

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Kerangka Pemikiran

Usaha ayam petelur mempunyai tujuan pokok memperoleh pendapatan dengan pendapatan, perusahaan akan memperoleh imbalan atas usaha yang telah dilakukan. Kegiatan penjualan produk sangat menentukan pendapatan perusahaan. Dalam meningkatkan penjualan produk, perusahaan harus memperhatikan tingkat produksi dan jumlah permintaan (volume penjualan) terhadap produk tersebut. Tujuan dari hal ini untuk mengantisipasi terjadinya produksi yang berlebihan sedangkan penjualan telur sedikit, yang akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan dan menambah biaya produksi perusahaan.

Analisis volume penjualan telur dan biaya pemasaran merupakan suatu studi tentang masalah penjualan bersih dari suatu perusahaan dan bermanfaat dalam evaluasi kegiatan pemasaran perusahaan. Manfaat analisis volume penjualan, perusahaan dapat membandingkan sasaran penjualan dan sasaran produksi yang direncanakan, kemudian perusahaan akan menganalisis masing-masing biaya-biaya yang direncanakan dengan biaya yang dikeluarkan. Volume penjualan produk dalam suatu perusahaan akan mengalami penurunan dan juga kenaikan.

3.2. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan diajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga perusahaan peternakan ayam petelur CV. Indah Mustika mampu memperoleh laba.
2. Diduga trend pertumbuhan penjualan telur mengalami kenaikan tahun 2013-2015.
3. Diduga terdapat keeratan hubungan antara biaya pemasaran dan volume penjualan pada waktu yang sama.

3.3. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan November 2015 - Januari 2016. Lokasi penelitian CV. Indah Mustika di Desa Mangunsari Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang.

3.4. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Metode studi kasus merupakan suatu metode penelitian secara mendalam dari suatu individu, kelompok atau institusi dengan tujuan untuk menentukan faktor-faktor ataupun hubungan antar faktor dari subjek yang diteliti (Nasution, 1982). Wirartha (2005) menyatakan bahwa studi kasus memusatkan perhatian pada satu kasus secara intensif dan mendetail. Subjek yang diteliti atas satu unit (kesatuan unit) yang dipandang sebagai kasus.

3.5. Metode Penentuan Lokasi

Metode penentuan lokasi yang digunakan adalah metode *purposive* yaitu penentuan lokasi berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu (singarimbun, 1989). Pertimbangan tersebut diantaranya adalah CV. Indah Mustika merupakan peternakan yang mempunyai populasi ternak sebanyak ± 45.000 ekor ayam petelur, CV. Indah Mustika juga merupakan peternakan yang mampu bertahan dari krisis keuangan dan saat banyak peternak baru bermunculan serta banyak wabah penyakit yang menyerang peternakan. Setiadi (2008) menambahkan bahwa teknik *purposive* digunakan apabila anggota sampel yang dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitiannya.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi dan wawancara langsung dengan berpedoman pada kuisisioner. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi dan wawancara langsung dengan berpedoman pada kuisisioner. Data yang diambil berupa data *time series* yaitu data yang secara kronologis disusun menurut waktu pada suatu variabel tertentu (Kuncoro, 2009). Data yang dikumpulkan mulai dari Januari 2012 - Desember 2015. Tujuan dari pengambilan data selama tiga tahun adalah untuk mengetahui tingkat perkembangan volume penjualan CV. Indah Mustika. Data tersebut berupa data sekunder, data sekunder diperoleh dari pembukuan CV. Indah Mustika.

3.7. Analisis Data

Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk mengetahui tingkat laba, trend pertumbuhan volume penjualan, keeratan hubungan volume penjualan dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan perusahaan. Data tersebut dianalisis secara statistik. Sebelum dilakukan analisis secara statistik terlebih dahulu dilakukan uji kenormalan data.

3.8. Uji Normalitas Data

1. Uji Kolmogrov-smirnov

Data yang digunakan dalam analisis regresi linier ganda adalah data yang berdistribusi normal. Uji yang digunakan untuk mengkaji kenormalan data adalah uji Kolmogrov-Smirnov. Pengujian kenormalan data dilakukan dengan bantuan SPSS 22.

H_0 : Data berdistribusi normal

H_1 : Data tidak berdistribusi normal

H_0 ditolak dan H_1 diterima apabila signifikan $\leq 5\%$

H_0 diterima dan H_1 ditolak apabila signifikan $\geq 5\%$.

2. Uji Scatter Plot

Scatter plot digunakan untuk mengetahui hubungan antara volume penjualan telur dengan biaya pemasaran. Adapun ketentuan Scatter Plot jika data bergerak dari arah kiri bawah ke kanan atas, artinya hubungan kedua variable positif. Sebaliknya data bergerak dari arah kiri atas ke kanan bawah, artinya kedua variabel berhubungan negative. Bila data membentuk lingkaran yang

sejajar dengan sumbu X atau sumbu Y pada Scatter Plot, artinya kedua variable mempunyai hubungan yang lemah. Dalam melihat keeratan hubungan antara volume penjualan dengan biaya pemasaran dapat dilihat pada koefisien korelasi. Uji Scatter Plot dikerjakan dengan bantuan SPSS 22 (Purwanto, 2004).

Selanjutnya menguji hipotesis :

1. Hipotesis 1 : Diduga Usaha Ayam Petelur CV. Indah Mustika mampu memperoleh laba usaha. Analisis yang digunakan adalah :

$$\pi = TR - TC - Pph$$

$$\pi = \text{Laba (Rupiah / tahun)}$$

$$TR = \text{Total Revenue (Rupiah/tahun)}$$

$$TC = \text{Total Cost (Rupiah/tahun)}$$

$$Pph = \text{Pajak penghasilan}$$

Kaidah keputusan :

Jika $TR > (TC + Pph)$: perusahaan mampu memperoleh laba.

