

---

## Pengaruh *Cost Behavior* Pada Penjualan: Studi Empiris Pada PT. Gudang Garam Tbk

Ririn Sari Dewi<sup>1</sup>, Mahwiyah<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

E-mail: dosen00884@unpam.ac.id, dosen01379@unpam.ac.id

---

### Article History:

Received: 10 Mei 2024

Revised: 25 Mei 2024

Accepted: 28 Mei 2024

**Keywords:** *Fixed Costs, Variable Costs, Sales*

**Abstract:** *Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh variabel biaya terhadap penjualan PT Gudang Garam.Tbk, khususnya dalam mengamati dampak biaya tetap terhadap penjualan selama periode tertentu. Metode pengumpulan data menggunakan purposive sampling, dengan pendekatan kuantitatif dan penggunaan koefisien korelasi untuk mengukur hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel biaya berpengaruh signifikan terhadap penjualan, sedangkan biaya tetap memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap penjualan. Kombinasi dari biaya variabel dan biaya tetap memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik biaya variabel maupun biaya tetap memainkan peran penting dalam menentukan tingkat penjualan PT Gudang Garam.Tbk.*

---

### PENDAHULUAN

Keputusan yang diambil manajemen perusahaan terkait biaya produksi merupakan hal yang penting untuk efisiensi biaya. Manajemen perusahaan perlu mengetahui nilai pasti terhadap biaya produksi yang akan dialokasikan dimana bertujuan untuk efisiensi dan efektivitas pengelolaan biaya produksi (Kurniawan 2017; Yuni, Sartika, and Fionasari 2021). Oleh karena itu, estimasi biaya produksi pada periode selanjutnya menjadi hal utama yang harus diperhatikan manajemen perusahaan (Islachiyana et al. 2023). Ketepatan dalam melakukan estimasi ini sangat penting untuk memastikan bahwa alokasi sumber daya dapat dilakukan secara efisien dan efektif. Dengan estimasi yang akurat, manajemen dapat mengantisipasi kebutuhan bahan baku, tenaga kerja, serta biaya overhead, sehingga dapat meminimalkan risiko pemborosan dan meningkatkan profitabilitas perusahaan (Eunike et al. 2021). Perencanaan yang matang berdasarkan estimasi biaya produksi juga memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga jual yang kompetitif, yang sejalan dengan strategi pemasaran dan target pasar yang dituju. Selain itu, estimasi biaya yang tepat dapat membantu manajemen dalam menyusun anggaran dan proyeksi keuangan yang realistis, sehingga mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik dalam berbagai aspek operasional dan strategis (Riyadi 2017).

Penjualan adalah suatu kegiatan bertemunya seorang pembeli dan penjual yang melakukan transaksi, saling mempengaruhi dan mempertimbangkan pertukaran antara barang atau jasa dengan uang (Widhiastuti and Jivanka 2022). Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang memproduksi bahan baku menjadi barang jadi yang siap dijual dengan

alat mesin peralatan dalam skala produksi besar (Alam 2019). Perusahaan manufaktur ini dipilih sebagai objek penelitian, dan yang sudah terdaftar pada Bursa Efek Indonesia, penelitian ini mengidentifikasi pada nilai penjualan yang dilihat dari *cost behavior* pada PT. Gudang Garam Tbk.

Dalam industri dengan dinamika tinggi seperti PT. Gudang Garam Tbk., yang menghadapi fluktuasi harga bahan baku dan perubahan regulasi, kemampuan untuk memprediksi biaya produksi dengan akurat menjadi semakin krusial. Oleh karena itu, manajemen harus menggunakan pendekatan yang sistematis dan berbasis data dalam melakukan estimasi biaya produksi, termasuk mempertimbangkan faktor-faktor eksternal dan tren historis (Saputra et al. 2023). Dengan demikian, perusahaan dapat lebih siap menghadapi tantangan di masa mendatang dan mempertahankan posisi kompetitifnya di pasar. Perilaku biaya melibatkan perubahan biaya sebagai respons terhadap perubahan tingkat aktivitas produksi dan penjualan. Biaya dapat diklasifikasikan menjadi biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi-variabel, pemahaman mengenai perilaku biaya ini dapat membantu manajemen dalam membuat keputusan yang lebih tepat terkait alokasi sumber daya, penetapan harga produk, dan strategi operasional lainnya (Lestari 2019).

