



Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Sticky Cost* (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2024)

Tasykiylah Nuril Maulidiyah¹, Indah Nur Suryani², Zakiyyah Marhamah³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas KH. A. Wahab Hasbullah Jombang^{1,2,3}

*Email:

tasykiylahmaulidiyah@gmail.com¹, indahnursuryani19@gmail.com²,
zakiyyahmarhamah@gmail.com³

Diterima: 30-12-2025 | Disetujui: 06-01-2026 | Diterbitkan: 08-01-2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of several factors on cost stickiness, namely sales, firm size, asset intensity, and leverage, in transportation sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2021–2024 period. The research employs a quantitative associative approach using annual time-series data, with a population of 37 transportation sector companies and a sample of 15 firms selected through purposive sampling based on data obtained from the official website of the Indonesia Stock Exchange. The data analysis method used is panel data regression. The results show that, partially, sales and asset intensity have a significant effect on cost stickiness, while firm size and leverage do not have a significant effect on cost stickiness. Simultaneously, the independent variables have a significant effect on the dependent variable. The coefficient of determination (Adjusted R^2) is 0,700637, indicating that sales, firm size, asset intensity, and leverage provide a relatively contribution to explaining cost stickiness. This finding suggests that there are still other variables that may influence cost stickiness.

Keywords: *Sticky Cost, Sales, Firm Size, asset Intensity, leverage.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh beberapa faktor terhadap *sticky cost* yaitu penjualan, ukuran perusahaan, intensitas aset, dan *leverage* pada perusahaan sektor transportasi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021-2024. Pendekatan yang digunakan yakni kuantitatif asosiatif dengan data *time series* tahunan dengan populasi sebanyak 37 perusahaan sektor transportasi sebanyak 15 sampel yang didapatkan dengan metode purposive sampling dari situs resmi Bursa Efek Indonesia. Metode analisis yang digunakan yakni regresi data panel. Hasil menunjukkan bahwa secara parsial, penjualan dan intensitas aset berpengaruh signifikan terhadap *sticky cost*, sementara ukuran perusahaan, dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *sticky cost*. Secara simultan, keempat variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R^2*) sebesar 0,700637, yang menunjukkan bahwa variabel penjualan, ukuran perusahaan, intensitas aset, dan *leverage* memberikan kontribusi terhadap *sticky cost*, maka temuan ini menunjukkan bahwa masih ada variabel lain yang bisa mempengaruhi *sticky cost*.

Kata Kunci: biaya lengket, penjualan, ukuran perusahaan, intensitas aset, *leverage*.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

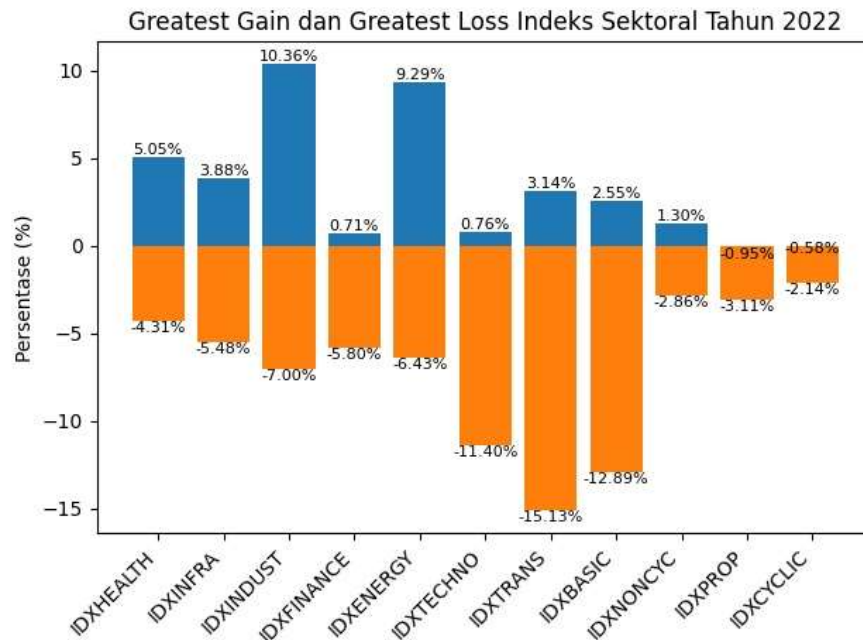
Maulidiyah, T. N., Suryani, I. N., & Marhamah, Z. . (2026). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sticky Cost (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Transportasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2024). Indonesia Economic Journal, 2(1), 80-94. <https://doi.org/10.63822/a18yg190>