Jika $TR < (TC + Pph)$: Perusahaan tidak mampu memperoleh laba.

2. Hipotesis 2 : Diduga trend pertumbuhan penjualan telur pada CV. Indah Mustika mengalami kenaikan. Analisis digunakan adalah Trend Square (Dajan, 1983).

$$Y = a + bx$$

$$\text{Dimana : } a = \Sigma Y/n \quad b = \Sigma Y / \Sigma X^2$$

Keterangan :

$$Y = \text{Volume Penjualan}$$

| | |
|--------------|----------------------------------------------|
| x | = Bulan |
| n | = Jumlah bulan |
| a | = nilai trend |
| b | = kenaikan volume penjualan telur kg / bulan |
| ΣY | = Jumlah Pengamatan Variabel Y |
| ΣX^2 | = Jumlah Kuadrat Pengamatan Variabel X |

3. Hipotesis 3 : Diduga ada keeratan hubungan antara Volume Penjualan dengan Biaya Pemasaran. Analisis yang digunakan adalah Korelasi Pearson.

$$r = \frac{\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2][n(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan :

N = Jumlah Pengamatan

X = Biaya Pemasaran

Y = Volume Penjualan

ΣX = Jumlah Pengamatan Variabel X

ΣY = Jumlah Pengamatan Variabel Y

ΣX^2 = Jumlah Kuadrat Pengamatan Variabel X

$(\Sigma X)^2$ = Kuadrat Jumlah Pengamatan Variabel X

ΣY^2 = Jumlah Pengamatan Variabel Y

$(\Sigma Y)^2$ = Kuadrat Jumlah Pengamatan Variabel Y

ΣXY = Jumlah Hasil Kali Variabel X dan Variabel Y

Kategori keeratan hubungan

| Nilai r | Keeratan hubungan |
|---------|--------------------|
| 0 | Tidak ada korelasi |
| 0-0,5 | Tidak erat |
| 0,5-0,8 | Erat |
| 0,8-1 | Sangat erat sekali |
| 1 | Erat sempurna |

(Siagian dan Sugiarto, 2002).

Apabila nilai $r = 0$ maka tidak ada hubungan korelasi, jika nilai $r = 0-0,5$ maka hubungan korelasi tidak erat, nilai $r = 0,5 - 0,8$ maka hubungan korelasi erat, nilai $r = 0,8 - 1$ maka hubungan korelasi sangat erat sekali sedangkan nilai $r = 1$ maka menunjukkan hubungan erat sempurna.

Pengujian Koefisien Korelasi

Hipotesis :

- $H_0 : r = 0$, Volume penjualan telur dengan biaya pemasaran telur tidak berhubungan
- $H_1 : r < 0$, Volume penjualan telur dengan biaya pemasaran telur mempunyai hubungan negatif.
- $H_1 : r > 0$, Volume penjualan telur dengan biaya pemasaran telur mempunyai hubungan positif.
- $H_1 : r \neq 0$, Volume penjualan telur dengan biaya pemasaran telur tidak mempunyai hubungan (Supranto, 1993).

Hipotesis Statistik

$H_0 : r = 0$ dan $H_1 \neq 0$

- H_0 ditolak $\leq 5\%$, hal ini berarti antara volume penjualan telur berhubungan nyata dengan biaya pemasaran.
- H_0 diterima $> 5\%$, hal ini berarti antara volume penjualan telur dengan biaya pemasaran berhubungan tidak nyata.

3.9. Batasan Pengertian dan Konsep Pengukuran

1. Peternakan ayam petelur adalah suatu usaha yang dijalankan secara teratur dan terus menerus pada suatu tempat dan waktu tertentu dengan tujuan komersial meliputi kegiatan menghasilkan produk utama berupa telur dan produk sampingan berupa ayam afkir dan kotoran ayam.
2. Ayam ras petelur adalah jenis ayam yang produksinya tinggi dan sudah direkayasa untuk tidak mengeram.
3. Peternak adalah orang atau badan hukum dan atau buruh peternakan yang mata pencahariannya sebagian atau seluruhnya bersumber dari peternakan.
4. Produksi telur adalah telur-telur yang dihasilkan oleh ayam petelur selama produksi. Satuan yang digunakan adalah kilo gram (kg).
5. Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk. Biaya produksi peternakan berupa biaya pakan, biaya tenaga kerja, biaya vaksin dan obat-obatan. Satuan yang digunakan adalah Rupiah/tahun.
6. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran berlangsung mulai produk lepas dari produsen. Satuan yang digunakan Rupiah/bulan.

7. Volume Penjualan Telur adalah banyak telur yang terjual. Satuan yang digunakan adalah Kilogram/bulan.
8. Penerimaan adalah perkalian antara total hasil produksi dengan harga. Satuan yang digunakan adalah Rupiah/tahun.
9. Pendapatan kotor adalah total penerimaan yang diperhitungkan dari usaha ayam petelur selama satu tahun yang dikurangi dengan biaya produksi selama satu tahun. Satuan yang digunakan Rupiah/tahun.
10. Laba adalah pendapatan kotor yang diperoleh dari usaha ayam petelur dikurangi dengan pajak penghasilan. Satuan yang digunakan rupiah/tahun.
11. Data Deret Berkala (*time series*) adalah data yang dikumpulkan dari waktu ke waktu secara terus menerus sehingga dapat menggambarkan suatu perkembangan kegiatan.