

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada CV. Kreasi Jepara Jln. Bumi 1, Liliba, Kota Kupang. Waktu penelitian sejak Agustus – Desember 2019.

B. Jenis Data

1. Jenis Data Menurut Sumber

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari perusahaan dengan melakukan penelitian di lapangan, observasi, maupun wawancara langsung dengan pemilik dan karyawan perusahaan tentang proses produksi dan volume penjualan yang didapat.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari dokumen perusahaan berupa catatan-catatan perusahaan, seperti data produksi dan volume penjualan, data harga jual, dan data perhitungan biaya yang dikeluarkan pada CV. Kreasi Jepara.

2. Jenis Data Menurut Sifat

- a. Data Kuantitatif merupakan data yang dapat dihitung, yaitu data berupa angka-angka yaitu data volume penjualan, harga jual, biaya tetap dan biaya variabel, serta informasi pendukung berupa data biaya produksi serta biaya non-produksi CV. Kreasi Jepara.
- b. Data Kualitatif merupakan data yang tidak dapat dihitung dan bukan berupa angka-angka, yaitu profil perusahaan diperoleh dengan

cara wawancara langsung dan melihat secara langsung kegiatan proses produksi, penjualan pada CV. Kreasi Jepara.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan cara bertemu secara langsung dan melakukan tanya jawab dengan pemilik serta karyawan CV. Kreasi Jepara mengenai proses produksi, penjualan, serta biaya yang dikeluarkan selama proses produksi.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan menggunakan dokumen-dokumen yang didapat dari CV. Kreasi Jepara yaitu berupa : data volume penjualan, harga jual, total biaya dan laba.

D. Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Indikator

Variabel penelitian merupakan atribut yang mempunyai bermacam-macam nilai atau sifat dari objek maupun kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dari ditarik kesimpulan. Sedangkan, definisi operasional merupakan definisi yang dibuat oleh penulis dengan mengacuh pada teori untuk memberikan gambaran nyata yang berkaitan dengan penelitian ini. Berdasarkan pokok permasalahan dan tujuan penelitian, maka definisi operasional, variabel dan indikator dalam penelitian ini yaitu :

1. Analisis biaya-volume-laba (BLV) atau *cost-volume-profit analysis (CVP)*,

suatu teknik analisis untuk mengkaji hubungan antara biaya-biaya, volume penjualan, dan harga atas meja makan dan kursinya pada CV. Kreasi Jepara.

Indikator : Rupiah, Unit dan Persentase

2. Biaya adalah suatu biaya yang secara total berubah pada meja makan dan kursinya secara proposional dengan perubahan dalam tingkat aktivitas pada CV. Kreasi Jepara.

Indikator : Rupiah

3. Volume penjualan adalah berapa besar dan banyaknya jumlah meja makan dan kursinya yang terjual.

Indikator : Unit

4. Laba adalah kelebihan penghasilan atas biaya produksi meja makan dan kursinya selama satu periode.

Indikator : Rupiah

5. Titik impas atau *break even point* adalah suatu titik atau keadaan di mana CV. Kreasi Jepara dalam operasionalnya tidak mendapatkan laba dan juga tidak menderita kerugian atas penjualan meja makan dan kursinya.

Indikator : Unit dan Rupiah

6. Margin kontribusi (*contribution margin*) adalah selisih antara penjualan dengan biaya variabel meja makan dan kursinya pada CV. Kreasi Jepara pada tingkat kegiatan tertentu.

Indikator : Rupiah dan Persentase

7. Batas Keamanan (*Margin of safety*) adalah dimana CV. Kreasi Jepara dapat menentukan seberapa banyak penjualan meja makan dan kursinya

boleh diturunkan agar CV. Kreasi Jepara tidak menderita kerugian.

Indikator : Rupiah dan Persentase

8. Perencanaan laba (*Profit planning*) merupakan taksiran penghasilan yang diperoleh CV. Kreasi Jepara dengan menggunakan analisis target laba untuk mengetahui volume penjualan meja makan dan kursinya demi mendapatkan laba.

Indikator : Rupiah

E. Metode Analisis Data

Metode analisis data dilaksanakan dengan melakukan perhitungan sesuai dengan masalah yang terjadi.

