

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

#### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*) karena peneliti terlibat langsung dalam penelitian. *Field research* adalah melakukan penelitian di lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden.<sup>1</sup>

#### 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan Deskriptif Kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih sifatnya independen tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variabel lainnya. Variabel tersebut dapat menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu.<sup>2</sup>

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif maka data-data yang diperoleh dari lapangan diolah menjadi angka-angka. Kemudian angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan. Pendekatan ini dari data, ibarat bahan baku dalam suatu pabrik, data ini diproses dan dimanipulasi menjadi informasi yang berharga bagi pengambilan keputusan.<sup>3</sup> Pada pendekatan ini akan mempermudah dalam menghitung perencanaan laba pada UMKM Konveksi d.Sartika sebagai perencanaan laba yang diinginkan.

### B. Setting Penelitian

Setting penelitian ini berisi tentang lokasi dan waktu dilaksanakannya penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di

---

<sup>1</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), p. 32.

<sup>2</sup> Sujarweni, p. 49.

<sup>3</sup> Mudjarat Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: AMP YKPN, 2001), p. 1.

UMKM Konveksi d.Sartika di Singocandi Kota Kudus yang berada di jalan Dewi Sartika Desa Singocandi Rt 05 Rw 01 kecamatan Kota Kudus. Waktu penelitian ini dimulai dari tanggal 05 Juli s/d 31 Agustus 2021.

### C. Desain dan Definisi Operasional Variabel

#### 1. Desain

Dalam melakukan penelitian kuantitatif salah satu langkah yang terpenting adalah membuat desain penelitian. Desain penelitian adalah pedoman atau prosedur serta teknik dalam perencanaan penelitian yang berguna sebagai panduan untuk membangun strategi yang menghasilkan model atau *blue print* penelitian. Desain penelitian bagaikan sebuah peta jalan bagi peneliti yang menuntun serta menentukan arah berlangsungnya proses penelitian secara benar dan tepat sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, tanpa desain yang benar seorang peneliti tidak akan dapat melakukan penelitian dengan baik karena yang bersangkutan tidak mempunyai pedoman arah yang jelas.<sup>4</sup> Desain pada penelitian ini menentukan perencanaan laba menggunakan analisis biaya, volume dan laba, teknik pengumpulan data ini dengan cara wawancara sehingga memperoleh data primer dan sekunder untuk dijadikan bahan menghitung *break event point*, *margin of safety* dan *contribution margin* sehingga dapat menentukan perencanaan laba yang diinginkan.

#### 2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati.<sup>5</sup>

**Tabel 3.1 Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber	Skala
1	Perencanaan Laba	Perencanaan laba adalah rencana kerja	Alokasi biaya dan Perencana	Zainal Yulianto,	Skala interval

<sup>4</sup> Sujarweni, pp. 40–41.

<sup>5</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Media Ilmu Press, 2015), p. 78.

		yang dapat diperhitungkan dengan cermat dimana implikasi keuangan dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan laba-rugi, neraca kas, modal kerja untuk jangka panjang dan jangka pendek. <sup>6</sup>	an harga jual	2018.	
2	Analisis Biaya, Volume dan Laba	Analisis biaya-volume-laba merupakan metode untuk menganalisis bagaimana keputusan operasi dan pemasaran mempengaruhi laba operasi, berdasarkan pemahaman tentang hubungan antara biaya variabel per unit, total biaya tetap, harga jual, dan	Menguji perilaku total pendapatan, total biaya, dan laba operasi ketika terjadi perubahan dalam tingkat output.	Hery, 2016.	Skala interval

<sup>6</sup> Yulianto, p. 80.

		tingkat output. Dengan kata lain, analisis biaya-volume-laba menguji perilaku total pendapatan, total biaya, dan laba operasi ketika terjadi perubahan dalam tingkat output. <sup>7</sup>			
3	<i>Break Event Point</i> (Titik Impas)	Titik impas (Break Event Point) adalah jumlah penjualan output yang akan menyamakan total pendapatan dengan total biaya. Dengan kata lain, titik impas adalah jumlah unit terjual yang akan menghasilkan laba operasi sebesar Rp. 0 (nol rupiah). <sup>8</sup>	Menguji jumlah unit yang terjual yang akan menghasilkan laba operasi Rp. 0 (tidak untung dan tidak rugi)	Hery, 2016.	Skala interval
4	<i>Marjin</i>	Marjin	Menguji	Henry	Skala

<sup>7</sup> Hery, p. 209.

<sup>8</sup> Hery, p. 211.

	<p><i>Off Safety</i> (Marjin Pengaman Penjualan )</p>	<p>pengaman penjualan (<i>Margin of Safety</i>) adalah perbedaan antara tingkat penjualan yang diharapkan dengan penjualan titik impas. <i>Margin of Safety</i> juga mengidentifikasi jumlah penurunan rupiah penjualan yang boleh terjadi sebelum perusahaan menderita kerugian.<sup>9</sup></p>	<p>jumlah penurunan rupiah penjualan yang boleh terjadi sebelum perusahaan mengalami kerugian.</p>	<p>Sima mora, 2000.</p>	<p>interval</p>
5	<p>Marjin Kontribusi</p>	<p>Marjin kontribusi adalah jumlah pendapatan yang tersisa setelah dikurangi dengan biaya variabel. Setiap unit yang terjual mempunyai marjin kontribusi unit (unit contribution</p>	<p>Menguji jumlah pendapatan yang tersisa setelah dikurangi dengan biaya variabel.</p>	<p>Henry Sima mora, 2000</p>	<p>Skala interval</p>