Salah satu aspek penting dalam analisis perilaku biaya adalah konsep *sticky cost*, yaitu biaya yang tidak berubah secara proporsional dengan perubahan volume aktivitas. *Sticky cost* terjadi ketika biaya tetap tinggi meskipun ada penurunan dalam tingkat aktivitas. Dalam industri rokok, biaya Penjualan, Umum, dan Administrasi (SG&A), serta Harga Pokok Penjualan (HPP/COGS), sering menunjukkan karakteristik *Sticky cost* (Handayani, Sayugo Adi, and Muslimin 2022). Hal ini dapat mempengaruhi akurasi prediksi laba dan pengelolaan anggaran perusahaan. Hidayatullah et al. (2012) meneliti pengaruh *Sticky cost* terhadap prediksi laba dalam perusahaan di Bursa Efek Indonesia. Mereka menggunakan model yang dikembangkan oleh Dan Weiss (2009) dari model ABJ, untuk menguji *Sticky cost* dari biaya Penjualan, umum dan administrasi (SG&A), dan juga terhadap harga pokok penjualan (HPP/COGS), dan pengaruhnya terhadap akurasi prediksi laba. Mereka menyimpulkan bahwa *Sticky cost* perlu diperhitungkan dalam membuat prediksi laba, walau pengaruhnya sangat kecil. Selanjutnya, Nugroho dan Enderwati (2013) meneliti *Sticky cost* dalam biaya penjualan, umum dan administratif dalam perusahaan-perusahaan manufaktur di Indonesia. Mereka menggunakan model ABJ untuk meneliti data keuangan tahun 2009-2011 dari perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Mereka menemukan bahwa fenomena *Sticky cost* tidak terlihat dalam perusahaan manufaktur, tetapi lebih kentara dalam perusahaan-perusahaan yang memiliki jumlah aset yang besar dalam bisnisnya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan pengujian hipotesis yang bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen didefinisikan sebagai variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel lainnya. Sementara itu, variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau merupakan hasil dari perubahan variabel independen (Sugiyono 2016). Penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman mendalam tentang hubungan antara biaya variabel, biaya tetap, dan penjualan pada PT. Gudang Garam Tbk. selama periode 2016-2020. Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah laporan keuangan PT. Gudang Garam Tbk., yang mencakup laporan laba rugi dan laporan posisi keuangan selama periode 2016-2020. penelitian ini mengambil sampel berupa biaya variabel, biaya tetap, dan penjualan dari laporan laba rugi dan laporan posisi keuangan selama periode

tersebut.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi non-prilaku. Observasi non-prilaku adalah metode pengumpulan data di mana peneliti tidak terlibat langsung dan hanya bertindak sebagai pengamat independen. Data yang digunakan adalah data keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel penelitian ini dioperasionalkan adalah Biaya Variabel adalah variabel bebas pertama yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel penjualan. Biaya tetap adalah variabel bebas kedua yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel penjualan. Penjualan adalah variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas, semua variabel diukur dalam skala Rupiah.