PENDAHULUAN

Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan berskala besar cenderung mendorong peningkatan aktivitas bisnis, sehingga seiring dengan meningkatnya aktivitas operasional, biaya yang dikeluarkan dan kebutuhan sumber daya juga ikut bertambah. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan pengelolaan yang baik agar pemanfaatan sumber daya berlangsung secara efisien dan efektif, sekaligus memahami pola atau perilaku biaya yang muncul dari setiap aktivitas bisnis agar pengeluaran dapat diatur dan dikendalikan secara tepat (Mahendra & Ulfah, 2023). Perusahaan yang menunjukkan indikasi adanya *sticky cost* berpotensi mengalami penurunan pendapatan yang cukup signifikan, karena biaya tetap tinggi meskipun aktivitas bisnis menurun. Semakin besar tingkat *sticky cost*, semakin besar pula usaha yang diperlukan untuk meningkatkan aktivitas perusahaan demi mencapai laba. Kenaikan volume penjualan akan memicu peningkatan biaya, terutama pada biaya penjualan dan biaya administrasi, yang umumnya menjadi komponen terbesar dalam total biaya operasional terkait aktivitas penjualan (Mahendra & Ulfah, 2023).

Perusahaan perlu merencanakan volume aktivitas, terutama penjualan, untuk mengoptimalkan biaya. Manajer cenderung menambah biaya saat meningkatkan penjualan, namun saat permintaan menurun, penyesuaian sumber daya seperti tenaga kerja dan aset tidak langsung menurunkan biaya karena ada biaya tambahan seperti pesangon atau promosi. Akibatnya, sebagian biaya menjadi kaku (*sticky cost*), yang dapat menekan laba perusahaan saat permintaan berkurang. *Sticky Cost* adalah perilaku biaya yang bersifat asimetris, di mana perubahan biaya tidak sebanding dengan perubahan aktivitas penjualan. Artinya, ketika penjualan menurun, biaya akan turun lebih lambat dibandingkan saat penjualan meningkat. Dalam menghadapi ketidakpastian yang menjadi ancaman bagi perusahaan, manajer memiliki dua pilihan: mengurangi sumber daya pada aktivitas tertentu untuk mengontrol biaya, atau mempertahankan sumber daya dengan risiko munculnya biaya menganggur. Jika manajer memutuskan mempertahankan sumber daya karena menganggap ketidakpastian permintaan bersifat sementara, maka hal ini akan menimbulkan *Sticky Cost* (Santoso & Rachmawati, 2021).

Gap research Fenomena *sticky cost* menjadi penting untuk dikaji karena masih sedikit studi yang meneliti *sticky cost* di sektor transportasi, serta belum banyaknya yang meneliti fenomena ini di periode pasca covid yang krusial. Serta karena biaya yang tidak fleksibel terhadap perubahan aktivitas dapat mengurangi efisiensi dan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan (Fithriyyah and Priono 2022). Contoh nyata dari fenomena ini terjadi saat pandemi COVID-19, ketika banyak perusahaan mengalami penurunan pendapatan secara drastis. Meskipun penjualan menurun, berbagai komponen biaya seperti gaji karyawan, depresiasi aset tetap, dan overhead operasional tetap tinggi dan sulit dikurangi. Hal ini menunjukkan keterbatasan perusahaan dalam menyesuaikan struktur biayanya, yang mengarah pada terjadinya *sticky cost*.



Gambar 1. Indeks Gabungan Menurut Sektor dan Bulan
(Sumber: www.idx.co.id, 2022)

Berdasarkan data indeks gabungan per sektor periode 30 April 2022. Dalam memilih objek penelitian, sektor Transportasi menjadi perhatian khusus. Berdasarkan data indeks sektoral dari Bursa Efek Indonesia per April 2022, sektor Transportasi menunjukkan penurunan tertinggi sebesar -15,13% dibandingkan sektor lainnya. Dengan kondisi tersebut, sektor ini relevan untuk dikaji dalam konteks *sticky cost*, karena perubahan aktivitas yang drastis memungkinkan pengamatan atas perilaku biaya perusahaan secara lebih nyata.

Berbagai faktor diduga mempengaruhi tingkat *sticky cost* pada suatu perusahaan. Pertama, penjualan memiliki hubungan langsung dengan perubahan biaya. Ketika terjadi penurunan penjualan manajer biasanya mempertahankan biaya karena mengantisipasi pemulihan, sehingga biaya tidak segera turun. Kedua, Ukuran perusahaan juga mempengaruhi *sticky cost*. Perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki struktur organisasi yang kompleks dan sumberdaya yang besar, sehingga proses pengurangan biaya menjadi lebih lambat. Ketiga, intensitas aset menggambarkan tingkat investasi aset perusahaan, yang sering digunakan untuk menilai seberapa efektif perusahaan. Keempat, *leverage* merupakan kewajiban biaya tetap dimana ketika terjadi penurunan aktivitas bisnis biaya tersebut harus tetap dibayar.

