

III. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian dengan metode deskriptif bertujuan membuat gambaran secara sistematis, faktual dan akurat. Pada penelitian ini pencarian data yang dilakukan untuk menggambarkan secara faktual dalam suatu peristiwa secara riil. Metode deskriptif analitis mengambil masalah atau memusatkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan, hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya. (Sugiyono, 2009).

A. Teknik Pengambilan Sampel

1. Sampel Daerah

Penelitian ini dilakukan di Desa Selopamioro, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul yang dipilih secara sengaja (*purposive*) karena tempat penelitian sudah mulai menerapkan perlakuan organik dan semi organik. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari observasi awal, bahwa petani bawang merah di Desa Selopamioro tepatnya di Dusun Nawungan 1 sudah mulai menerapkan perlakuan organik bawang merah. Perlakuan organik pada pertanian bawang merah yang ada di Dusun Nawungan 1 adalah perlakuan pada saat penanaman atau budidaya bawang merah ini tidak menggunakan bahan kimia sama sekali walaupun dalam jumlah sedikitpun. Akan tetapi jika ingin dikatakan pertanian organik maka budidaya bawang merah di Dusun Nawungan 1 masih belum bisa dikatakan pertanian organik, akan tetapi dalam proses budidaya yang

dilakukan sudah tidak menggunakan seperti pupuk maupun pestisida kimia. Dusun Nawungan 2 sudah mulai mengikuti langkah pada Dusun Nawungan 1 akan tetapi pada Dusun Nawungan 2 masih menggunakan pupuk dan pestisida kimia akan tetapi dalam jumlah yang sedikit dan di campur drngan mrnggunakan pupuk organik. sehingga bawang merah untuk Dusun Nawungan 2 masih dikatakan bawang merah semi organik.

2. Penentuan Responden

Responden yang akan diambil dalam penelitian ini terdapat tiga jenis responden yaitu petani bawang merah perlakuan organik, petani bawang merah semi organik, dan lembaga pemasaran. Metode yang digunakan untuk pengambilan responden petani dengan perlakuan organik pada kelompok tani Lestari Mulyo yaitu menggunakan metode *sensus* yaitu teknik pemilihan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai responden. Sampel yang diambil sebanyak 100 % atau keseluruhan dari total populasi Petani bawang merah perlakuan organik yaitu sebanyak 35 petani untuk menjadi responden penelitian. hal ini dikarenakan jumlah petani bawang merah perlakuan organik yang relative sedikit yang ada di Desa Selopamioro yaitu pada Dusun Nawungan 1, sehingga semua petani akan diambil menjadi sampel responden.

Metode yang digunakan untuk pengambilan responden petani bawang merah semi organik digunakan metode *simple random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak yang di ambil sedemikian rupa sehingga tiap unit penelitian atau suatu elemter dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sample (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini jumlah

anggota kelompok tani Sido Rukun berjumlah 54 orang. Berdasarkan penelitian untuk menyamakan pada petani nawungan 1 atau petani organik diambil 35 petani agar dalam membandingkan akan sesuai.

Metode yang digunakan untuk responden lembaga pemasaran digunakan metode *snowball sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang mulanya kecil, kemudian membesar, apabila data yang dirasa pada responden pertama kurang maka akan mencari responden selanjutnya untuk melangkapi data. (Sugiono, 2017). Metode *snowball sampling* digunakan untuk mencari informasi dengan cara mewawancarai lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran yang ada. lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran bawang merah yaitu terdapat 22 pedagang diantaranya 3 pedagang penebas, 3 pedagang besar, 16 pedagang pengecer, dan 5 warung sate.

B. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian dari kegiatan penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data-data dari objek penelitian yang telah dipilih. Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui wawancara, dan observasi sebagai pelengkap.

