivitasnya juga menurun dan biaya tetapnya tinggi, sehingga jika perusahaan boros maka akan terjadi tidak efisien dan laba di tahun ini atau di tahun yang akan datang tidak dapat diprediksi dengan tepat.

4. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum adalah semua biaya yang terjadi dan berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum.

Menurut Rudianto (2009: 225):

Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang tidak memiliki hubungan langsung dengan tingkat aktivitas produksi dan tingkat aktivitas penjualan. Karena itu, biaya administrasi dan umum cenderung bersifat tetap. Berarti, anggaran biaya administrasi dan umum relatif tidak berubah walaupun terjadi perubahan volume penjualan atau perubahan volume produksi.

5. Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan merupakan salah satu biaya yang terkandung dalam suatu produk atau barang yang akan dijual. Harga pokok penjualan juga dapat diartikan dengan modal awal pada sebuah barang yang akan dijual.

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2006: 60): “Harga pokok penjualan adalah harga pokok produk yang sudah terjual dalam periode waktu berjalan yang diperoleh dengan menambahkan harga pokok produksi dengan persediaan produk selesai awal dan persediaan produk selesai akhir.” Sedangkan menurut Soemarso

(2004: 226): “Harga pokok penjualan adalah nilai beli yang dikeluarkan untuk barang yang dijual.”

6. Pengertian Laba

Labanya merupakan keuntungan yang dihasilkan dari kegiatan perusahaan dalam satu periode akuntansi. Labanya juga menggambarkan kinerja perusahaan, semakin tinggi labanya maka menunjukkan kinerja yang baik pada perusahaan. Menurut Stice (2004: 270): “Laba adalah pengembalian atas investasi kepada pemilik. Hal ini mengukur nilai yang dapat diberikan oleh entitas kepada investor dan entitas masih memiliki kekayaan yang sama dengan posisi awalnya.” Sedangkan menurut Soemarso (2004: 226): “labanya bruto adalah selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan.”

7. Peramalan Laba

Menurut *John J. Wild* (2004: 308): Peramalan labanya mengikuti analisis komponen labanya dan melibatkan pembuatan estimasi labanya masa depan. Salah satu informasi relevan yang berguna untuk peramalan labanya adalah MD dan A. Meskipun peramalan labanya tergantung dari prospek masa depan, proses peramalan harus bergantung pada bukti saat ini dan masa lalu.

8. Penjualan Bersih

Penjualan bersih adalah sejumlah kegiatan penjualan kepada pelanggan, dan diselisihkan antara retur penjualan dan potongan penjualan pada satu periode akuntansi.

Menurut Soemarso (2004: 226): Penjualan bersih adalah jumlah yang dibebankan kepada pembeli karena penjualan barang dan jasa, baik secara kredit maupun tunai dilaporkan sebagai penjualan bruto (*gross sales*). Penjualan retur dan pengurangan harga serta potongan penjualan dilaporkan sebagai pengurangan terhadap penjualan bruto. Hasil yang diperoleh adalah penjualan bersih (*net sales*).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah asosiatif yaitu penelitian untuk mengukur seberapa jauh hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antarlain: variabel bebas yang terdiri dari

biaya penjualan, biaya administrasi dan umum, serta harga pokok penjualan, untuk variabel terikat terdiri dari penjualan bersih, dan *dummy* penjualan bersih.

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 144 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang digunakan setelah dilakukan *purposive sampling* dalam penelitian ini berjumlah 51 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi, yaitu dengan menggunakan data berupa laporan keuangan setiap perusahaan sampel dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2015 yang diperoleh dari www.idx.co.id. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi), analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi dan koefisien determinasi, uji kelayakan model (Uji F), uji perilaku *sticky cost* dan pengaruh terhadap prediksi laba.

PEMBAHASAN

1. Statistik Deskriptif

TABEL 1
STATISTIK DESKRIPTIF
(Dalam jutaan rupiah)
Descriptive Statistics

	N	Range	Min	Max	Mean	Std. Deviation	Varian
BIAYA OPERASI	255	19480064	17936	19498000	1327215,77	2971359,109	882897495 5411
HPP	255	162766053	125947	162892000	9192678,90	22672273,45	514031983 36528,06
PENJUALAN	255	201534836	166164	201701000	11914860,5	28627528,39	819535382 155892,8
DPENJUALAN	255	1	0	1	,17	,379	,143
Valid N (listwise)	255						

Sumber: Data Output SPSS 20.0, 2016

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa data yang digunakan dalam penelitian adalah berjumlah 255 data pada periode berturut-turut 2011-2015. Dapat diketahui juga rentang data (*range*) antara lain adalah 19.480.064 untuk biaya

operasi, 162.766.053 untuk harga pokok penjualan, serta 201.534.836 untuk penjualan bersih.