Menurut (Pebryanti, 2023) mengatakan bahwa penjualan berpengaruh positif terhadap *sticky cost* dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *sticky cost*. Menurut (Herfanti & Prasetyono, 2023a) mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *sticky cost* dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap *sticky cost*. Menurut (Wijayanti et al., 2022) mengatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap *sticky cost*. Menurut (Azmi & Januryanti, 2021) mengatakan bahwa penjualan, intensitas aset dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *stickey cost*.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengaruh penjualan, ukuran perusahaan, intensitas aset dan *leverage* terhadap *sticky cost* dapat bervariasi tergantung pada periode penelitian, karakteristik industri, serta kondisi ekonomi yang sedang berlangsung. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih lanjut hubungan antara penjualan, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap *sticky cost*.

LANDASAN TEORI

Teori Perilaku Biaya

Perilaku biaya adalah pola perubahan biaya yang terjadi sebagai akibat dari perubahan pada aktivitas operasional perusahaan (Rahmawati et al., 2024). Perilaku biaya menggambarkan bagaimana suatu biaya bergerak ketika terjadi perubahan pada volume produksi atau tingkat aktivitas perusahaan. Jika perilaku ini tidak dipahami dengan baik, maka perencanaan serta pengendalian biaya dapat menjadi tidak akurat, yang pada akhirnya memengaruhi laba dan efektivitas operasional perusahaan (Puspa, 2025).

Analisis perilaku biaya membantu manajemen membuat keputusan yang lebih tepat. Dengan memahami perubahan biaya tetap, variabel, dan campuran dalam berbagai kondisi, perusahaan dapat mengelola biaya, merencanakan produksi, dan menetapkan harga secara lebih efisien untuk meningkatkan profitabilitas (Saragih et al., 2024). Hubungan antara perilaku biaya dan *sticky cost* tampak dari respons biaya yang tidak sama saat aktivitas berubah. Biaya cenderung naik dengan cepat ketika aktivitas meningkat, tetapi tidak langsung turun ketika aktivitas menurun. Ketidakseimbangan reaksi biaya inilah yang menandai terjadinya *sticky cost*.

Sticky Cost

Sticky cost adalah biaya yang naik lebih besar ketika penjualan meningkat, namun tidak turun sebesar itu saat penjualan menurun pada tingkat yang sama. Biaya disebut *sticky* ketika lebih cepat menyesuaikan diri saat penjualan naik dibandingkan ketika penjualan turun (Suak et al., 2021). Biaya disebut *sticky* ketika peningkatan aktivitas perusahaan menyebabkan biaya ikut naik, namun saat aktivitas menurun, biaya tidak ikut turun. *Sticky cost* muncul karena dua hal: pertama, adanya ketidakseimbangan dalam penyesuaian sumber daya; kedua, manajer cenderung mempertahankan sumber daya yang tidak terpakai daripada mengurangnya saat aktivitas berkurang (Firdaus et al., n.d.).

Menurut (Zacharias, 2023) *Sticky cost* ialah pola biaya yang tidak merespons secara simetris, muncul karena manajer mempertimbangkan biaya penyesuaian di masa depan ketika menghadapi penurunan permintaan saat ini. Biaya seperti pesangon karyawan serta biaya perekrutan dan pelatihan karyawan baru menjadi faktor yang dipikirkan manajemen dalam menentukan alokasi sumber daya ketika pendapatan penjualan menurun.

Pengaruh Penjualan Terhadap Sticky Cost

Penjualan merupakan proses penjual menawarkan produk atau jasa kepada pembeli dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau nilai tukar (Wardana, 2021). Penjualan merupakan kegiatan transaksi antara penjual dan pembeli untuk menukarkan barang atau jasa dengan uang. Aktivitas ini menjadi sasaran utama pemasaran, di mana perusahaan dan tim penjualan berupaya menyalurkan produk yang telah

diproduksi (Musyawarah & Idayanti, 2023). Menurut (Surahmat, 2023) penjualan didefinisikan sebagai kenaikan aset atau penurunan kewajiban suatu entitas usaha yang terjadi akibat penyerahan barang dagangan, jasa, atau kegiatan lainnya dalam suatu periode tertentu.