Selanjutnya, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, yang melibatkan beberapa langkah. Pertama, analisis data kuantitatif dilakukan untuk memperoleh data dalam bentuk angka dengan menggunakan alat matematis. Kedua, koefisien korelasi digunakan untuk mengukur kuatnya hubungan antara variabel-variabel tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan penulis menunjukkan bahwa data diolah dengan menggunakan alat statistik. sebelum data tersebut penulis merangkum dengan menggunakan tahap pengelompokkan variabel yang digunakan yang diambil dari laporan keuangan tahunan PT. Gudang Garam pada penelitian ini dengan membuat data panel terlebih dahulu sebelum diolah menggunakan alat statistik. data yang dimaksud adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Data Variabel Penelitian**

Tahun	Biaya Variabel	Biaya Tetap	Penjualan
2016	59.657.431	10.107.271	76.274.147
2017	65.084.263	10.617.803	83.305.925
2018	77.063.336	11.027.493	95.707.663
2019	87.740.564	12.209.809	110.523.819
2020	97.089.067	9.983.382	114.477.311

Berdasarkan tabel 1, data menunjukkan dari tahun 2016 hingga 2020 terjadi peningkatan yang konsisten dalam biaya variabel dan penjualan. Biaya tetap menunjukkan pola yang sedikit berbeda, dengan peningkatan hingga tahun 2019 dan kemudian penurunan pada tahun 2020. Hal ini bisa mengindikasikan perubahan strategi pengelolaan biaya tetap atau efisiensi yang diperoleh dalam operasional perusahaan. Penjualan yang meningkat setiap tahun menunjukkan pertumbuhan yang positif dalam performa perusahaan. Peningkatan biaya variabel secara konsisten dapat disebabkan oleh peningkatan volume produksi atau kenaikan harga bahan baku. Penurunan biaya tetap pada tahun 2020 mungkin terkait dengan langkah-langkah efisiensi atau perubahan dalam struktur biaya perusahaan. Secara keseluruhan, PT. Gudang Garam Tbk. tampaknya berhasil meningkatkan penjualan dan mengelola biaya dengan cukup efektif selama periode ini, meskipun ada variasi dalam biaya tetap pada tahun terakhir.

Hasil perhitungan menggunakan uji statistik menunjukkan pengaruh biaya variabel terhadap penjualan di PT Gudang Garam Tbk. pada periode 2016-2020 adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	13961627.920	6428031.040		2.172	.118
	Biaya Variabel	1.062	.082	.991	12.975	.001
a. Dependent Variable: Penjualan						

Berdasarkan Tabel 2, hasil uji menunjukkan angka koefisien korelasi biaya variabel senilai 1,06, artinya jika biaya variabel mengalami kenaikan 1, maka penjualan akan mengalami peningkatan sebesar 1,062. koefisien bernilai positif atau sangat kuat artinya terjadi hubungan positif atau sangat kuat antara biaya variabel dan penjualan. Sedangkan untuk uji t menunjukkan nilai biaya variabel sebesar 12,975 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 artinya nilai yang dihasilkan lebih kecil dari pada signifikansi 0,05 (5%). hal ini menunjukkan bahwa biaya variabel berpengaruh terhadap penjualan. Dengan demikian, pengaruh biaya variabel dengan penjualan sangat kuat, karena setiap adanya kenaikan penjualan atau penurunan penjualan biaya variabel juga akan mengikuti perubahan penjualan tersebut.

Hasil perhitungan menggunakan uji statistik menunjukkan pengaruh biaya tetap terhadap penjualan di PT Gudang Garam Tbk. pada periode 2016-2020 adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24655386.960	107970839.300		.228	.834
	Biaya Tetap	6.618	9.980	.358	.663	.555
a. Dependent Variable: Penjualan						

Berdasarkan tabel 3, angka koefisien korelasi biaya tetap senilai 6,618, artinya jika biaya tetap mengalami kenaikan 1, maka penjualan akan mengalami peningkatan sebesar 6,618. koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif atau sangat kuat antara biaya tetap dan penjualan, sedangkan untuk uji t menunjukkan nilai biaya tetap sebesar 0,663 lebih besar dari pada signifikansi 0,05 (5%), hal ini menunjukkan bahwa biaya tetap berpengaruh tidak signifikan terhadap penjualan.