1. Analisis Titik Impas (*Break Even Point*)

Suatu perusahaan dapat dikatakan impas (*break even*), yaitu apabila setelah disusun laporan perhitungan rugi laba untuk suatu periode tertentu, perusahaan dengan kata lain laba sama dengan nol atau ruginya sama dengan nol. Berikut rumus grafik dari *break even point* :

- a. Perhitungan *break even point* atas dasar unit :

$$\text{BEP (Q)} = \frac{\text{TFC}}{\text{P} - \text{V}}$$

Diketahui :

TFC : Total biaya tetap

P : Harga jual per unit

V : Biaya variabel per unit

Q : Jumlah unit/kuantitas produk yang dihasilkan dan dijual

- b. Perhitungan *break even point* atas dasar *sales* dalam rupiah :

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{TFC}}{1 - \frac{\text{TVC}}{S}}$$

Diketahui :

TFC : Total biaya tetap

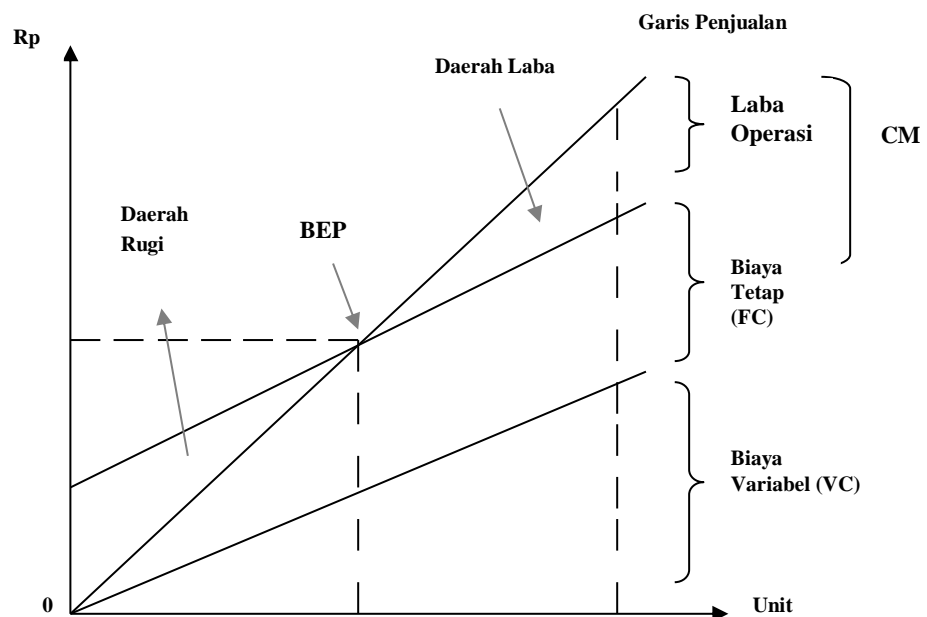
TVC : Total biaya variabel

S : Volume penjualan

- c. Pada *break even point* terdapat gambar grafik yang menggambarkan jumlah biaya tetap, biaya variabel dan garis penghasilan penjualan (Riyanto, 2001:361). Terdapat dua macam grafik untuk menggambar BEP, yaitu grafik dengan garis biaya tetap digambarkan sejajar dengan garis variabel dan grafik dengan garis biaya tetap digambarkan secara horizontal sejajar dengan sumbu X, grafik tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