Menurut (Lian et al., 2024) penjualan dan permintaan pasar memengaruhi keputusan manajemen terkait kapasitas sumber daya, yang kemudian berpengaruh pada munculnya *sticky cost*. *Sticky cost* terjadi ketika biaya tidak menurun seiring turunnya penjualan. Akibatnya, perusahaan perlu meningkatkan aktivitas lebih besar untuk kembali meraih keuntungan. Selain itu, kenaikan penjualan juga mendorong bertambahnya berbagai biaya, terutama biaya penjualan dan administrasi.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Sticky Cost

Ukuran perusahaan merupakan faktor yang diperhatikan investor karena mencerminkan perbedaan risiko antara perusahaan besar dan kecil. Perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki teknologi, sistem, dan kemampuan pengelolaan aset yang lebih unggul, sehingga dapat meningkatkan kinerja dan profitabilitas. Pengukuran ukuran perusahaan biasanya menggunakan logaritma total penjualan, yang menunjukkan besar kecilnya omzet sekaligus mengindikasikan perkembangan perusahaan (Samhuri & Ahmar, 2023).

Ukuran perusahaan menunjukkan seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan, yang dapat dilihat melalui jumlah penjualan, total aset, maupun rata-rata aset atau penjualannya. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin besar suatu perusahaan, maka kebutuhan akan struktur modal juga meningkat, dan perusahaan akan lebih mudah memperoleh sumber pendanaan baik dari dalam maupun luar perusahaan (Veronika & Sudirgo, 2025). Ukuran perusahaan merupakan elemen penting yang memengaruhi keputusan keuangan dan operasional. Ukuran tersebut berfungsi sebagai indikator yang menggambarkan besarnya aktivitas bisnis dan kapasitas finansial yang dimiliki suatu perusahaan (Rochmah Yulika Merdekawati, 2025). Ukuran perusahaan mencerminkan bahwa perusahaan besar biasanya memiliki kapitalisasi pasar yang lebih tinggi, nilai buku yang lebih besar, dan laba yang lebih signifikan. Maka dari itu, hal ini dapat menyebabkan biaya yang lebih *sticky* dibanding perusahaan kecil (Herfanti & Prasentiono, 2023a).

Pengaruh Intensitas Aset Terhadap Sticky Cost

Intensitas aset adalah rasio yang menggambarkan seberapa besar bagian dari aset tetap yang akan meningkatkan biaya penyusutan sebagai akibat dari pembayaran yang dilakukan (Prawesti & Ariani, 2024). Intensitas aset menggambarkan tingkat investasi aset yang dilakukan oleh perusahaan, yang umumnya digunakan untuk menilai seberapa efisien perusahaan dalam mengalokasikan hasil penjualannya untuk investasi aset (Azmi & Januryanti, 2021).

Intensitas aset menggambarkan tingkat investasi aset perusahaan, yang sering digunakan untuk menilai seberapa efektif perusahaan dalam memanfaatkan pendapatan dari penjualan untuk berinvestasi dalam aset (Indriana et al., 2021). Sedangkan menurut (Syadevi & Aira, 2024) Intensitas aset adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar bagian dari total aset perusahaan yang terdiri dari aset tetap (seperti bangunan, mesin, dan peralatan). Semakin tinggi intensitas aset, semakin besar proporsi aset tetap yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan total asetnya.

Pengaruh *Leverage* Terhadap *Sticky Cost*

Leverage merupakan rasio keuangan yang menunjukkan hubungan antara utang perusahaan dengan modal atau asetnya. Rasio ini digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan bergantung pada kreditor dalam mendanai asetnya. *Leverage* membandingkan dana yang ditanamkan pemilik dengan dana yang diperoleh dari pihak kreditor, atau perbandingan antara modal dan utang perusahaan (Jazuli et al., 2020). *Leverage* adalah rasio yang menggambarkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang untuk membiayai asetnya, mengingat kebutuhan modal yang besar sering kali dipenuhi melalui pinjaman. Semakin tinggi rasio *leverage*, semakin besar pula kecenderungan perusahaan untuk memilih prosedur pelaporan yang meningkatkan laba periode berjalan dan cenderung kurang konservatif (Hardiyanti et al., 2022).

