

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah mengenai kontribusi beban pemasaran terhadap pendapatan operasional pada sebuah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang penjualan produk dan jasa yaitu PT. INTI (Persero) yang berlokasi di Jln. Mohammad Toha No. 77 Bandung. Perusahaan ini dipilih sebagai kasus untuk diteliti dengan pertimbangan bahwa pemasaran merupakan faktor utama dalam penjualan.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 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 (2006:142) bahwa: “Metode penelitian deskriptif yaitu metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

3.2.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.2.2.1 Definisi Variabel

Operasionalisasi variabel ini diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator untuk memudahkan pengukurannya sehingga dapat dijadikan pedoman dalam pengumpulan data untuk menjawab masalah-masalah yang dikaji dalam penelitian ini.

Variabel-variabel yang terkandung dalam penelitian ini adalah variabel beban pemasaran sebagai variabel independen. “Beban pemasaran adalah beban usaha yang terjadi dalam rangka memasarkan barang dan jasa serta penunjang lainnya”. Dan pendapatan operasional sebagai variabel dependen yang terkena pengaruh atas variabel bebas. “Pendapatan operasional yaitu total pendapatan jasa telekomunikasi yang bersumber dari aktivitas pemakaian dan penjualan barang dan jasa telepon”.

3.2.2.2 Operasionalisasi Variabel

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

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel pokok	Indikator	Skala
Beban Pemasaran (Variabel independen)	Realisasi Beban Pemasaran Per tahun	Rasio
Pendapatan operasional (Variabel dependen)	Realisasi pendapatan operasional Per tahun	Rasio

3.2.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2006:72) 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.

Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2006:130) “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen

yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi”.

Atas dasar uraian di atas maka populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT INTI (Persero) yang telah diaudit oleh Kantor Akuntan Publik yang independen.

3.2.3.2 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”.

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:131) menyatakan bahwa “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 INTI (Persero) periode tahun 2003 sampai dengan tahun 2007. Teknik sampling yang penulis gunakan adalah purposive sampling yaitu pengambilan sample dengan tujuan tertentu dan atas pertimbangan tertentu. Penulis mengambil sampel penelitian periode tahun 2003 sampai dengan tahun 2007 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.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan-keterangan lainnya dalam penelitian yang dilakukan. Mengacu pada data yang diperlukan dan cara memperoleh data serta dengan melihat karakteristik dari penelitian ini, maka teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data serta informasi yang berkaitan dengan data dan permasalahan yang diteliti dari berbagai dokumen. Dalam hal ini penulis mempelajari laporan laba rugi PT INTI (Persero) periode tahun 2003 sampai dengan tahun 2007.

3.2.5 Teknik Analisis Data dan Rancangan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Teknik Analisis Data

Data yang penulis peroleh melalui teknik pengumpulan data di atas merupakan data yang masih memerlukan penganalisisan dan pengolahan 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 2003 sampai dengan tahun 2007. Adapun langkah-langkah pengolahan data sebagai berikut:

1. Melakukan penyeleksian dan pemeriksaan kesempurnaan data
2. Melakukan perhitungan atas komponen pendapatan operasi dan beban pemasaran dari laporan laba rugi.

Menurut M. Hanafi Mamdun (2003:81) teknik analisa trend 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 dimasa yang akan datang”.

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)

3. Melakukan analisa perbandingan teknik analisa trend yang dinyatakan dalam persentase.
4. Melakukan Pengujian Statistik

Pengujian hipotesis bertujuan untuk membuktikan diterima atau ditolaknya hipotesis yang diajukan penulis, maka pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan korelasi *Spearman Rank* yaitu besarnya kontribusi beban pemasaran terhadap pendapatan operasional.

3.2.5.2 Rancangan Pengujian Hipotesis

Rancangan Pengujian Hipotesis adalah “Penentuan teknik-teknik pengujian secara statistik sesuai dengan sifat analisisnya” (Tim penyusun PPS Program Studi Akuntansi, 2008:22). Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini diterima atau ditolak. Hipotesis penelitian dilambangkan dengan H_0 , sedangkan hipotesis alternatifnya dilambangkan dengan H_a .

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 = Tidak terdapat kontribusi yang positif antara besarnya Beban pemasaran dengan Pendapatan operasional.

H_a = Terdapat kontribusi yang positif antara besarnya Beban pemasaran dengan Pendapatan operasional.

Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis atas hubungan dengan menggunakan analisis korelasi. Analisis korelasi yang digunakan adalah analisis non-parametrik, yaitu koefisien korelasi *Spearman Rank*. Pengujian statistik non-parametrik dianggap dapat memudahkan penelitian karena tidak menguji normalitas data maupun asumsi data lainnya (Sugiyono, 2006:145).

Korelasi *Spearman Rank* digunakan untuk mencari hubungan atau menguji signifikansi hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel yang dihubungkan berbentuk ordinal (Sugiyono, 2006:282). Karena data yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk rasio maka data rasio harus diubah terlebih dahulu menjadi data ordinal dalam bentuk ranking.

Karena dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel tidak dilakukan secara acak/random maka hasil penelitian tidak diberlakukan pada populasi. Jika hasilnya diberlakukan untuk populasi maka teknik pengambilan sampel dari populasi itu dilakukan secara acak/random (Sugiyono, 2006:143). Oleh karena itu, dalam penelitian ini tidak diperlukan uji signifikansi terhadap koefisien korelasi untuk mengeneralisasikan pada populasi.

Adapun rumus untuk menghitung nilai koefisien korelasi *Spearman Rank* adalah sebagai berikut:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum b_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

(Sugiyono, 2006:284)

Keterangan: ρ = Koefisien Korelasi Spearman Rank

b_i = $X_i - Y_i$ (Selisih rangking)

n = Jumlah sampel

Nilai yang diperoleh pada koefisien korelasi akan dinyatakan dalam positif (+) dan negatif (-) atau $(-1 \leq r \leq +1)$. Nilai koefisien korelasi tersebut memiliki arti sebagai berikut:

- a. Jika koefisien korelasi bernilai positif (+), maka variabel-variabel berkorelasi positif, artinya jika variabel yang satu naik/turun, maka variabel yang lainnya pun akan naik/turun.
- b. Jika koefisien korelasi bernilai negatif (-), maka variabel-variabel berkorelasi negatif, artinya jika variabel yang satu naik/turun, maka variabel yang lainnya pun akan turun/naik.
- c. Jika koefisien korelasi bernilai nol (0), maka variabel tidak menunjukkan korelasi linier, artinya tidak menunjukkan adanya hubungan antara variabel X dan variabel Y.
- d. Jika koefisien korelasi bernilai +1 atau -1, maka variabel-variabel menunjukkan korelasi positif atau negatif sempurna.

Sedangkan untuk mengetahui interpretasi terhadap kuat atau tidaknya hubungan antara variabel X dan variabel Y, maka dapat digunakan pedoman sebagai berikut:

Tabel 3.2
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00– 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40– 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

(Sugiyono, 2006:183)