- a. Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan (Narbuko dkk, 2013). Wawancara yang dilakukan dengan kuesioner sebagai alat, wawancara dilakukan dengan petani bawang merah dan pedagang. Proses

wawancara yang dilakukan untuk mengetahui terkait tentang proses pemasaran bawang merah yang dilakukan responden kepada lembaga pemasaran. Kepada lembaga pemasaran dilakukan proses wawancara untuk mengetahui kegiatan pemasaran yang dilakukan dan biaya yang dikeluarkan.

- b. Observasi dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis perubahan yang dilakukan oleh petani (Narbuko dkk, 2013). Teknik observasi digunakan untuk mengetahui apa saja yang dilakukan oleh petani pada saat proses penanaman dan proses pemasaran yang dilakukan. Observasi dilakukan di Desa Selopamioro dengan mendatangi kelompok tani Lestari Mulyo dan kelompok tani Sido Rukun, dan bertanya kepada para petani bawang merah perlakuan organik dan semi organik tentang budidaya dan kegiatan pemasaran yang dilakukan.

Sementara itu, data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung atau melalui media perantara yang masih terkait dengan objek yang akan diteliti. Data sekunder tersebut adalah berupa keadaan umum lokasi penelitian dan berbagai data lainnya yang diambil melalui instansi seperti badan pusat statistik Kabupaten Sleman.

C. Definisi Operasional

1. Petani Bawang Merah adalah petani yang membudidayakan bawang merah Perilaku organik dan semi organik yang bertujuan untuk menambah pendapatan keluarga di Desa Selopamioro, Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul.

2. Saluran pemasaran bawang merah merupakan jalur yang dilalui oleh bawang merah mulai dari produsen ke prantara dan sampai kepada konsumen akhir.
3. Lembaga pemasaran adalah lembaga yang berusaha dalam bidang pemasaran untuk mengalirkan barang dari tingkat petani ke konsumen yang melalui proses transaksi jual beli.
4. Pedagang penebas merupakan sebuah lembaga pemasaran yang secara langsung membeli bawang merah dari produsen yang kemudian memasarkan kembali kepada pedagang besar atau pedagang pengecer.
5. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli bawang merah dari pedagang dan membeli dari produsen atau pedagang pengepul yang kemudian akan dijual kembali kepada pedagang pengecer.
6. Pedagang pengecer adalah pedagang yang menjual bawang merah dalam jumlah kecil maupun besar secara langsung kepada konsumen akhir.
7. Fungsi pertukaran yaitu kegiatan yang berhubungan dengan pemindahan hak milik suatu barang atau jasa yang melalui proses pertukaran.
8. Fungsi fisik yaitu kegiatan yang bertujuan untuk menangani, menggerakkan, dan mengubah produk-produk secara fisik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.
9. Fungsi fasilitas yaitu kegiatan yang dapat membantu proses pemasaran untuk lebih lancar.
10. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan lembaga pemasaran yang meliputi biaya transportasi, penyimpanan, bongkar muat, penyusutan dinyatakan dalam rupiah/kg

11. Biaya transportasi adalah biaya yang dikeluarkan oleh pelaku lembaga pemasaran untuk mengirim bawang merah dinyatakan dalam rupiah/kg
12. Biaya bongkar muat adalah biaya yang dikeluarkan oleh pelaku lembaga pemasaran dalam menaikkan dan menurunkan bawang merah dinyatakan dalam rupiah/kg
13. Biaya penyusutan adalah biaya yang dikeluarkan oleh pedagang bawang merah kerana mengalami penyusutan saat dilakukan penyimpanan, dinyatakan dalam rupiah/kg.
14. Harga jual pada tingkat petani bawang merah adalah harga yang diterima oleh petani bawang merah yang diukur dalam rupiah/kg.
15. Harga beli pada tingkat lembaga pemasaran adalah harga yang ditetapkan oleh lembaga pemasaran ketika membeli bawang merah dari produsen, dinyatakan dalam rupiah/kg.
16. Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayarkan pada tingkat konsumen terhadap harga yang diterima pada tingkat petani dalam rupiah/kg.
17. Keuntungan pemasaran merupakan selisih harga yang dibayarkan pada konsumen dan harga dibayarkan pada tingkat produsen (margin) dikurangi dengan biaya pemasaran dalam rupiah/kg.
18. *Farmer's share* adalah perbandingan antara harga yang diterima pada tingkat petani dengan harga yang dikeluarkan pada tingkat konsumen yang dinyatakan dalam persen (%).