Leverage digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu memenuhi seluruh kewajiban utangnya. Rasio ini juga menunjukkan bagaimana perusahaan membiayai operasionalnya, apakah lebih mengandalkan pendanaan dari utang atau dari ekuitas. Dengan demikian, semakin besar porsi utang yang digunakan, semakin tinggi pula tingkat risiko *leverage* yang dihadapi perusahaan (Hergianti & Retnani, 2020). Sedangkan menurut (Bagaskara et al., 2021) *leverage* merupakan kemampuan perusahaan memanfaatkan aset atau dana yang memiliki biaya tetap untuk meningkatkan tingkat pengembalian bagi para pemilik perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif untuk menganalisis pengaruh penjualan, ukuran perusahaan, intensitas aset, dan *leverage* sebagai variabel independent terhadap *sticky cost* sebagai variabel dependen selama periode 2021-2024. Sifat dari penelitian ini yaitu asosiatif untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara dua variabel atau lebih (Sa'adah, 2023). Populasi penelitian berupa data *time series* tahunan selama lima tahun, dalam penelitian ini jumlah populasi sebanyak 37 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik menyeleksi sampel yang digunakan yakni *sampling purposive*, dimana cara pengambilan sampel melalui pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan masalah dan tujuan yang dirumuskan (Sa'adah, 2021). Berikut kriteria yang dipertimbangkan pada penelitian ini:

1. Perusahaan merupakan perusahaan sektor transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2024.
2. Perusahaan sektor transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang melaporkan annual report secara konsisten tahun 2021-2024.
3. Perusahaan sektor transportasi yang memiliki data lengkap yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan setiap variabel selama periode 2021-2024.

Berdasarkan kriteria tersebut, maka *sampling* yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 15 perusahaan.

Semua variabel diukur menggunakan aplikasi *evIEWS* dengan skala rasio dan data sekunder yang dikumpulkan melalui dokumentasi resmi. Analisis data dimulai dengan analisis keuangan, dilanjutkan dengan Teknik analisis regresi data panel yang meliputi *common effect model*, *fixed effect model*, dan *random effect model*. Terdapat tiga metode memilih teknik estimasi untuk menguji kesesuaian dengan

model data panel, yakni *Uji Chow*, *Uji Hausman*, dan *Uji Lagrange Multiplier*. Dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, autokorelasi, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan validitas model regresi. Selanjutnya, uji kelayakan model dilakukan untuk mengidentifikasi model regresi yang terbentuk layak atau tidak layaknya untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan uji hipotesis, yang meliputi uji F, uji T, dan uji koefisien determinasi.

Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini yakni, penjualan, ukuran perusahaan, intensitas aset, dan *leverage*. Sedangkan variabel terikat yakni *sticky cost*. Variabel operasional dalam penelitian ini yakni:

Tabel 1. Variabel Operasional

Variabel	Rumus
Sticky Cost (Y)	$SC = \frac{Biaya\ PAUt2 - Biaya\ PAUt1}{Biaya\ PAUt2 + Biaya\ PAUt1}$
Penjualan (X1)	P = Total Penjualan bersih
Ukuran Perusahaan (X2)	UP = Ln (Total Aset)
Intensitas Aset (X3)	$IA = \frac{Total\ Aset}{Penjualan} \times 100\%$
Leverage (X4)	$Lev = \text{Log} \frac{Liabilities\ it}{Asset\ it}$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Uji Pemilihan Model Regresi Data Panel

a. Uji Chow

Uji chow digunakan untuk memilih salah satu model pada regresi data panel, khususnya fixed effect model dengan common effect model. Uji ini bisa digunakan dengan cara menguji signifikansi model FEM menggunakan uji statistic F. prosedur pengujiannya yakni:

- 1) Nilai prob. F > 0,05 maka memilih common effect model.
- 2) Nilai prob. F < 0,05 maka memilih fixed effect model.

Tabel 2. Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	3.570308	(14,41)	0.0007
Cross-section Chi-square	47.826905	14	0.0000

(Sumber: Data output eviews, 2026)

Dari hasil uji chow dapat dilihat bahwa nilai prob. F sebesar 0,0007. Maka dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai prob. F lebih kecil dibandingkan dengan nilai 0,05. Maka model yang dipilih yakni FEM.

b. Uji Hausman

Pengujian selanjutnya yakni menentukan model terbaik analisis data penelitian dengan uji hausman. Pengujian ini dilakukan untuk memilih model mana yang terbaik antara random effect model atau fixed effect model.

Tabel 3. Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test Equation: Untitled Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	43.784850	4	0.0000

(Sumber: Data output eviws, 2026)

Dari hausman dapat dilihat bahwa nilai prob cross-section random yang didapat yakni 0,0000 lebih kecil dari nilai 0,05, maka model yang dipilih yakni fixed effect model. Karna uji chow dan uji hausman sudah menunjukkan bahwa model yang terpilih yakni FEM maka tidak perlu dilakukan uji lagrange multiplier.

