

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian secara langsung pada konveksi hijab yaitu Ulya Hijab Kudus. Peneliti menganalisis *break even point* melalui data yang diperoleh dari perusahaan tersebut baik data primer maupun data sekunder.

##### B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

###### 1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan didalam masyarakat yang sebenarnya untuk menemukan realitas apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu.

###### 2. Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang mempergunakan data angka dengan berbagai klasifikasi dalam bentuk presentase, frekuensi, nilai rata-rata, dan sebagainya yang diolah secara matematis dengan rumus-rumus statistik.<sup>1</sup> Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.<sup>2</sup> Masalah yang ada di Ulya Hijab Kudus yaitu belum menggunakan analisis *break even point* dalam merencanakan laba dan belum ada perincian biaya variabel dan biaya tetap. Masalah tersebut hanya bisa dipecahkan menggunakan data-data berupa angka, sehingga penulis melakukan penelitian dengan pendekatan kuantitatif.

---

<sup>1</sup> Marzuki, *Metodologi Riset (Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Sosial) Edisi Kedua*, Ekonisia, Yogyakarta, 2005, hlm. 15

<sup>2</sup> Darmawan Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Remaja Rofdakarya Offset, Bandung, 2013, hlm. 37

Penelitian deskriptif yaitu hanya melukiskan keadaan objek atau persoalannya. Peneliti mengembangkan dan menghimpun fakta, tetapi tidak melakukan pengujian hipotesis. Disini peneliti mengungkapkan fakta dan melakukan interpretasi yang cukup.<sup>3</sup> Penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih sifatnya *independen* tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variabel yang lain.<sup>4</sup> Kasus pada Ulya Hijab Kudus yaitu belum dilakukan perencanaan laba dengan menggunakan analisis *break even point* dan belum dilakukan pemisahan biaya tetap dan biaya variabel secara tepat. Penelitian ini hanya untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, bukan untuk membandingkan antar variabel sehingga penelitian deskriptif tepat digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian kuantitatif dengan format deskripsi bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul dari objek penelitian berdasarkan apa yang terjadi. Kemudian mengangkat permukaan karakter atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun variabel tersebut.<sup>5</sup>

Dengan menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif dalam penelitian ini, maka penulis akan mencari dan mengumpulkan permasalahan yang ada pada perusahaan dengan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan yang erat hubungannya dengan analisis *break even point* sebagai alat untuk merencanakan laba pada perusahaan Ulya Hijab.

### C. Sumber data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

---

<sup>3</sup> Ibid., hlm. 14

<sup>4</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, Pustaka Baru, Yogyakarta, 2015, hlm. 16

<sup>5</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2005, hlm. 44

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya.<sup>6</sup> Untuk mengumpulkan data primer dapat dipergunakan metode survai, metode observasi, dan metode eksperimen. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode survai dengan cara wawancara kepada pemilik perusahaan.<sup>7</sup> Hal ini diperlukan untuk mendapatkan informasi yang lebih detail mengenai sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, data penjualan, data yang berkaitan dengan penentuan harga, dan data laporan pendapatan dan biaya. .

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, misalnya diambil dari biro statistik, dokumen-dokumen perusahaan atau organisasi, surat kabar dan majalah, ataupun publikasi lainnya.<sup>8</sup> Data sekunder dalam penelitian ini merupakan internal data yang didapat dari dokumentasi perusahaan.

#### **D. Populasi dan Sampel**

1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>9</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan Ulya Hijab Kudus, yaitu laporan bulanan selama periode Januari sampai Desember.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga,

---

<sup>6</sup>Ibid., hlm. 60

<sup>7</sup> Ibid., hlm. 62

<sup>8</sup> Ibid., hlm. 60

<sup>9</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, ALFABETA, Bandung, 2016, hlm. 61

dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.<sup>10</sup>

Sampel dalam penelitian ditentukan dengan menggunakan metode *non probability sampling*, penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah laporan keuangan Ulya Hijab Kudus selama satu tahun terakhir yaitu tahun 2017 karena merupakan data keuangan terbaru dan dapat mewakili sebagai data dalam penelitian.<sup>11</sup>

#### **E. Tata Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai variasi antara satu orang dengan orang lain atau satu obyek dengan obyek lain.<sup>12</sup>

Variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen.<sup>13</sup> Pada penelitian ini variabel *independennya* adalah *break even point*. Variabel terikat atau variabel *dependen* merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>14</sup> Variabel *dependen* pada penelitian ini adalah perencanaan laba.

