

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis efisiensi saluran pemasaran salak di Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei. Penelitian ini menggunakan analisis perhitungan margin pemasaran, distribusi margin *farmer's share* dan perhitungan efisiensi saluran pemasaran.

3.2 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara terhadap responden maupun pengamatan di lapangan (observasi). Wawancara dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada petani salak dan lembaga pemasaran menggunakan pertanyaan yang berstruktur (quesioner) sebagai panduan wawancara. Data primer meliputi identitas petani salak, lembaga pemasaran yang terkait jumlah produksi salak, harga salak di tingkat petani dan pedagang, biaya pemasaran, dan saluran pemasaran salak, serta proses pemasaran salak di Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang. Hasil dari wawancara dapat dijadikan sebagai

informasi tentang produktivitas salak dan petani salak. Data sekunder yang digunakan adalah data yang dicatat secara sistematis yang berbentuk data runtut waktu (*time series data*). Dalam penelitian ini digunakan data tahun 2012-2021 yang diperoleh dari berbagai sumber antara lain Statistik Indonesia Publikasi Badan Pusat Statistik Indonesia, buku, jurnal, dan literatur – literatur yang mendukung.

3.3 Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari – Februari 2023 di Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang, Jawa Timur. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah pengambilan sampel secara sengaja yaitu mengambil berdasarkan pertimbangan tertentu. Pertimbangan dalam pengambilan lokasi yaitu:

- 1) Kecamatan Pronojiwo merupakan salah satu sentra produsen salak di Kabupaten Lumajang.
- 2) Kecamatan Pronojiwo merupakan kecamatan yang memiliki populasi petani salak terbesar di Kabupaten Lumajang, desa yang menjadi objek penelitian yaitu Desa Pronojiwo
- 3) Desa Pronojiwo memiliki tanaman menghasilkan lebih besar di Kecamatan Pronojiwo
- 4) Proses pemasaran hasil komoditas salak yang luas hingga keluar kota.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah orang-orang yang dianggap mengetahui benar-benar suatu fenomena yang meliputi obyek penelitian, sehingga penelitian dapat membantu peneliti dalam menggali informasi data yang dibutuhkan dalam penelitian. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015). Kriteria yang digunakan dalam penentuan sampel adalah:

- a) Petani yang menanam salak sebagai komoditas utama,
- b) Petani yang berusaha tani minimal 3 tahun.

Penentuan sampel untuk lembaga pemasaran komoditas salak menggunakan metode *snowball sampling* yaitu sampel pertama menentukan sampel kedua dan sampel berikutnya. Sampel lembaga pemasaran diperoleh dengan menelusuri saluran pemasaran salak yang digunakan petani di daerah tersebut berdasarkan informasi dari responden petani.

Populasi dalam penelitian ini adalah petani salak dan lembaga pemasaran di Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang. Jumlah populasi petani salak di Desa Pronojiwo diketahui berjumlah 795. Rumus penentuan jumlah responden menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = (N) / (1 + N (e))^2$$

Dimana : n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kelonggaran (10 %)

diketahui bahwa N merupakan jumlah populasi petani salak pondoh Desa Pronojiwo. Nilai e adalah taraf kesalahan yang dikehendaki, bernilai 10% n. Alasan peneliti menggunakan tingkat presisi 10% karena jumlah populasi kurang dari 1000. Hasil perhitungan penentuan jumlah responden menggunakan rumus slovin adalah :

$$n = N / (1 + N \cdot e^2)$$

$$n = 795 / (1 + 795 \cdot (10\%)^2)$$

$$n = 795 / (1 + 795 \cdot (0,1)^2)$$

$$n = 795 / (1 + 795 \cdot (0,01))$$

$$n = 795 / (1 + 7,95)$$

$$n = 795 / 8,95$$

$$n = 88,83$$

$$n = 89$$

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan bantuan kuisisioner. Wawancara dilakukan dengan petani salak di Desa Pronojiwo, Kecamatan Pronojiwo, Kabupaten Lumajang. Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil observasi petani dan lembaga pemasaran di Desa Pronojiwo. Tujuan metode survei yang memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat, serta karakter atas permasalahan yang ada dengan wawancara yang dibantu menggunakan kuisisioner (Sugiyono, 2011). Kuisisioner yang dibuat oleh peneliti dan akan diberikan kepada responden dan

peneliti mengumpulkan data berupa foto atau video saat melakukan penelitian, sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber pustaka terkait.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif digunakan mendeskripsikan/menggambarkan saluran pemasaran salak yang terdapat di Desa Pronojiwo dan metode kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti sampel/populasi dengan melibatkan perhitungan angka atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi perhitungan margin pemasaran, farmer's share, dan distribusi margin.

3.6.1 Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih harga ditingkat konsumen dan harga ditingkat produsen. Untuk menghitung margin dari setiap lembaga pemasaran digunakan rumus sebagai berikut:

$$M_p = P_r - P_f \text{ atau } M_p = B_p + K_p$$

Keterangan:

M_p = Margin pemasaran (Rp/kg)

P_r = Harga ditingkat konsumen (Rp/kg)

P_f = Harga ditingkat produsen (Rp/kg)

B_p = Biaya Pemasaran (Rp/kg)

K_p = Keuntungan Pemasaran (Rp/kg)

3.6.2 *Farmer's Share*

Analisis *farmer's share* bermanfaat untuk mengetahui bagian harga yang diterima oleh petani dari harga di tingkat konsumen yang dinyatakan dalam persentase (%). Rumus *farmer's share* sebagai berikut :

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Pr

Keterangan :

Fs = Farmer's share

Pf = Harga di tingkat produsen/petani (Rp/kg)

Pr = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

3.6.3 *Distribusi Margin*

Distribusi margin pemasaran dianalisis dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Sbij = \frac{Cij}{Pr - Pf} \times 100\%$$

Keterangan :

Sbij : Bagian biaya yang digunakan dalam menjalankan fungsi pemasaran

Cij : Biaya pemasaran

Pr : Harga di tingkat pengecer (Rp/Kg)

Pf : Harga ditingkat petani (Rp/Kg)

$$Skj = \frac{\pi_{ij}}{Pr - Pf} \times 100\%$$

Keterangan :

Skj : Bagian keuntungan lembaga pemasaran

π_{ij} : Keuntungan pemasaran (Rp/Kg)

Pr : Harga ditingkat pengecer (Rp/Kg)

Pf : Harga ditingkat petani (Rp/Kg)

3.6.4 Efisiensi Pemasaran

Pemasaran yang efisien merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam sistem pemasaran, dimana system pemasaran memberikan kepuasan kepada setiap pihak-pihak yang terlibat. Efisiensi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$EP = \frac{\text{Total Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk yang Dipasarkan}} \times 100\%$$

Dihitung dengan menggunakan analisis tabulasi sederhana, kriteria pengambilan keputusan yang digunakan, dikatakan efisiensi apabila :

- a. $Ep < 50\%$ maka saluran pemasaran efisien
- b. $Ep > 50\%$ maka saluran pemasaran kurang efisien