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik. Berikut merupakan prasyarat asumsi klasik:

Tabel 4. Prasyarat Asumsi Klasik

Uji Prasyarat	FEM dan CEM	REM
Normalitas	Tidak	Ya
Heteroskedastisitas	Ya	Tidak
Multikolinearitas	Ya, jika variabel bebas lebih dari 1	Ya, jika variabel bebas lebih dari 1
Autokorelasi	Tidak	Tidak

(Sumber: (Sa'adah, 2023)

Berdasarkan pemilihan model sebelumnya, penelitian ini menggunakan fixed effect model maka uji asumsi klasik yang akan dilakukan yakni uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas penting dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Terdapat

banyak metode uji heteroskedastisitas, namun dalam penelitian ini menggunakan uji yang umum digunakan yakni uji glejser.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Dependent Variable: ABS(RESID)				
Method: Panel Least Squares				
Date: 01/04/26 Time: 15:51				
Sample: 2021 2024				
Periods included: 4				
Cross-sections included: 15				
Total panel (balanced) observations: 60				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.594732	0.350974	-1.694519	0.0958
X1	-3.78E-15	1.16E-14	-0.325820	0.7458
X2	0.024744	0.013278	1.863549	0.0677
X3	0.018038	0.013706	1.316026	0.1936
X4	-0.076673	0.092795	-0.826270	0.4122
R-squared	0.126654	Mean dependent var		0.089746
Adjusted R-squared	0.063137	S.D. dependent var		0.094713
S.E. of regression	0.091674	Akaike info criterion		-1.861503
Sum squared resid	0.462226	Schwarz criterion		-1.686974
Log likelihood	60.84509	Hannan-Quinn criter.		-1.793235
F-statistic	1.994039	Durbin-Watson stat		1.922495
Prob(F-statistic)	0.108192			

(Sumber: Data output eviews, 2026)

Berdasarkan pengujian dengan uji heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa nilai prob. Setiap variabel lebih besar dengan nilai signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan kondisi dalam analisi regresi Dimana dua atau lebih variabel independent atau predictor dalam model memiliki korelasi yang tinggi satu sama lain. Pada penelitian ini akan dilakukan uji multikolinearitas:

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

	X1	X2	X3	X4
X1	1.000000	0.690438	-0.203306	-0.200560
X2	0.690438	1.000000	-0.040773	0.111498
X3	-0.203306	-0.040773	1.000000	0.899626
X4	-0.200560	0.111498	0.899626	1.000000

(Sumber: Data output eviews, 2026)

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

3. Hasil Uji Kelayakan Model

Uji kelayakan model dilakukan untuk mengidentifikasi model regresi yang terbentuk dikatakan layak atau tidak layaknya untuk menjelaskan pengaruh antara penjualan, ukuran perusahaan, intensitas aset, dan *leverage* terhadap *sticky cost*. Berikut merupakan hasil dari pengujian yang terpilih:

Tabel 7. Uji Fixed Effect Model

Dependent Variable: Y

Method: Panel Least Squares

Date: 01/06/26 Time: 13:50

Sample: 2021 2024

Periods included: 4

Cross-sections included: 15

Total panel (balanced) observations: 60

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.004990	2.247695	-0.002220	0.9982
X1	-7.81E-14	3.12E-14	-2.501607	0.0164
X2	0.019827	0.084175	0.235549	0.8150
X3	-0.181907	0.043426	-4.188905	0.0001
X4	0.051227	0.333997	0.153377	0.8789

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.700637	Mean dependent var	0.019241
Adjusted R-squared	0.569209	S.D. dependent var	0.160725
S.E. of regression	0.105492	Akaike info criterion	-1.407809
Sum squared resid	0.456268	Schwarz criterion	-0.744600
Log likelihood	61.23428	Hannan-Quinn criter.	-1.148392
F-statistic	5.330966	Durbin-Watson stat	2.745926
Prob(F-statistic)	0.000005		

(Sumber: Data output eviews, 2026)

Berdasarkan dari hasil tabel diatas, maka dapat diketahui model persamaan regresi Y sebagai berikut:

$$Y = -0,005 - 7,811 \cdot X1 + 0,0198 \cdot X2 - 0,182 \cdot X3 + 0,051 \cdot X4$$

Berikut adalah penjelasan dari model persamaan regresi Y

- Nilai konstanta sebesar -0,005 yang mana berarti jika penjualan, ukuran perusahaan, intensitas aset, dan *leverage* menurun sebesar -0,005, maka *sticky cost* akan meningkat sebesar koefisien regresi tersebut.
- Nilai konstanta sebesar -7,811 yang mana berarti jika penjualan, ukuran perusahaan, intensitas aset, dan *leverage* menurun sebesar -7,811, maka *sticky cost* akan meningkat sebesar koefisien regresi tersebut.
- Nilai konstanta sebesar 0,0198 yang mana berarti jika penjualan, ukuran perusahaan, intensitas aset, dan *leverage* meningkat sebesar 0,0198, maka *sticky cost* akan meningkat sebesar koefisien regresi tersebut.