**Tabel 4. Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-102072.720	3326334.499		-3.069	.092
	Biaya Tetap	2.480	.311	.134	7.978	.015
	Biaya Variabel	1.028	.018	.960	57.173	.000
a. Dependent Variable: Penjualan						

Berdasarkan tabel 4, hasil uji menunjukkan koefisien korelasi biaya tetap sebesar 2,480, yang mengindikasikan bahwa setiap kenaikan 1 unit dalam biaya tetap akan diikuti oleh peningkatan sebesar 2,480 unit dalam penjualan. Koefisien ini positif dan kuat, menandakan adanya hubungan positif yang kuat antara biaya tetap dan penjualan. Selanjutnya, koefisien korelasi biaya variabel adalah 1,028, yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 unit dalam biaya

variabel akan diikuti oleh peningkatan sebesar 1,028 unit dalam penjualan. Koefisien ini juga positif dan kuat, menunjukkan hubungan positif yang kuat antara biaya variabel dan penjualan. Dalam uji t, nilai biaya tetap adalah 7,978 dengan signifikansi 0,015, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 (5%). Hal ini menunjukkan bahwa biaya tetap berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Begitu pula dengan biaya variabel, yang memiliki nilai t sebesar 57,173 dengan signifikansi 0,000, menunjukkan bahwa biaya variabel juga berpengaruh signifikan terhadap penjualan.

### **Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan terjadi peningkatan konsisten dalam biaya variabel dan penjualan dari tahun 2016 hingga 2020. Namun, biaya tetap menunjukkan pola yang berbeda dengan mengalami peningkatan hingga tahun 2019 dan kemudian penurunan pada tahun 2020. Hal ini mungkin mengindikasikan adanya perubahan strategi pengelolaan biaya tetap atau efisiensi yang diperoleh dalam operasional perusahaan. Meskipun demikian, penjualan menunjukkan pertumbuhan positif yang konsisten setiap tahun, menandakan performa perusahaan yang baik. Peningkatan biaya variabel secara konsisten dapat disebabkan oleh peningkatan volume produksi atau kenaikan harga bahan baku. Sementara penurunan biaya tetap pada tahun 2020 mungkin terkait dengan langkah-langkah efisiensi atau perubahan dalam struktur biaya perusahaan. Secara keseluruhan, PT. Gudang Garam Tbk. berhasil meningkatkan penjualan dan mengelola biaya dengan efektif selama periode ini, meskipun terdapat variasi dalam biaya tetap pada tahun terakhir.

Kemudian, hasil analisis menggunakan uji statistik menunjukkan pengaruh biaya variabel terhadap penjualan, sebagaimana tertera dalam Tabel 2. Koefisien korelasi biaya variabel sebesar 1,062, dengan signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 (5%), menunjukkan bahwa biaya variabel berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Artinya, setiap kenaikan atau penurunan dalam biaya variabel akan diikuti oleh peningkatan atau penurunan yang proporsional dalam penjualan. Selanjutnya, hasil analisis juga menunjukkan pengaruh biaya tetap terhadap penjualan, seperti yang tergambar dalam Tabel 3. Meskipun koefisien korelasi biaya tetap positif dengan nilai 6,618, namun nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (5%), menandakan bahwa pengaruh biaya tetap terhadap penjualan tidak signifikan secara statistik. Namun, ketika kedua variabel, biaya variabel dan biaya tetap, dianalisis bersama-sama, hasil menunjukkan bahwa keduanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan, seperti yang terlihat pada Tabel 4. Koefisien korelasi biaya tetap dan biaya variabel masing-masing adalah 2,480 dan 1,028, dengan nilai signifikansi yang sangat kecil, hal ini menandakan bahwa keduanya memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap penjualan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Gudang Garam Tbk. memiliki strategi yang efektif dalam mengelola biaya dan meningkatkan penjualan selama periode 2016-2020, meskipun biaya tetap tidak signifikan secara statistik saat dianalisis sendiri, namun dalam konteks yang lebih luas bersama dengan biaya variabel, keduanya memiliki dampak yang signifikan terhadap penjualan. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan telah berhasil mencapai pertumbuhan yang stabil dan efisiensi dalam pengelolaan biaya selama periode tersebut.

