

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang dianalisis dan diolah untuk kemudian diambil keputusan. Menurut Sugiyono (2005:21) metode deskriptif adalah: “Metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Menurut Purwanto (2007:109) penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk memberikan informasi mengenai data yang diamati agar bermakna dan komunikatif, dilakukan dengan cara memecahkan permasalahan yang ada sekarang kemudian memprediksi keadaan di masa yang akan datang

Menurut Sugiyono (2015: 14), metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2. Obyek dan Sumber Data Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah Lapis Panggang REZZEN beralamat di jalan Mertojoyo K2 Merjosari, Malang. Lapis Panggang REZZEN adalah UMKM berorientasi laba yang bergerak di bidang makanan, yang menjadi keunggulannya adalah lapis yang diproduksi bukan dikukus tetapi di panggang, sejauh ini REZZEN merupakan satu satunya yang menggunakan konsep panggang yang pada umumnya lapis menggunakan metode kukus.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer dan Data Sekunder. Data primer ialah data yang secara langsung diperoleh oleh peneliti,

baik berupa data kualitatif melalui wawancara langsung selama masa penelitian terkait dengan latar belakang perusahaan, struktur organisasi, dan sebagainya, serta data kuantitatif yang memuat informasi kondisi keuangan perusahaan dalam laporan keuangan berupa biaya, volume, dan penjualan perusahaan (Salma Haris, 2016 ; 33) sedangkan Data sekunder ialah data yang telah dikumpulkan oleh peneliti melalui sumber-sumber yang telah ada sebelumnya. Data ini dapat diperoleh melalui berbagai literatur, buku, jurnal yang relevan, dan lain sebagainya.

Penelitian ini mengambil dan memproses data dari data fisik dan data dokumenter. Data fisik yang dimaksud adalah data yang diperoleh langsung di lapangan. Sedangkan data dokumenter adalah hasil dari peristiwa yang telah terjadi didokumentasikan melalui pencatatan, gambar dan laporan keuangan.

Sumber data yang dibutuhkan penelitian ini berdasarkan pengungkapan laporan keuangan yang memuat biaya, volume dan laba dari bagian Keuangan/Akuntansi perusahaan Lapis Panggang REZZEN.

3.3 Variabel, Definisi, dan Pengukuran

Menurut Sugiyono (2009: 60) arti variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Berikut pada tabel 3.1 disajikan item apa saja yang akan diteliti beserta rumus pengukurannya.

Tabel 3.1 Variabel dan Pengukuran

Item	Indikator	Rumus
Target laba	Ramalan penjualan adalah proyek teknis dari permintaan langganan potensial untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi.	Menurut Harahap (2008:135). Target Penjualan = $\frac{\text{Beban Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Contribution Margin Ratio}}$
<i>Contribution Margin</i>	<i>Contribution Margin</i> merupakan jumlah yang tersisa dari pendapatan dikurangi biaya variabel yang akan merupakan jumlah yang akan menutupi biaya tetap dan kemudian menjadi laba.	Garrison dkk (2006:329): <i>Contribution margin</i> (nilai uang) = Penjualan – Biaya variabel Atau <i>Contribution margin</i> (unit) = Harga jual per unit – Biaya variabel per unit <i>Contribution margin ratio</i> = $\frac{\text{Contribution margin}}{\text{Penjualan}}$ Atau <i>Contribution margin ratio</i> = $1 - \frac{\text{Biaya variabel}}{\text{Penjualan}}$
<i>Operating Leverage</i>	<i>Operating leverage</i> adalah suatu ukuran tentang seberapa sensitif laba terhadap perubahan dalam penjualan. <i>Operating leverage</i> bertindak sebagai pengganda (multiplier). Jika <i>operating leverage</i> tinggi, peningkatan persentase yang kecil dalam penjualan dapat menghasilkan peningkatan	Garrison dkk (2006 : 343) Tingkat <i>operating leverage</i> = $\frac{\text{Margin kontribusi}}{\text{Laba Bersih}}$

	laba bersih dalam persentase yang jauh lebih besar.	
<i>Break Even Point (BEP)</i>	Impas (<i>break even</i>) adalah keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Dengan kata lain, suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan (<i>revenues</i>) sama dengan jumlah biaya, atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja. Analisis impas adalah suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar suatu usaha tidak menderita rugi tetapi juga belum memperoleh laba (dengan kata lain labanya sama dengan nol).	Garrison dkk (2006 : 334) Metode persamaan : Penjualan = Beban variabel + Beban tetap + Laba Metode Margin Kontribusi: <i>Break even point</i> (unit) = $\frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi per Unit}}$ Atau <i>Break even point</i> (nilai uang) = $\frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio CM}}$ Atau <i>Break even point</i> (nilai uang) = $1 - \frac{\text{Beban Tetap}}{\text{Biaya Variabel Penjualan}}$
<i>Margin of Safety</i>	<i>Margin of safety</i> sebagai kelebihan dari penjualan yang dianggarkan (aktual) di atas titik impas volume penjualan. Margin keamanan menjelaskan jumlah di mana penjualan	Garrison dkk (2006 : 338): <i>Margin of Safety</i> (%) = $\frac{\text{Total Penjualan Aktual} - \text{Penjualan di Titik Impas}}{\text{Total Penjualan Aktual}}$

