

IV. METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada UD Pandansari yang terletak di Desa Pandanrejo, Kota Batu. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara *purposive* dengan pertimbangan bahwa UD Pandansari memiliki perkebunan stroberi milik sendiri sehingga dapat menunjang tingkat produksi dan juga UD Pandansari mengolah buah stroberi menjadi produk seperti jenang stroberi. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 5 Maret 2016 hingga tanggal 5 April 2016.

4.2 Metode Penentuan Responden

Metode penentuan responden menggunakan metode *purposive sampling* sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian. Pada analisis mengenai Manajemen Biaya ditentukan respondenya adalah pengurus UD Pandansari yaitu Bapak Nursaid selaku pengelola dan pemilik Unit Dagang tersebut. Responden ditentukan dengan pertimbangan bahwa responden dianggap mempunyai kemampuan dan mengerti dengan permasalahan yang terkait. Semua pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan produksi merupakan tanggung jawab dari pemilik Unit Dagang (UD) Pandansari yaitu Bapak Nursaid.

4.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah dengan cara wawancara dan observasi sedangkan data sekunder diperoleh dari studi literatur. Pengumpulan data dalam penelitian terdapat dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Metode Pengumpulan Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian, yaitu UD Pandansari. Metode pengumpulan data primer diperoleh langsung melalui observasi dan wawancara. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data yang diinginkan

melalui komunikasi langsung dengan pihak yang terkait. Informasi langsung didapat dari wawancara yang dilakukan kepada pemilik usaha dan tenaga kerja di bagian produksi. Data yang diperoleh langsung dari perusahaan adalah mengenai kegiatan produksi, biaya-biaya bahan baku, biaya *overhead*, biaya non produksi, dan biaya produksi. Kegiatan observasi seperti pengamatan langsung juga dilakukan dengan melakukan tanya jawab dan ikut terlibat langsung dalam proses produksi.

2. Metode Pengumpulan Data Sekunder.

Data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai literatur dan hasil penelitian terdahulu. Data sekunder ini merupakan data yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang dihadapi dalam penelitian dan digunakan sebagai data pelengkap untuk menunjang data primer dan melengkapi penulisan laporan. Adapun data yang diambil dalam penelitian ini adalah data mengenai informasi harga bahan penolong seperti harga gula dan tepung, serta harga pembuatan *pamphlet*.

4.4 Metode Analisa Data

Berdasarkan masalah pokok dan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka digunakan metode analisis sebagai berikut :

1. Analisis penentuan biaya standar.

Biaya standar suatu produk terdiri atas tiga yaitu: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Dalam perhitungan biaya standar digunakan dengan metode *full costing*, yaitu metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya kedalam harga pokok produksinya, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead, dan biaya non produksi yang terdiri dari biaya pemasaran dan biaya transportasi. Dimana perhitungannya adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung biaya bahan baku per kilogram produk dengan cara membagi antara biaya bahan baku langsung dengan total produksi setiap tahunnya.

$$\text{Biaya Bahan Baku Langsung} = \frac{\text{Biaya Bahan Baku Langsung}}{\text{Total Produksi}}$$

- b. Menghitung biaya tenaga kerja langsung per kilogram produk yang dihasilkan dengan cara membagi total biaya tenaga kerja langsung dengan total produksi setiap tahunnya.

$$\text{Biaya Tenaga Kerja Langsung (per kg)} = \frac{\text{Biaya TKL}}{\text{Total Produksi}}$$

- c. Menghitung biaya overhead pabrik per kilogram produk dengan cara membagi biaya overhead pabrik dengan total produksi setiap produk.

$$\text{Biaya Overhead Pabrik} = \frac{\text{Biaya Overhead Pabrik}}{\text{Total Produksi}}$$

- d. Menghitung biaya non produksi per kilogram dengan menjumlahkan biaya pemasaran dengan biaya transportasi.

$$\text{Biaya Non Produksi (per kg)} = \text{Biaya Pemasaran} + \text{Biaya Transportasi}$$

$$\text{Biaya Pemasaran (per kg)} = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Volume Penjualan}}$$

$$\text{Biaya Transportasi (per kg)} = \frac{\text{Biaya Transportasi}}{\text{Volume Penjualan}}$$

- e. Menghitung total biaya per kilogram produk dengan cara menjumlahkan biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik) dengan biaya non produksi (biaya pemasaran dan biaya transportasi).

- f. Menghitung laporan laba rugi penjualan produk dengan rumus:

$$\text{Penjualan} = \text{Harga Jual Produk} \times \text{Total Penjualan}$$

$$\text{Harga Pokok Produksi (HPP)} = \text{Total Biaya Produksi}$$

$$\text{Laba Kotor} = \text{Penjualan} - \text{HPP}$$

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Kotor} - \text{Biaya Lain (Pajak, dll)}$$

- g. Menghitung besarnya margin profit dalam penjualan dengan mengurangi harga jual per kilogram dengan biaya total per kilogram dikalikan 100%.

2. Penentuan pendekatan *target costing*.

Biaya target untuk suatu produk dihitung dengan mulai pada harga jual yang diantisipasi dan kemudian menguranginya dengan keuntungan yang diinginkan, sebagai berikut:

$$\text{Biaya Target Produksi} = \text{Harga jual} - \text{Keuntungan yang Diinginkan}$$

$$TC_i = P_i - M_i$$

Dimana;

TC_i = *Target costing* (target biaya) per unit

P_i = Harga Jual Per unit

M_i = Profit per unit produksi (target profit x harga jual/satuan)

Dimana harga jual yang diantisipasi merupakan harga yang bersedia dibayar oleh pelanggan atau dengan kata lain harga jual yang berlaku di pasar.

3. Rekayasa Nilai

Melakukan rekayasa nilai sebagai upaya untuk membantu perusahaan dalam perhitungan pada beberapa biaya yang sekiranya dapat diturunkan tanpa mengurangi kualitas produk yang diharapkan pelanggan. Rekayasa nilai sama dengan pengantispasian biaya yang digunakan pada tahap perencanaan yang disesuaikan dengan target biaya.

4. Membandingkan hasil perhitungan biaya standar dan biaya target (*target costing*) terhadap keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan. Dari hasil perbandingan tersebut maka dapat dilihat metode mana menghasilkan biaya yang lebih rendah, sehingga perusahaan dapat mengetahui tingkat efisiensi biaya yang dicapai oleh perusahaan.