---

<sup>10</sup>Ibid., hlm. 62

<sup>11</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian-Bisnis dan Ekonomi*, Pustakabarupress, Yogyakarta, 2015, hlm. 88

<sup>12</sup>Ibid., hlm. 2-3

<sup>13</sup> Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Media Ilmu, Kudus, 2017, hlm. 80

<sup>14</sup> Ibid, hlm. 81

Tabel 3.1  
Variabel dan Definisi Operasional

Variabel	Definisi operasional	Indikator
<i>Break even point</i>	Teknik analisis yang digunakan untuk menentukan tingkat penjualan adalah komposisi produk yang diperlukan hanya untuk menutup semua biaya yang terjadi selama periode tertentu	1. biaya variabel 2. biaya tetap 3. volume penjualan 4. harga jual
Perencanaan laba	Perencanaan kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dimana implementasi keuangannya dalam bentuk proyeksi perhitungan laba-rugi, neraca, kas dan modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek	1. break even point 2. volume penjualan

#### F. Teknik Analisis Data

Teknik yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Analisis *break even point* digunakan untuk menganalisis hubungan antar biaya tetap, biaya variabel, dan volume penjualan.
2. Analisis *margin of safety* (tingkat keamanan) yang menguraikan tentang perencanaan penjualan agar dapat menghindari resiko kerugian pada perusahaan.

Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

##### 1. Analisis *Break even point*

Untuk melakukan analisis *break even point* harus melalui beberapa tahapan yaitu :

##### a. Analisis perilaku biaya :

- 1) Melakukan pengklasifikasian terkait biaya-biaya berdasarkan perilaku biaya yang terdiri dari biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semivariabel.
- 2) Memisahkan biaya semivariabel ke dalam jenis biaya tetap dan biaya variabel dengan menggunakan metode *least squares*.

Rumus :

$$y = a + bx$$

$$b = \frac{\sum(x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sum(x_i - \bar{x})^2}$$

sedangkan untuk mencari nilai a yaitu :<sup>15</sup>

$$\bar{y} = a + b\bar{x}$$

b. Menghitung margin kontribusi

1) Mencari kontribusi margin total dapat menggunakan rumus :

$$CM = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

2) Mencari kontribusi margin per unit dapat menggunakan rumus :

$$CM \text{ per unit} = \text{Harga per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}$$

3) Menghitung rasio margin kontribusi adalah sebagai berikut :

$$RCM = \frac{\text{Margin kontribusi}}{\text{Penjualan}}^{16}$$

c. Menghitung dan menganalisis *break event point*

1) Menghitung BEP atas dasar rupiah

$$Bep = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}}$$

Dimana :

FC = biaya tetap

VC = biaya variabel per unit

S = volume penjualan

2) Menghitung BEP atas dasar unit (*sales mix*)

$$X\text{-impas} = (F+I)/\text{Total Paket CM}$$

d. Penerapan analisis BEP dalam menghitung perencanaan penjualan pada tingkat laba yang di harapkan.

<sup>15</sup> Alfonsus Sirait, dkk, *Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian*, Erlangga, Jakarta, 1991, hlm. 360

<sup>16</sup> Jae Shim dan Joel Siegel, *Budgeting*, Erlangga, Jakarta, 2001, hlm. 30

Rumus :

$$\text{Sales minimal} = \frac{FC + \text{keuntungan}}{1 - \frac{VC}{S}}$$

2. Menentukan *margin of safety* (tingkat keamanan)

Untuk menentukan *margin of safety* dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

*Margin of safety* rasio =

$$\frac{\text{penjualan yang direncanakan} - \text{penjualan pada break even}}{\text{penjualan yang direncanakan}} \times 100$$