### **KESIMPULAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Gudang Garam Tbk. telah berhasil mencapai pertumbuhan yang stabil dan efisiensi dalam mengelola biaya serta meningkatkan penjualan

selama periode 2016-2020. Meskipun terjadi variasi dalam biaya tetap pada tahun terakhir, namun penjualan menunjukkan pertumbuhan positif yang konsisten setiap tahun. Analisis menggunakan uji statistik menegaskan bahwa biaya variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan, dengan setiap perubahan dalam biaya variabel diikuti oleh peningkatan atau penurunan yang proporsional dalam penjualan. Demikian pula, meskipun biaya tetap tidak signifikan secara statistik saat dianalisis sendiri, namun ketika dianalisis bersama dengan biaya variabel, keduanya memiliki dampak yang signifikan terhadap penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pengelolaan biaya, baik variabel maupun tetap, berdampak positif pada performa penjualan perusahaan.

#### DAFTAR REFERENSI

- Alam, Wahyu Purnama. 2019. "Perencanaan Persediaan Bahan Baku Wajan Dengan Metode MRP (Material Requirement Planning) Pada Perusahaan Cor Alumunium Bintang Dua Di Kec. Cikoneng Kab. Ciamis."
- Eunike, Agustina, Nasir Widha Setyanto, Rahmi Yuniarti, Ihwan Hamdala, Rio Prasetyo Lukodono, and Angga Akbar Fanani. 2021. *Perencanaan Produksi Dan Pengendalian Persediaan: Edisi Revisi*. Universitas Brawijaya Press.
- Handayani, Jaka Saputra, Purwanto Sayugo Adi, and Muslimin Muslimin. 2022. "Perilaku Biaya (Cost Behavior): Analisis Komparatif Melalui Pendekatan Teoritis Dan Praktik." *CAM JOURNAL: Change Agent for Management Journal* 6(1):33-43.
- Islachiyana, Rifda, Arif Zunaidi, Dewi Ayu Puspitasari, and Darajat Mahmudi. 2023. "Strategi Pengendalian Biaya Produksi: Analisis Perlakuan Akuntansi Produk Cacat Di Usaha Kerajinan Terbang Bani Syafi'i." *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 2(1):99-118.
- Kurniawan, Didik. 2017. "Analisis Perilaku Biaya: Suatu Studi Komparasi Konsep Teoretis Dan Praktik Pada Biaya Produksi (Manufacturing Cost)." *Substansi: Sumber Artikel Akuntansi Auditing Dan Keuangan Vokasi* 1(1):1-24.
- Lestari, Endah Rahayu. 2019. *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Universitas Brawijaya Press.
- Riyadi, Slamet. 2017. *Akuntansi Manajemen*. Zifatama Jawa.
- Saputra, Dony, Yunike Berry, Sambudi Hamali, Vincent Gaspersz, Ahmad Syamil, Sahnaz Ubud, Ervina Waty, David Rahadian, Antonius Ali, and Alexander Batara Marpaung. 2023. *MANAJEMEN OPERASI: Inovasi, Peluang, Dan Tantangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Widhiastuti, Ni Luh Putu, and Ni Putu Audi Marcia Jivanka. 2022. "MENINGKATKAN PENJUALAN PADA 21 GADGET STUFF CABANG TEUKU UMAR YANG TURUN AKIBAT COVID-19." Pp. 194-200 in *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENGABDIAN MASYARAKAT (SENEMA)*. Vol. 1.
- Yuni, Sulismai, Darmi Sartika, and Dwi Fionasari. 2021. "Analisis Perilaku Biaya Terhadap Biaya Tetap." *Research in Accounting Journal (RAJ)* 1(2):247-53.