

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Data penelitian ini tersaji dalam bentuk data yang dapat dihitung serta dapat di uji hipotesis dan diinterpretasikan kedalam uraian bentuk informasi yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

3.2 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh melalui hasil wawancara dan kuisioner terhadap pedagang bunga sedap malam di Desa Rembang Kecamatan Rembang.

3.3 Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan di Desa Rembang Kecamatan Rembang. Penelitian ini dilaksanakan bulan April-Mei 2023. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (Purposive). Lokasi penelitian dipilih dengan berbagai macam pertimbangan bahwa di Desa Rembang Kecamatan Rembang adalah salah satu produksi dan pedagang bunga sedap malam terbanyak di Kabupaten Pasuruan.

3.4 Teknik Pengambilan Sempel

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode sampling jenuh atau sensus, dimana semua populasi dijadikan sampel penelitian (Savira, 2021). Populasi pada

penelitian ini adalah pedagang bunga sedap malam yang ada disekitaran Desa Rembang Kecamatan Rembang Kabupaten Rembang dengan jumlah pedagang sebanyak 30 pedagang offline dan 32 pedagang kombinasi offline-online.

3.5 Teknik Pengambilan Data

Metode pengambilan data dilakukan dengan :

1. Wawancara

Wawancara yaitu melakukan pengumpulan data dengan menanyakan secara langsung kepada pedagang bunga sedap malam. Wawancara dilakukan dengan berlandaskan kuesioner yang telah disiapkan, demi memperkuat data .

2. Kuesioner

Kuesioner yaitu selembaran pertanyaan mengenai jangkauan pasar, biaya pemasaran, penerimaan dan pendapatan yang dibagikan kepada kepada responden yang sudah ditentukan.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Biaya

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang berhubungan dengan fungsi pemasaran dalam memasarkan suatu produk (Nurawaliah et al., 2020). Rumus biaya sebagai berikut :

$$\mathbf{TC = FC + VC}$$

Keterangan :

TC = *Total Cost* (biaya total)

FC = *Total Fixed Cost* (biaya tetap)

VC = *Total Variabel Cost* (biaya variabel).

3.6.2 Analisis Penerimaan

Penerimaan adalah total pembayaran yang diterima dari penjualan produk bunga sedap malam. Menghitung penerimaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$TR = P \cdot Q$$

Keterangan :

TR = Total Penerimaan hasil penjualan bunga sedap malam (Rp)

P = Harga bunga sedap malam (Rp)/(kg)(batang)

Q = Jumlah penjualan bunga sedap malam (kg)(batang)

3.6.3 Analisis Pendapatan

Analisis pendapatan pedagang bunga sedap malam di Desa Rembang Kabupaten Pasuruan. pendapatan usaha bunga sedap malam dapat dihitung dengan rumus :

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

π = Pendapatan dari penjualan bunga sedap malam (Rp)

TR = Total penerimaan dari hasil penjualan bunga sedap malam (Rp)

TC = Total Biaya dari hasil pengeluaran penjualan bunga sedap malam (Rp).

3.6.4 Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah pengujian yang harus dilakukan sebelum melakukan pengujian hipotesis yang bertujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variable tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dari penelitian ini menggunakan uji *kolmogrov-smirnov*, adapun syarat yang diperlukan dalam pengambilan keputusan adalah :

1. Jika nilai Signifikansi $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.
2. Jika nilai Signifikansi $< 0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

3.6.7 Uji Independent sample t Test

Uji Independent Sampel t-test adalah salah metode pengujian dari uji statistik parametrik. Pengujian statistik t atau t-test ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$) (Magdalena & Angela Krisanti, 2019). Rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1-1)S_1^2 + (n_2-1)S_2^2}{n_1+n_2-2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

Dimana :

X_1 : Pendapatan rata-rata pemasaran offline

X_2 : Pendapatan rata-rata pemasaran kombinasi offline-online

n1 : Jumlah responden pemasaran offline

n2 : Jumlah Responden pemasaran kombinasi offline-online.

Penerimaan atau penolakan uji hipotesis ini dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat perbedaan pendapatan pemasaran offline dan kombinasi offline-online.

H1: terdapat perbedaan pendapatan pemasaran offline dan kombinasi offline-online.

1. Jika nilai signifikan $\geq 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti, Tidak terdapat perbedaan pendapatan pemasaran offline dan kombinasi offline-online
2. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima. Hal ini berarti terdapat perbedaan pendapatan pemasaran offline dan kombinasi offline-online.

3.7 Pengukuran Variabel

Pengukuran variable dalam penelitian ini adalah :

1. Biaya tetap yang terdiri dari sewa bangunan, sewa kendaraan, penyusutan alat dan tenaga kerja yang digunakan dalam pemasaran bunga sedap malam (Rp/bulan)
2. variabel yang terdiri dari biaya bahan bakar, biaya pengemasan dan pembelian bunga (Rp/bulan)
3. Penerimaan pemasaran sedap malam diukur dengan harga jual dikali jumlah penjualan yang dihitung dalam satuan rupiah (Rp/batang)

4. Pendapatan pemasaran bunga sedap malam diukur dengan cara laba kotor dikurangi biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran yang dihitung dalam satuan rupiah (Rp/bulan)
5. Harga bunga sedap malam (Rp/Tangkai).