Selain itu diketahui bahwa nilai terendah (minimum) biaya operasi terjadi pada tahun 2011, dimiliki oleh PT Yanaprima Hastapersada, Tbk. adalah sebesar 17.936 dengan total biaya operasi sebesar Rp17.935.576.066, harga pokok penjualan terendah (minimum) terjadi pada tahun 2012, dimiliki oleh PT Ricky Putra Globalindo, Tbk. adalah sebesar 125.947 dengan total harga pokok penjualan sebesar Rp125.947.090.929, dan penjualan bersih terendah (minimum) terjadi pada tahun 2012, dimiliki oleh PT Ricky Putra Globalindo, Tbk. adalah sebesar 166.164 dan dengan total penjualan bersih sebesar Rp166.164.356.847.

Diketahui juga bahwa nilai tertinggi (maksimum) biaya operasi terjadi pada tahun 2015, dimiliki oleh PT Astra International, Tbk. dengan nilai pengujian statistik deskriptif yang dihasilkan adalah 19.498.000, dan total biaya operasi sebesar Rp19.498.000.000.000, harga pokok penjualan tertinggi (maksimum) terjadi pada tahun 2014, dimiliki oleh PT Astra International, Tbk. dengan nilai pengujian statistik deskriptif sebesar 162.892.000 dan total harga pokok penjualan sebesar Rp162.892.000.000.000, penjualan bersih tertinggi (maksimum) terjadi pada tahun 2014, dimiliki oleh PT Astra International, Tbk. dengan hasil pengujian statistik deskriptif sebesar 201.701.000 dan total penjualan bersih sebesar Rp201.701.000.000.000.

Dapat diketahui bahwa nilai rerata (*mean*) biaya operasi adalah sebesar 1.327.215,77 dengan total biaya sebesar Rp1.318.490.533.038,97, sedangkan untuk harga pokok penjualan adalah sebesar 9.192.678,90 dengan total sebesar Rp8.985.455.580.937,62 dan yang terakhir adalah nilai rerata (*mean*) statistik deskriptif penjualan bersih adalah sebesar 11.914.860,50 dengan total sebesar Rp11.721.234.275.253,80.

Serta nilai standar deviasi dan varian hasil pengujian statistik deskriptif adalah masing-masing 2.971.359,109 dan 8.828.974.955.411,932 untuk biaya operasi, 22.672.273 dan 514.031.983.365.288,06 untuk harga pokok penjualan, serta 11.914.860,50 dan 819.535.382.155.892,80 untuk penjualan bersih.

2. Pengujian Asumsi Klasik

Setelah dilakukan pengujian asumsi klasik menggunakan bantuan program SPSS versi 20.0, dapat diketahui bahwa perilaku *sticky cost* biaya operasi terhadap penjualan bersih dan *dummy* penjualan, harga pokok penjualan terhadap penjualan bersih dan *dummy* penjualan, serta prediksi laba memenuhi pengujian asumsi klasik yaitu data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan tidak terjadi autokorelasi. Sehingga dapat diketahui bahwa model regresi baik dan layak untuk dapat lebih tepat dalam menjelaskan penelitian lebih akurat.

3. Pengujian Regresi Berganda

Pada penelitian ini, akan dilakukan pengujian analisis regresi berganda prediksi laba model *Cost Variability* dan *Cost Stickiness (CVCS)*. Berikut ini disajikan hasil analisis regresi berganda yang dilakukan menggunakan program SPSS versi 20.0:

TABEL 2
UJI ANALISIS REGRESI BERGANDA
SETELAH Z-SCORE
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
(Constant)	,032	,023		
DECRDUM	-,062	,034	,802	1,246
1 ROEt-1	,648	,059	,881	1,135
SALESt-1	-1,037E-016	,000	,205	4,881
SALESt-1*DECRDUM	3,372E-016	,000	,195	5,125

a. Dependent Variable: Zscore: ROEt
Sumber: Data Output SPSS 20.0, 2016

Persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$ROE_t = \gamma_0 + \gamma_1 DECRDUM_t + \gamma_2 ROE_{t-1} + \gamma_3 SALES_{t-1} + \gamma_4 SALES_{t-1} DECRUM_t$$

$$ROE_t = 0,032 - 0,062 \gamma_1 + 0,648 \gamma_2 - 1,037 \gamma_3 + 3,372 \gamma_4$$

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Pengujian ini akan dilakukan pada tiga model penelitian, yaitu: perilaku *sticky cost* biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum terhadap penjualan bersih dan *dummy* penjualan, harga pokok penjualan terhadap penjualan bersih dan *dummy* penjualan, serta model prediksi laba.

TABEL 3
REKAPITULASI UJI KELAYAKAN MODEL (UJI F)

NO	MODEL PENGUJIAN	NILAI Sig
1	Perilaku <i>sticky cost</i> biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum	0,000
2	Perilaku <i>sticky cost</i> harga pokok penjualan	0,000
3	Pengaruh Perilaku <i>StickyCost</i> Terhadap Prediksi laba	0,000

Sumber: Data olahan, 2016

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari masing-masing model yaitu perilaku *sticky cost* biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum 0,000, perilaku *sticky cost* harga pokok penjualan 0,000, dan prediksi laba 0,000 yang mana kurang dari 0,050. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini layak untuk dilakukan pengujian.

b. Uji Perilaku *Sticky Cost*

TABEL 4
UJI PERILAKU STICKY COST
SETELAH Z-SCORE
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	,028	,005	
PENJUALAN	,487	,069	,512
DPENJUALAN	-,008	,010	-,057

a. Dependent Variable: BIAYA_OPERASI

Sumber: Data Output SPSS 20.0, 2016

Berdasarkan pada Tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai β_1 adalah sebesar 0,487 dan $\beta_1 + \beta_2$ adalah sebesar 0,479 yaitu penjumlahan dari (0,487 – 0,008). Ini berarti apabila penjualan bersih turun sebesar satu persen, maka biaya operasi akan turun sebesar 0,479 persen. Sedangkan apabila penjualan bersih mengalami kenaikan sebesar satu persen, maka biaya operasi akan naik sebesar 0,487. Sehingga dapat diketahui bahwa biaya operasi (biaya penjualan, administrasi dan umum) adalah *sticky*.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Weiss (2010), Anderson *et al.* (2003), Ratnawati dan Nugrahanti (2015) yang menyatakan bahwa kenaikan biaya penjualan, administrasi dan umum (PA&U) pada saat penjualan bersih naik lebih tinggi dibanding penurunan biaya penjualan, administrasi dan umum (PA&U) pada saat penjualan bersih turun. Namun hasil ini tidak mendukung penelitian Nugroho dan Endarwati (2013).

TABEL 5
UJI PERILAKU STICKY COST
SETELAH Z-SCORE

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	.000	.002	
PENJUALAN	1,022	.025	.982
DPENJUALAN	,006	.004	.036

a. Dependent Variable: Zscore: HPP
Sumber: Data Output SPSS 20.0, 2016

Berdasarkan pada Tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai β_1 adalah sebesar 1,022 dan $\beta_1 + \beta_2$ adalah sebesar 1,028 yaitu penjumlahan dari (1,022 + 0,006). Ini berarti apabila penjualan bersih turun sebesar 1 persen, maka harga pokok penjualan akan turun sebesar 1,028 persen. Sedangkan apabila penjualan bersih mengalami kenaikan sebesar 1 persen, maka harga pokok penjualan akan naik sebesar 1,022. Sehingga dapat diketahui bahwa harga pokok penjualan adalah *sticky*.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pichetkun (2012) yang menyatakan bahwa kenaikan harga pokok penjualan pada saat penjualan bersih tidak naik lebih tinggi dibanding penurunan harga pokok penjualan pada saat penjualan bersih turun, dan tidak sejalan dengan penelitian Ratnawati dan Nugrahanti (2015).

c. Uji Pengaruh Sticky Cost Terhadap Keakuratan Prediksi Laba

TABEL 6
UJI PENGARUH PREDIKSI LABA
SETELAH Z-SCORE
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
STICKY	75	-,0657	1,4350	,174983	,2744178
ANTI_STICKY	40	-,1599	,2378	,058365	,0729264
Valid N (listwise)	40				