19. Efisiensi pemasaran adalah untuk mengetahui efisien atau tidaknya suatu saluran pemasaran, tetapi hanya membandingkan mana yang lebih efisien dari beberapa saluran tersebut.
20. Indeks Efisiensi Teknis (IET) adalah biaya variabel pemasaran per berat yang dikirim per jarak yang ditempuh.
21. Indeks Efisiensi Ekonomis (IEE) adalah total keuntungan pemasaran per biaya pemasaran.

D. Analisis Data

Analisis data yang digunakan untuk mengetahui biaya pemasaran dan margin pemasaran ditingkat petani dan lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran ini yaitu dengan menghitung besarnya biaya, keuntungan, dan margin pemasaran pada tiap lembaga perantara pemasaran pada berbagai saluran pemasaran.

1. Biaya, Margin dan Keuntungan pemasaran

a. Biaya pemasaran

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3} + \dots + B_{pn}$$

Keterangan :

B_p = Biaya pemasaran Bawang Merah

$B_{p1} \dots B_{pn}$ = Biaya pemasaran bawang merah di setiap lembaga pemasaran

Biaya pemasaran meliputi biaya transportasi, biaya penyimpanan, biaya bongkar muat, biaya penyusutan, biaya resiko rusak.

2. Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran merupakan selisih antara harga beli konsumen bawang merah dengan harga jual petani (responden)

$$M = H_j - H_b$$

Keterangan:

M = Marjin pemasaran bawang merah

H_j = Harga jual petani bawang merah

H_b = Harga beli konsumen bawang merah

Keuntungan pemasaran

$$K_p = M_p - B_p$$

Keterangan :

K_p = Keuntungan pemasaran bawang merah

M_p = Marjin pemasaran bawang merah

B_p = Biaya pemasaran bawang merah

3. *Farmer's Share*

Farmer's Share merupakan perbandingan antara harga ditingkat petani dengan harga ditingkat pengecer.

$$F_s = \frac{p_f}{p_r} 100 \%$$

Keterangan

F_s : bagian harga yang diterima petani (*Farmer's Share*)

P_f : harga ditingkat petani

P_r : harga ditungkat pengecer

Konsep Efisiensi menurut Calkin dan Wang

- a. Indeks Efisiensi Teknis (IET) adalah biaya variable pemasaran per berat yang dikirimkan / jarak yang ditempuh

$$\text{Indeks Efisiensi Teknis (IET)} = V_{ij}/W_{ij}/d$$

- b. Indeks Efisiensi Ekonomi (IEE) adalah total keuntungan pemasaran per biaya pemasaran

$$\text{Indeks Efisiensi Ekonomis (IEE)} = \Sigma \pi_{ijk} / V_{ij}$$

Keterangan :

- IET : Indeks Efisiensi Teknis
 IEE : Indeks Efisiensi Ekonomi
 Wij : Jumlah akhir yang dikirim (kg)
 Vij : Total biaya pemasaran (Rp/kg)
 Π_{ijk} : Keuntungan pemasaran (Rp/kg)
 d : Jarak total yang ditempuh komoditi (km)
 i : Komoditas bawang merah
 j : Saluran pemasaran bawang merah
 k : Pelaku pemasaran

Konsep pemasaran berdasarkan Indeks Efisiensi Teknik (IET) dan Indeks Efisiensi Ekonomis (IEE) bukan untuk menceritakan efisien atau tidaknya suatu saluran pemasaran, tetapi hanya membandingkan mana yang lebih efisien dari saluran saluran lainnya. Saluran pemasaran dinyatakan lebih efisien jika nilai IET dan IEE lebih rendah dibandingkan dengan nilai IET dan IEE pada saluran lainnya (Caklin and Wang, 1984).