- d. Nilai konstanta sebesar 0,182 yang mana berarti jika penjualan, ukuran perusahaan, intensitas aset, dan *leverage* meningkat sebesar 0,182, maka *sticky cost* akan meningkat sebesar koefisien regresi tersebut.
- e. Nilai konstanta sebesar 0,051 yang mana berarti jika penjualan, ukuran perusahaan, intensitas aset, dan *leverage* meningkat sebesar 0,051, maka *sticky cost* akan meningkat sebesar koefisien regresi tersebut.

Setelah membuat persamaan dilanjutkan dengan pengujian hipotesis:

a. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara parsial.

1) Penjualan terhadap *sticky cost*

Hasil dari uji T menunjukkan bahwa nilai prob. Penjualan sebesar 0,0164 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa penjualan memiliki pengaruh terhadap *sticky cost*.

2) Ukuran perusahaan terhadap *sticky cost*

Hasil dari uji T menunjukkan bahwa nilai prob. Ukuran perusahaan sebesar 0,8150 lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ukuran Perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap *sticky cost*.

3) Intensitas aset terhadap *sticky cost*

Hasil dari uji T menunjukkan bahwa nilai prob. Intensitas aset sebesar 0,0001 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa intensitas aset memiliki pengaruh terhadap *sticky cost*.

4) *leverage* terhadap *sticky cost*

Hasil dari uji T menunjukkan bahwa nilai prob. *Leverage* sebesar 0,8789 lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap *sticky cost*.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji distribusi atau variansi means dalam variabel penjelasan secara bersamaan. Berdasarkan hasil tabel tersebut nilai prob. (F-statistic) uji F sebesar 0,000005 < 0,05. Maka dapat diatikan bahwa variabel penjualan, ukuran Perusahaan, intensitas aset, dan *leverage* secara serentak berpengaruh terhadap *sticky cost*.

c. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berdasarkan tabel tersebut, nilai R-squared yaitu 0,700637 atau 70,0637% hal ini menunjukkan bahwa *sticky cost* dipengaruhi oleh penjualan, ukuran Perusahaan, intensitas aset, dan *leverage* sebesar 70,0637%, dan sisanya 29,9363% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Penjualan Terhadap *Sticky Cost*

Hasil dari uji T menunjukkan bahwa nilai prob. Penjualan sebesar 0,0164 lebih kecil dari taraf

signifikansi 0,05. Dengan nilai koefisien -7,811. Maka dapat disimpulkan bahwa penjualan memiliki pengaruh terhadap *sticky cost*.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Syadevi, 2024) dan (Pebryanti, 2023) yang menyatakan bahwa penjualan berpengaruh positif terhadap *sticky cost*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Sticky Cost

Hasil dari uji T menunjukkan bahwa nilai prob. Ukuran perusahaan sebesar 0,8150 lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Dengan nilai koefisien 0,0198. Maka dapat disimpulkan bahwa ukuran Perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap *sticky cost*.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Santoso & Rachmawati, 2021) dan (Pebryanti, 2023) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *sticky cost*.

Pengaruh Intensitas Aset Terhadap Sticky Cost

Hasil dari uji T menunjukkan bahwa nilai prob. Intensitas aset sebesar 0,0001 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan nilai koefisien -0,181907. Maka dapat disimpulkan bahwa intensitas aset memiliki pengaruh terhadap *sticky cost*.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Azmi & Januryanti, 2021) yang menyatakan bahwa intensitas aset berpengaruh positif terhadap *sticky cost*.

Pengaruh Leverage Terhadap Sticky Cost

Hasil dari uji T menunjukkan bahwa nilai prob. *Leverage* sebesar 0,8789 lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Dengan nilai koefisien 0,051227. Maka dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap *sticky cost*.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Herfanti & Prasetyono, 2023b) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *sticky cost*.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penjualan, ukuran perusahaan, intensitas aset, dan *leverage* terhadap *sticky cost*. Berdasarkan hasil analisis regresi data panel dapat disimpulkan bahwa:

1. Penjualan berpengaruh terhadap *sticky cost*.
2. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap *sticky cost*.
3. Intensitas aset berpengaruh terhadap *sticky cost*.
4. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap *sticky cost*.