Sumber: Data Output SPSS 20.0, 2016

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai *mean* untuk tingkat kesalahan *sticky* adalah sebesar 0,174983, dan *mean* untuk tingkat kesalahan *anti-sticky* adalah sebesar 0,058365. Sehingga dapat diketahui *sticky cost* mengurangi keakuratan prediksi laba sebesar 66,67 persen $((0,174983 - 0,058365) / 0,174983)$. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Weiss (2010) dan Banker dan Chen (2006) yang menyatakan bahwa perilaku *sticky cost* mengurangi keakuratan prediksi laba dengan menggunakan model *cost variability* dan *cost stickiness* (CVCS).

d. Koefisien Determinasi (R^2)

TABEL 7
REKAPITULASI UJI KOEFISIEN DETERMINASI

NO	VARIABEL PENELITIAN	R SQUARE
1	Perilaku <i>sticky cost</i> biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum	0,302
2	Perilaku <i>sticky cost</i> harga pokok penjualan	0,923
3	Pengaruh perilaku <i>sticky cost</i> terhadap prediksi laba	0,470

Sumber: Data Olahan, 2016

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa nilai R^2 dari variabel penelitian perilaku *sticky cost* biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum adalah sebesar 0,302 atau sebesar 30,20 persen. Hal ini berarti variabel bebas dari penelitian ini tidak memiliki hubungan yang erat sehingga variabel tidak begitu menjelaskan variabel terikat yang ada di dalam penelitian, dan dapat diketahui juga nilai R^2 dari variabel penelitian perilaku *sticky cost* harga pokok penjualan adalah sebesar 0,923 atau sebesar 92,30 persen. Hal ini berarti variabel bebas

dari penelitian ini memiliki hubungan yang sangat erat. Serta diketahui bahwa nilai R^2 variabel penelitian pengaruh perilaku *sticky cost* terhadap prediksi laba adalah sebesar 0,470 atau sebesar 47,00 persen. Hal ini berarti variabel bebas dari penelitian ini memiliki hubungan. Oleh karena itu dapat diketahui bahwa variabel dapat menjelaskan variabel terikat yang ada di dalam penelitian.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut: pengujian hipotesis uji perilaku *sticky cost* biaya operasi menunjukkan bahwa biaya operasi (biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum) adalah *sticky* dan harga pokok penjualan tidak menunjukkan perilaku *sticky*. Serta pengujian hipotesis pengaruh perilaku *sticky cost* terhadap prediksi laba menunjukkan terdapat pengaruh 66,67 persen, sehingga dapat diketahui bahwa perilaku *sticky cost* mengurangi keakuratan prediksi laba.

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah dibuat, maka penulis memberikan saran sebagai berikut: 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreson, Mark C, et al, 2003, *Are Selling, General and Administrative Cost Sticky?*, Journal of Accounting Research.
- Banker, Rajiv D, Lei (Tony) Chen, 2005, *Predicting Earnings Using a Model Based on Cost Variability and Cost Stickiness*, The Accounting Review Vol. 81, No.2.
- Bustami Bastian, Nurela. *Akuntansi Biaya: kajian teori dan aplikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Carter, William.Milton F. Usry. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat, 2002.

Hansen, Don.R, Maryanne M. Mowen. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Erlangga, 2000.

_____. *Manajemen Biaya: Akuntansi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat, 2000.

Horngren, Charles T., Srikant M. Datar, dan George Foster. *Akuntansi Biaya: Penekanan Manajerial*. Jakarta: PT INDEKS, 2005.

Rudianto. *Penganggaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.

S.R, Soemarso. *Akuntansi suatu Pengantar*. Jakarta : Salemba Empat, 2004.

Stice, Earl K, James D. Stice dan K. Freed Skousen. *Akuntansi Intermediate*. Jakarta: Salemba Empat, 2004.

Weiss, Dan, 2010. *Cost Behavior and analysts' earning forecasts*. The Accounting Review Vol. 85, No. 4.

Wild, John J, K.R. Subramanyam, Robert F. Halsey. *Analisis Laporan Keuangan (Financial Statement Analysis)*. Jakarta: Salemba Empat, 2004.

