

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam melaksanakan suatu penelitian, seorang peneliti harus menentukan metode apa saja yang akan dipakai, karena hal itu menyangkut langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mengarahkan dan sebagai pedoman dalam kegiatan penelitian. Pemilihan dan penentuan metode yang dipergunakan dalam suatu penelitian sangat berguna bagi peneliti karena dengan pemilihan dan penentuan metode penelitian yang tepat dapat membantu dalam mencapai tujuan penelitian.

Berkaitan dengan permasalahan penelitian ini maka metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis yaitu suatu metode yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya berdasarkan data yang ada, kemudian data yang diperoleh selama penelitian diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut berdasarkan teori-teori yang telah dipelajari, dan dijadikan sebagai bahan pembahasan untuk mencari hubungan, pengaruh, serta keterkaitan diantara variabel-variabel yang diteliti.

Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2005:11) bahwa:

Metode penelitian deskriptif yaitu metode yang menggambarkan atau menjelaskan data yang sifatnya aktual dan dilanjutkan dengan menganalisis untuk mengetahui pengaruh antara variabel yang satu dengan yang lainnya.

3.2 Operasionalisasi Variabel

Untuk memperjelas variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini, penulis akan menjabarkannya secara operasional sebagai berikut:

Tabel 3.1

Bagan Operasionalisasi Variabel

Variabel Pokok	Indikator	Skala
1. Beban Pemasaran	Sejumlah beban untuk pos pemasaran	Rasio
2. Pendapatan Operasional	Jumlah realisasi pendapatan operasional	Rasio

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2006:55) yang dimaksud dengan “Populasi adalah objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Pendapat di atas membedakan adanya objek dan subjek populasi. Objek populasi berkaitan erat dengan masalah atau topik penelitian, sedangkan subjek penelitian berkaitan dengan sasaran populasi yang biasanya terdiri dari orang, tempat, dan subjek lainnya.

Atas dasar uraian di atas maka populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT. Pos Indonesia (Persero) tahun 1996 sampai dengan tahun 2006 yang telah diaudit oleh Kantor Akuntan Publik yang independen.

3.3.2 Sampel

Sugiyono (2006:55) menjelaskan bahwa “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti tersebut dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2002:94) “Sampel adalah jika kita hanya akan meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut disebut penelitian sampel. Jadi sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”.

Pengambilan sampel perlu dilakukan mengingat ukuran sampel yang terlalu besar sedangkan waktu dan biaya sangat terbatas. Untuk itu sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah laporan laba rugi PT. Pos Indonesia (Persero) periode tahun 2001 sampai dengan tahun 2005. Teknik sampling yang penulis gunakan adalah purposive sampling yaitu pengambilan sampel dengan tujuan tertentu dan atas pertimbangan tertentu. Penulis mengambil sampel periode tahun 2001 sampai dengan tahun 2005 berdasarkan beberapa pertimbangan yaitu ketersediaan data di perusahaan, keterbatasan waktu penelitian, dan kemudahan memperoleh data, serta diharapkan sampel yang diambil dapat mewakili populasi yang ada.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan penulis untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan dan mempelajari data serta informasi yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti dari berbagai dokumen dan literatur. Dalam hal ini penulis mempelajari laporan laba rugi PT. Pos Indonesia (Persero) periode 2001 sampai dengan 2005.

3.5 Teknik Analisis Data

Data yang penulis peroleh melalui teknik pengumpulan data di atas merupakan data yang masih memerlukan pengolahan dan penganalisaan lebih lanjut. Hal ini dimaksudkan agar memperoleh gambaran yang jelas guna memecahkan masalah yang sedang diteliti sehingga mempermudah penulis untuk menganalisis dan menarik kesimpulan mengenai permasalahan yang sedang dihadapi.

Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis secara kuantitatif terhadap data historis keuangan yang tercantum dalam laporan keuangan yaitu laporan laba rugi selama lima periode yaitu tahun 2001 sampai tahun 2005. Adapun langkah-langkah pengolahan data sebagai berikut:

1. Melakukan penyeleksian dan pemeriksaan kesempurnaan data.
2. Laporan laba rugi dari lima periode tersebut dipelajari terlebih dahulu untuk meyakinkan bahwa laporan tersebut sudah cukup jelas, relevan, dan betul-betul dapat diperbandingkan (*comparable*). Setelah itu diadakan perhitungan

atas komponen pendapatan operasi dan beban pemasaran dari laporan laba rugi, dan diadakan analisa perbandingan teknik analisa trend yang dinyatakan dalam prosentase.