3.4 Metode Pengumpulan Data

	<p>dapat menurun sebelum kerugian mulai terjadi. Semakin tinggi rasio margin keamanan, semakin rendah resiko untuk tidak balik modal.</p>	
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah Metode Penelitian Langsung (*Field Research*) yang meliputi :

1. Wawancara

Wawancara dilakukan di lokasi Lapis Panggang REZZEN ditujukan kepada pihak-pihak yang secara langsung berpengaruh pada perusahaan, *owner* atau karyawan yang berkaitan dengan obyek penelitian. Wawancara dilakukan secara terstruktur berdasar pada data dan informasi pendukung apa saja yang dibutuhkan untuk penelitian agar wawancara lebih efektif dan efisien.

2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data-data yang dimiliki perusahaan yang memiliki relevansi dengan objek penelitian seperti Laporan Keuangan periode sebelumnya, Laporan biaya, Laporan Penjualan, Laporan laba yang diperoleh serta data keuangan lainnya yang dibutuhkan.

Selain metode Penelitian Langsung (*Field Research*), penelitian juga dilakukan dengan metode Kepustakaan (*Library Research*). Metode penelitian yang dilaksanakan dengan mempelajari berbagai literatur, buku, referensi, dokumen, dan sebagainya yang berkaitan dengan obyek pembahasan sebagai bahan analisis.

3.5 Prosedur Analisis

Tahapan-tahapan dalam menganalisis data yang akan diperoleh nantinya dari perusahaan ialah sebagai berikut:

1. Biaya diklasifikasikan berdasarkan perilaku dari biaya sehingga dapat diketahui biaya yang termasuk biaya tetap dan biaya variabel.
2. Menentukan jumlah penjualan mencapai titik *Break Even Point (BEP)*. Break Event Point adalah kondisi dimana total pendapatan yang diperoleh sama dengan total biaya, sehingga perusahaan tidak menghasilkan laba namun juga tidak menderita rugi. Jumlah yang ditunjukkan ialah minimum penjualan yang harus diperoleh oleh suatu perusahaan agar tidak menderita kerugian.

$$\text{Break even point (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi per Unit}}$$

$$\text{Break even point (nilai uang)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio CM}}$$

3. Menentukan Proyeksi Penjualan dan Target Laba.

Untuk menentukan target laba yang ingin diperoleh perusahaan dengan menggunakan rumus:

$$\text{Target laba (\%)} = \text{Contribution Margin Ratio} \times \text{Margin Of Safety}$$

$$\text{Target Penjualan} = \frac{\text{Beban Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Contribution Margin Ratio}}$$

Proyeksi Penjualan dilakukan untuk memprediksi besar penjualan yang ingin diperoleh oleh perusahaan dalam periode tertentu dengan menentukan besar target laba yang ingin diperoleh terlebih dahulu.

4. Penerapan Analisis Biaya Volume Laba (*CVP Analysis*).

1. *Contribution Margin (CM)*.

Margin kontribusi digunakan untuk mengetahui jumlah uang yang tersedia untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba.

$$\text{Contribution margin (nilai uang)} = \text{Penjualan} - \text{Biaya variabel}$$

Atau

$$\text{Contribution margin (unit)} = \text{Harga jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}$$

Sedangkan untuk *contribution margin ratio* dapat ditentukan dengan rumus berikut :

$$\text{Contribution margin ratio} = \frac{\text{Contribution margin}}{\text{Penjualan}}$$

2. *Operating Leverage.*

Menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari biaya tetapnya. Semakin banyak laba yang dihasilkan perusahaan pada tingkat biaya tetap yang konstan, semakin tinggi *leverage* operasinya

$$\text{Tingkat operating leverage} = \frac{\text{Margin kontribusi}}{\text{Laba Bersih}}$$

3. *Margin of Safety.*

Dilakukan untuk mengetahui sampai tingkat berapa perusahaan boleh mengalami penurunan penjualan namun perusahaan tidak mengalami kerugian. Dalam Hal ini semakin besar ***Margin of Safety*** makin baik untuk perusahaan karena perusahaan bias mengalami penurunan yang cukup jauh.

$$\text{Margin of Safety (\%)} = \frac{\text{Total Penjualan Aktual} - \text{Penjualan di Titik Impas}}{\text{Total Penjualan Aktual}}$$