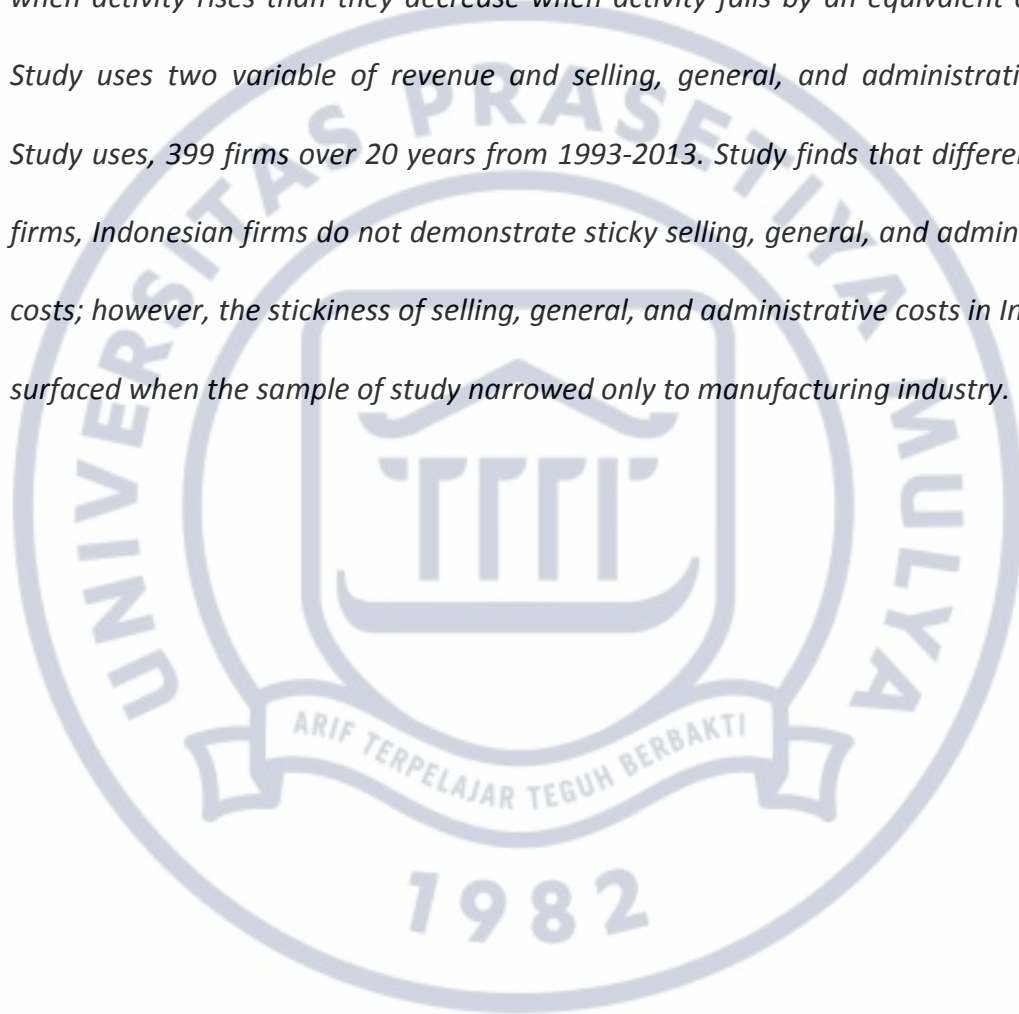


ABSTRACT

This study examines whether Indonesian firms' selling, general, and administrative costs are sticky. Cost stickiness –that is, whether costs increase more when activity rises than they decrease when activity falls by an equivalent amount. Study uses two variable of revenue and selling, general, and administrative cost. Study uses, 399 firms over 20 years from 1993-2013. Study finds that different to US firms, Indonesian firms do not demonstrate sticky selling, general, and administrative costs; however, the stickiness of selling, general, and administrative costs in Indonesia surfaced when the sample of study narrowed only to manufacturing industry.



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui apakah *stickiness* dari biaya penjualan, umum, dan administrasi terjadi pada perusahaan di Indonesia. *Cost stickiness* adalah keadaan dimana biaya naik lebih besar daripada penurunannya untuk proporsi perubahan pendapatan yang sama. Penelitian menggunakan dua buah variabel yaitu pendapatan dan biaya penjualan, umum, dan administratif. Penelitian menggunakan sampel dari 399 perusahaan selama lebih dari 20 tahun yaitu 1993-2013. Penelitian menemukan bahwa berbeda dari temuan di Amerika Serikat, perusahaan di Indonesia tidak menunjukkan perilaku biaya penjualan, umum, dan administrasi yang *sticky*. Namun, ketika sampel penelitian diperkecil hanya pada industri manufaktur, biaya penjualan, umum, dan administrasi menunjukkan perilaku yang *sticky*.