<sup>9</sup> Simamora, pp. 605–6.

		margin), yang merupakan kelebihan harga jual di atas biaya variabel per unit. Margin kontribusi unit memberikan kenaikan jumlah margin kontribusi dalam laporan laba rugi, dan karenanya kenaikan pendapatan operasi, untuk setiap tambahan unit yang terjual. <sup>10</sup>			
--	--	--	--	--	--

#### D. Teknik Pengumpulan Data

##### 1. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab bisa sambil bertatap muka ataupun tanpa tatap muka yaitu melalui media telekomunikasi antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian.<sup>11</sup> Peneliti melakukan wawancara dengan pemilik UMKM Konveksi d.Sartika di Kota Kudus untuk memperoleh data- data yang dibutuhkan secara mendalam.

<sup>10</sup> Simamora, p. 606.

<sup>11</sup> Sujarweni, p. 31.

## 2. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.<sup>12</sup> Metode observasi yang digunakan oleh peneliti yaitu observasi terstruktur, peneliti menetapkan secara rinci apa yang akan diobservasi dan bagaimana pengukuran yang akan di catat. Peneliti melakukan observasi di UMKM Konveksi d.Sartika di Kota Kudus untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan.

## 3. Dokumentasi

Analisis dokumentasi lebih mengarah pada bukti konkret. Dengan instrumen ini kita diajak untuk menganalisis isi dari dokumen-dokumen yang dapat mendukung penelitian kita.

Penjaringan data dengan metode ini, adalah peneliti mencari dan mendapatkan data-data primer dengan melalui data-data dari prasasti, naskah kearsipan baik dalam bentuk barang cetakan maupun rekaman, data gambar dan lain sebagainya. Dengan adanya data tersebut, maka peneliti akan dapat memecahkan masalah penelitian sekaligus usaha membuktikan hipotesis penelitian.<sup>13</sup>

Metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh data tentang produk UMKM d.Sartika dan data-data lain yang mendukung.

## E. Teknik Analisis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Untuk mencapai tujuan penelitian yaitu analisis biaya volume dan laba untuk perencanaan laba pada UMKM Konvensi d.Sartika. adapun urutan analisis data yang akan dilakukan yaitu sebagai berikut:

### 1. Menentukan margin kontribusi

Pengertian lain dari marjin kontribusi adalah jumlah pendapatan yang tersisa setelah dikurangi dengan biaya variabel. Setiap unit yang terjual mempunyai marjin kontribusi unit (unit contribution margin), yang merupakan

---

<sup>12</sup> Sujarweni, p. 94.

<sup>13</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), p. 138.

kelebihan harga jual di atas biaya variabel per unit. Margin kontribusi unit memberikan kenaikan jumlah margin kontribusi dalam laporan laba rugi, dan karenanya kenaikan pendapatan operasi, untuk setiap tambahan unit yang terjual.<sup>14</sup>

### Gambar 3.1 Rumus menghitung margin kontribusi

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

### Gambar 3.2 Rumus menghitung rasio margin kontribusi

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}}$$

#### 2. Menentukan titik impas (*break event point*)

Titik impas adalah jumlah unit yang mesti dijual oleh perusahaan untuk memperoleh keuntungan nol (yakni, impas).<sup>15</sup> Sedangkan pengertian lain dari analisis titik impas (*break event point*) adalah suatu cara yang digunakan oleh seorang manajer perusahaan untuk mengetahui pada volume penjualan dan volume produksi berapakah suatu perusahaan tidak menderita kerugian dan tidak pula memperoleh laba. Dengan arti kata bahwa titik impas adalah suatu keadaan dimana perusahaan yang pendapatannya penjualannya sama dengan jumlah total biayanya, atau besarnya kontribusi margin sama dengan total biaya tetap. Dengan kata lain perusahaan tersebut tidak untung dan tidak rugi.<sup>16</sup>

### Gambar 3.3 Rumus untuk menghitung titik impas dalam unit

$$\text{Titik impas (dalam unit)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$$

Rumus untuk menghitung titik impas dalam rupiah mirip dengan rumus untuk menghitung titik impas dalam unit,

<sup>14</sup> Simamora, pp. 605–6.

<sup>15</sup> Simamora, pp. 603–4.

<sup>16</sup> Bustami and Nurlela.

kecuali bahwa biaya tetapnya dibagi dengan rasio margin kontribusi, bukan margin kontribusi per unit.

**Gambar 3.4 Rumus titik impas dalam rupiah**

$$\text{Titik impas (dalam rupiah)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Rasio margin kontribusi}}$$

Rasio margin kontribusi menyatakan margin kontribusi sebagai suatu persentase dari penjualan. Untuk menghitung rasio margin kontribusi ini, maka margin kontribusi per unit dibagi dengan harga jual per unit.<sup>17</sup>

3. Menentukan Margin pengaman penjualan (*Margin of Safety*)

Margin pengaman penjualan (*Margin of Safety*) adalah perbedaan antara tingkat penjualan yang diharapkan dengan penjualan titik impas. *Margin of Safety* juga mengidentifikasi jumlah penurunan rupiah penjualan yang boleh terjadi sebelum perusahaan menderita kerugian.

**Gambar 3.5 Menentukan margin pengaman penjualan**

$$\text{Margin pengaman penjualan} = \text{penjualan yang diharapkan} - \text{penjualan impas}$$

<sup>17</sup> Simamora, pp. 604–5.