DAFTAR PUSTAKA

- Azmi, Z., & Januryanti, J. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sticky Cost. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 274–280.
- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 23(1), 29–38.
- Firdaus, A., Arik Susbiyani, S. E., Nuha, G. A., & SE, M. A. (n.d.). *Analisis Perilaku Sticky Cost Dan Pengaruhnya Terhadap Keakuratan Prediksi Laba*.

- Hardiyanti, F., Azmi, Z., & Ahyaruddin, M. (2022). The effect of debt covenant, leverage, growth opportunities and financial distress on accounting conservatism (Study on transportation sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange IDX period 2017-2019). *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 6(1), 3765–3772.
- Herfanti, T. D., & Prasetyono, P. (2023a). Pengaruh Profitabilitas, Asset Intensity, Employee Intensity, Free Cash Flow, Leverage dan Size terhadap Cost Stickiness dengan Tobin's Q sebagai Variabel Kontrol: Studi Kasus Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020. *Prosiding Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia-e-ISSN 3026-4499*, 1, 361–375.
- Herfanti, T. D., & Prasetyono, P. (2023b). Pengaruh Profitabilitas, Asset Intensity, Employee Intensity, Free Cash Flow, Leverage dan Size terhadap Cost Stickiness dengan Tobin's Q sebagai Variabel Kontrol: Studi Kasus Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020. *Prosiding Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia - e-ISSN 3026-4499*, 1, 361–375. <https://doi.org/10.47747/snfmi.v1i.1514>
- Hergianti, A. N., & Retnani, E. D. (2020). Pengaruh pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(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. <https://doi.org/10.22437/jssh.v4i1.9917>
- Lian, M. E. M., Nuridah, S., & Kusumaningtyas, D. S. (2024). Analisis Cost Stickiness Pada Perusahaan Property, Real Estate And Building Construction Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2018-2022. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 5044–5051.
- Mahendra, I., & Ulfah, Y. (2023). Analisis perilaku sticky cost biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 20(2), 319–325.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2023). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 5(1), 29–40.
- Pebryanti, Y. (2023). Pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas, asset intensity, ukuran perusahaan, dan employee intensity terhadap cost stickiness. *SKRIPSI-2022*.
- Puspa, R. (2025). *Strategi Biaya Dalam Manajemen: Teori dan Studi Kasus Aplikatif*. CV Eureka Media Aksara.
- Rahmawati, A., Carina, A. A., Putri, F. A., & Ramadhana, Z. A. (2024). Perilaku Biaya: Analisis Komparatif Melalui Pendekatan Teoritis dan Praktik Pada Biaya Tetap. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(3), 166–178.
- Rochmah Yulika Merdekawati, R. Y. M. (2025). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di BEI Pada Tahun 2009-2023*. UPT. Perpustakaan Undaris.
- Sa'adah, L. (2021). *Metode penelitian ekonomi dan bisnis*. Lppm Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah.
- Sa'adah, L. (2023). Analisis kualitatif dan kuantitatif. CV. Mitra Ilmu.
- Samhuri, R., & Ahmar, N. (2023). *Strategi Inovasi dalam Perspektif CEO Overconfidence dan CEO Power*. MEGA PRESS NUSANTARA.
- Santoso, V. H., & Rachmawati, D. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Remunerasi CEO Dan Modal Intelektual Terhadap Sticky Cost Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar BEI Tahun 2018-2019.

- Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(1), 346–354.
- Saragih, R. M., Rajagukguk, N. A. B., Situmeang, D. J., Panjaitan, J. A. T., Simanjuntak, N., & Siallagan, H. (2024). Analisis Perilaku Biaya Serta Penggunaannya Dalam Keputusan Manajerial. *Jurnal Studi Multidisipliner*, 8(6), 2118–7453.
- Suak, M., Sondakh, J. J., & Gamaliel, H. (2021). Effect Of Tax Planning, Earnings Growth, Asset Management, And Sticky Costs On Firm Value (Study On Property And Real Estate Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange In 2016 –2019). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing “GOODWILL,”* 12(2), 142–152.
- Surahmat, A. (2023). Rancang Bangun Aplikasi Sistem Penjualan Pada Percetakan Cubic Art. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(1), 81–86.
- Syadevi, A. O. E. K. A. (2024). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sticky Cost (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Healthcare Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.
- Veronika, L. P., & Sudirgo, T. (2025). Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Risiko Bisnis Yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 7(3), 1228–1236.
- Wardana, M. A. (2021). *Penjualan dan pemasaran*. IPB Internasional Press.
- Wijayanti, I., Nelwan, A. N., & Mawardi, R. (2022). Sticky cost behavior in agricultural sector companies in indonesia. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 5(01), 127–133.
- Zacharias, J. A. (2023). Cost stickiness pada perusahaan sektor teknologi di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 117–135.