

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Jico Agung Palembang untuk tahun 2016-2017, obyek penelitian ini adalah perusahaan dagang.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama 2 bulan pada tanggal 1 Januari 2018 – 30 Maret 2018.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sunyoto (2013), data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Sedangkan data sekunder menurut Sunyoto (2013) adalah data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya. Data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, data primer yang didapat langsung dari PT. Jico Agung

Palembang. Data sekunder didapat langsung dari hasil wawancara dengan SPG dan admin pada PT. Jico Agung Palembang.

3.2.2 Sumber Data

Data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder yang didapat langsung dari PT. Jico Agung Palembang. Sumber data yang digunakan berupa laporan penjualan yang didapat langsung dari PT. Jico Agung Palembang dan hasil wawancara dengan SPG dan admin pada PT. Jico Agung Palembang.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Salah satu tahap yang penting dalam proses penelitian adalah tahap pengumpulan data. Hal ini karena data merupakan faktor terpenting dalam suatu penelitian, tanpa adanya data yang terkumpul maka tidak mungkin suatu penelitian akan berhasil. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah dengan cara:

1. Wawancara yaitu suatu bentuk komunikasi verbal atau semacam percakapan yang memerlukan kemampuan responden untuk merumuskan buah pikiran atau perannya dengan tempat. Bentuk wawancara yang dipakai adalah wawancara terstruktur dan wawancara tak berstruktur, cara ini dipakai guna lebih mudah dalam tercapainya suatu tujuan. Penulis menggunakan metode ini sebagai metode pokok dalam memperoleh data dari lokasi

penelitian, penulis langsung mewawancarai SPG dan karyawan PT. Jico Agung Palembang.

2. Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal berupa data penjualan, data target dan realisasi tahun 2016-2017, serta gambaran umum perusahaan dan data-data mengenai judul penulis yaitu Analisis Penentuan Harga Jual terhadap Volume Penjualan pada PT. Jico Agung Palembang.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.4.1 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2014), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas variable yang diamati. Secara tidak langsung, definisi operasional itu mengacu pada bagaimana mengukur suatu variable.

1. Harga

Menurut Krismiaji dan Anni (2011), menyatakan harga jual adalah upaya untuk menyeimbangkan keinginan untuk memperoleh manfaat sebesar-besarnya dari perolehan pendapatan yang tinggi dan penurunan volume penjualan jika harga jual yang dibebankan ke konsumen terlalu mahal.

Menurut Armstrong (2013), harga ialah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

2. Harga Jual

Menurut Sukiman (2011), harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual.

3. Volume Penjualan

Menurut Daryono (2011), volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Menurut Rangkuti (2009), volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter. Indikator dari volume penjualan adalah (Swasta dan Irwan 2014)

3.5 Teknik Analisis Data

Faktor biaya merupakan faktor yang berasal dari perusahaan, sehingga lebih mudah dalam menanganinya. Biaya juga menggambarkan batas minimum yang harus dipenuhi perusahaan untuk harga jual produk. Menurut Basu Swastha, metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk paling sederhana yaitu

1. *Cost plus pricing method*

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya total} + \text{Margin}$$

Keterangan:

- a. Harga Jual, harga yang telah ditentukan berdasarkan jumlah biaya total ditambah margin.
- b. Margin, persentase keuntungan yang ingin didapat oleh perusahaan sebesar 30%.
- c. Biaya total, pengeluaran yang tercatat selama proses produksi, seperti biaya listrik, *overhead*, tenaga kerja langsung dan lainnya.

2. *Mark up pricing method*

$$\text{Harga jual} = \text{Harga beli} + \text{Mark up}$$

Keterangan :

- a. *Mark up*, adalah jumlah kenaikan harga atas biaya unit total, sebesar 30%

- b. Harga jual, merupakan penjumlahan dari *mark up* dan harga beli produk sebelumnya atau harga produksi.
 - c. Harga beli, merupakan pengeluaran atas barang yang ingin dijual.
3. Penentuan harga oleh produsen/ *Naive Cost Plus Method*

Karena banyaknya biaya yang ikut berpengaruh pada *cost* barang, maka terkadang harga ditetapkan dengan pemikiran langsung. Harga ditetapkan dengan menambah *mark up* sebesar 20% dari jumlah harga jual sebelumnya yang dianggap pantas pada *cost* barang. *Cost* perunit dihitung dengan menganggap bahwa semua barang telah terjual dengan satu periode yang lalu. Lalu biaya total terjadi pada bulan tersebut dibagi dengan volume produksi