Teknik analisa trend sendiri menurut M. Hanafi Mamdun (2003:81) adalah “Teknik analisis keuangan yang dilakukan untuk mengetahui perubahan-perubahan berupa kenaikan atau penurunan pos-pos laporan keuangan dalam dua atau lebih periode yang dianalisis”.

Selain itu analisis trend menurut Sofyan Syafri Harahap (2004:217) adalah “Gambaran situasi perusahaan pada suatu waktu tertentu dan dari gambaran ini dapat kita bayangkan kecenderungan (trend) situasi perusahaan di masa yang akan datang”.

Sedangkan menurut S. Munawir (2002:37) teknik analisis trend adalah: “Suatu metode atau teknik analisa untuk mengetahui tendensi keadaan keuangannya, apakah menunjukkan tendensi tetap, naik, atau bahkan turun”.

Adapun bentuk analisa perbandingan dengan analisa trend akan nampak pada kolom berikut ini:

Pos-pos	Tahun (dalam ribuan)					Trend dalam prosentase 1990 = 100%				
	1990	1991	1992	1993	1994	1990	1991	1992	1993	1994

(S. Munawir, 2002:53)

- Langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam analisa trend yang dinyatakan dalam prosentase (*trend percentages*) ini adalah: Pertama, tahun yang paling awal dalam deretan laporan keuangan khususnya komponen pendapatan operasional dan beban pemasaran yang dianalisa tersebut dianggap sebagai

tahun dasar. Kedua, tiap-tiap pos khususnya pendapatan operasional dan beban pemasaran yang terdapat dalam keuangan yang dipilih sebagai tahun dasar diberikan angka index 100; sedang pos-pos yang sama dari periode-periode yang dianalisa dihubungkan dengan pos yang sama dalam laporan keuangan tahun dasar dengan cara membagi jumlah rupiah tiap-tiap pos dalam periode yang dianalisa dengan jumlah rupiah dari pos yang sama dalam laporan keuangan tahun dasar.

4. Melakukan interpretasi sehingga data yang telah diperhitungkan menjadi berarti.

Sebagai ilustrasi dari keterangan di atas, berikut contoh perhitungan laporan laba rugi perbandingan:

Di bawah ini deskripsi laporan Laba/Rugi dari PT. Sari Endah:

TABEL 3.2
Deskripsi Laporan Laba/Rugi Perbandingan
Untuk Tahun 1994 – 1998

Pos-pos	Tahun (dalam jutaan)					Trend dalam prosentase 1994 = 100				
	1994	1995	1996	1997	1998	1994	1995	1996	1997	1998
Pendapatan Operasional	2800	2860	3310	3740	4260	100	102	118	134	152
Pendapatan lain-lain	1300	1380	1500	1650	1890	100	106	115	127	145
Total Pendapatan	4100	4240	4810	5390	6150	100	103	117	131	150
Beban Operasional										
Beban gaji	430	430	520	560	660	100	100	121	130	153
Beban Pemasaran	420	425	500	530	625	100	101	119	126	149
Beban Sewa	220	235	245	260	265	100	107	111	118	120
Beban Listrik	180	185	190	215	225	100	103	106	119	125
Total Beban Operasional	1250	1275	1455	1565	1775	100	102	116	125	142
Beban Lain-lain										
Beban Bunga	100	130	150	165	175	100	130	150	165	175
Laba	2750	2835	3205	3660	4200	100	103	117	133	153

Perhitungan angka index untuk data di atas prinsipnya sama, misalnya untuk pendapatan operasional dan beban pemasaran tahun 1995:

a. $\frac{\text{Pendapatan operasional (1995) Rp 2.860.000}}{\text{Pendapatan operasional (1994) Rp 2.800.000}} \times 100\% = 102\%$; berarti:

1. Pendapatan operasional tahun 1995 adalah 102% dari pendapatan operasional tahun 1994.
2. Pendapatan operasional tahun 1995 menunjukkan kenaikan 2% daripada pendapatan operasional tahun 1994.
3. Pendapatan operasional tahun 1995 2% lebih besar daripada pendapatan operasional tahun 1994.

b. $\frac{\text{Beban Pemasaran (1995) Rp 425.000}}{\text{Beban Pemasaran (1994) Rp 420.000}} \times 100\% = 101\%$; berarti:

1. Beban pemasaran tahun 1995 adalah 101% dari beban pemasaran tahun 1994
2. Beban pemasaran tahun 1995 menunjukkan kenaikan 1% daripada beban pemasaran tahun 1994
3. Beban pemasaran tahun 1995 1% lebih besar daripada beban pemasaran tahun 1994.

Dari interpretasi data tersebut, maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa kenaikan beban pemasaran diikuti dengan kenaikan pendapatan operasional.