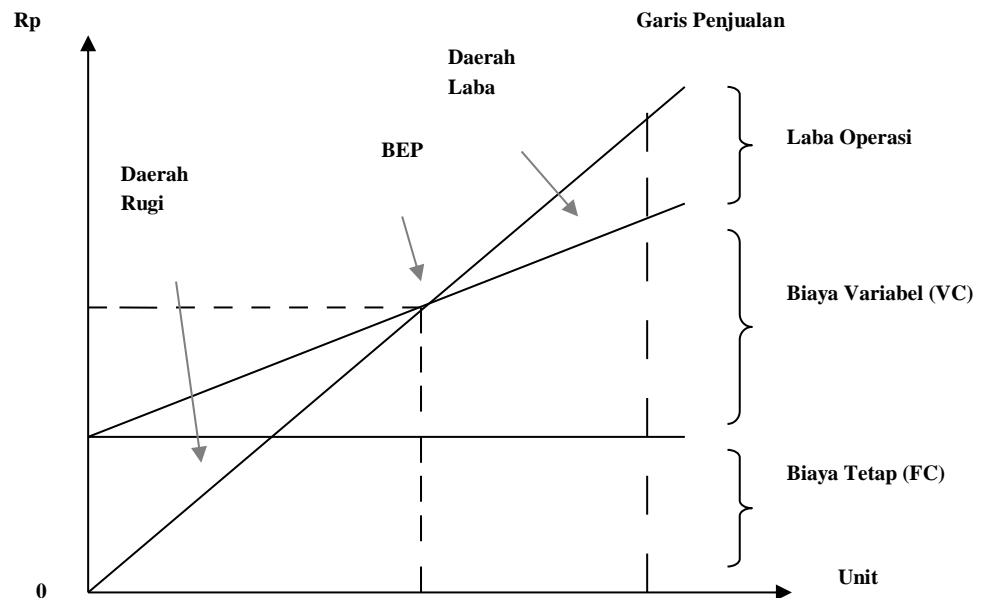
Gambar 2.1

Garis biaya tetap digambarkan sejajar dengan garis biaya variabel



Gambar 2.2

Garis biaya tetap digambarkan secara horizontal sejajar dengan sumbu X



2. Margin Kontribusi (*Contribution Margin*)

Margin kontribusi atau *contribution margin* adalah jumlah yang tersedia dari penjualan dikurangi dengan biaya variabel. *Contribution Margin* juga merupakan jumlah yang tersisa dari pendapatan dikurangi biaya variabel yang merupakan jumlah yang akan menutupi biaya tetap. Berikut adalah rumus dari margin kontribusi, yaitu :

- a. Perhitungan dalam bentuk rupiah

$$\text{Margin Kontribusi (MK)} = \text{TP} - \text{TBV}$$

Dimana :

MK : Margin kontribusi

TP : Total penjualan

TBV : Total biaya variabel

- b. Perhitungan dalam bentuk persentase

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin kontribusi dalam rupiah}}{\text{Penjualan}} \times 100 \%$$

3. Batas Keamanan (*Margin of Safety*)

Analisis *margin of safety* menunjukkan berapa banyak penjualan yang boleh turun dari jumlah penjualan tertentu di mana perusahaan belum menderita rugi atau dalam keadaan *break even*. Dengan kata lain angka *margin of safety* memberikan petunjuk jumlah maksimum penurunan angka volume penjualan yang direncanakan yang tidak mengakibatkan kerugian. *Margin of safety* merupakan elemen untuk mengukur keamanan perusahaan. Berikut merupakan beberapa rumusan dalam menghitung margin pengamanan, yaitu :

- a. Perhitungan dalam rupiah

$$\text{Margin pengamanan} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan Titik Impas}$$

- b. Perhitungan dalam persentase

$$\text{Margin Pengamanan} = \frac{\text{Margin pengamanan dalam rupiah}}{\text{Penjualan BEP}} \times 100\%$$

4. Perencanaan Laba

Perencanaan laba pada dasarnya merupakan perencanaan yang harus dilakukan perusahaan untuk mencapai laba dengan menggunakan analisis biaya, volume, dan laba atau analisis titik impas (*break even point analysis*) dan digunakan untuk menghadapi perubahan yang mungkin terjadi harga jual satuan, biaya tetap, biaya variabel atau perubahan volume penjualan produk dan komposisi produk yang dijual pada suatu perusahaan. Perencanaan menetapkan target laba yang juga mengetahui volume penjualan dan biaya

yang diharapkan untuk tahun depan dan periode yang lebih lama. Dalam menentukan volume penjualan yang dibutuhkan untuk mencapai target laba dapat menggunakan metode margin kontribusi. Pendekatan ini dapat memperluas margin kontribusi dengan menggunakan target laba. Berikut ini adalah rumusan analisis target laba, yaitu :

$$\text{Target Laba} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Penjualan}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$