

III. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis. Menurut Sugiyono (2008:105) metode deskriptif analisis merupakan metode penelitian dengan cara mengumpulkan data-data sesuai dengan yang sebenarnya kemudian data-data tersebut disusun, diolah dan dianalisis untuk dapat memberikan gambaran mengenai masalah yang ada. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif, yang bertujuan untuk menganalisis *farmer share*, saluran dan margin pemasaran.

A. Teknik Pengambilan Sampel

1. Penentuan Lokasi

Teknik yang digunakan untuk penelitian ini dengan cara *purposive sampling*, yaitu memilih lokasi penelitian berdasarkan jawaban dari para pedagang melinjo bahwa sentra usahatani tanaman melinjo berasal dari Dusun Slepi, selain itu setiap kepala keluarga di dusun ini memiliki tanaman melinjo dan hasil produksi melinjo tersedia walaupun bukan waktu musim saja, selain itu adanya perlakuan khusus yang dilakukan petani dalam kegiatan budidaya melinjo, sehingga dusun ini dapat mewakili dari dusun lainnya yang ada di Desa Plumbon.

2. Penentuan Responden

Penentuan sampel petani menggunakan teknik *simple random sampling* dengan cara undian, dengan jumlah responden yang diteliti sebanyak 30 kepala keluarga dari total populasi sebanyak 146 kepala keluarga, sedangkan responden lembaga pemasaran menggunakan teknik *snowball sampling* yaitu mengikuti arus

pergerakan penjualan melinjo dari petani hingga ke tangan konsumen (pengrajin). Petani menyampaikan bahwa mereka menjual hasil panennya kepada siapa yang akan dijadikan sampel penelitian, dan kemudian informasi yang didapatkan dari sampel sebelumnya juga akan dijadikan sebagai sampel hingga melinjo tersebut dapat sampai ketangan konsumen (pengrajin emping).

B. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data dalam kegiatan penelitian adalah data primer dan sekunder, yaitu:

1. Data primer digunakan dalam mencari informasi langsung dari narasumbernya. Narasumber yang dimaksud dalam penelitian ini adalah petani dan para lembaga pemasaran seperti tengkulak, pengumpul, pedagang besar serta pedagang pengecer. Data primer yang dicari meliputi identitas responden, produk penjualan melinjo, biaya-biaya pemasaran, dan aktivitas jual beli. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data primer yaitu dengan observasi lapangan dan wawancara.
2. Data sekunder merupakan data yang telah dipublikasikan dan diresmikan oleh lembaga terkait. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Daerah Kebumen, UPT Kecamatan Karangsembung, dan pemerintah Kecamatan Karangsembung.

C. Asumsi dan Pembatasan Masalah

1. Asumsi
 - a. Dusun yang berada di Desa Plumbon Kecamatan Karangsembung memiliki sifat yang homogen atau satu dusun tersebut dapat mewakili dari seluruh dusun lainnya.
 - b. Berat satu kilogram melinjo sama dengan berat tujuh ons biji melinjo (*klatak*).
2. Pembatasan Masalah
 - a. Melinjo yang dipasarkan merupakan hasil produksi dari Dusun Slepi.
 - b. Pedagang yang dijadikan sampel penelitian merupakan pedagang yang membeli melinjo dari Dusun Slepi.
 - c. Harga melinjo yang berlaku merupakan harga pada saat penelitian.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Saluran pemasaran melinjo merupakan saluran yang digunakan oleh petani melinjo dan para pedagang untuk memindahtangankan melinjo kepada konsumen atau pengrajin emping melinjo.
2. Lembaga pemasaran adalah pelaku yang melakukan pemasaran dengan menyalurkan atau mendistribusikan melinjo dari Desa Plumbon hingga berpindah ketangan konsumen (pengrajin emping melinjo).
3. Petani melinjo adalah seseorang yang melakukan kegiatan budidaya tanaman melinjo yang menghasilkan biji melinjo.

4. Tengkulak merupakan pedagang yang membeli hasil melinjo dari petani dan melakukan transaksi penjualan dengan sistem tebasan.
5. Pedagang pengumpul merupakan pedagang yang membeli melinjo dari beberapa tengkulak atau dari petani yang akan dijual kembali ke pedagang besar.
6. Pedagang besar merupakan pedagang yang membeli melinjo dengan jumlah yang banyak dan dijual kembali ke pedagang pengecer atau langsung pada pengrajin emping melinjo.
7. Pedagang pengecer merupakan pedagang yang membeli melinjo dalam jumlah kecil dan berhubungan langsung dengan konsumen.
8. Konsumen merupakan orang yang membeli melinjo dan mengolahnya biji melinjo tersebut menjadi produk emping melinjo.
9. Sistem tebasan yaitu sistem penjualan melinjo yang dilakukan tengkulak kepada petani dengan mematok harga untuk tiap pohon melinjo yang akan dipanen (Rp/pohon).
10. Sistem kiloan yaitu sistem penjualan melinjo yang dilakukan petani untuk menjual hasil produksinya dengan jumlah berat melinjo yang dihasilkan kepada pedagang pengumpul dengan satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
11. Harga jual merupakan jumlah nilai uang yang diterima petani atau pedagang dari hasil penjualan melinjo dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
12. Harga beli merupakan jumlah nilai uang yang diberikan oleh pedagang atau konsumen atas pembelian melinjo dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

13. Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga jual dan harga beli yang dimiliki oleh lembaga pemasaran melinjo dengan satuan rupiah (Rp/kg).
14. Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan oleh pelaku lembaga pemasaran dalam kegiatan memasarkan melinjo hingga ketangan konsumen, yang meliputi biaya pengupasan, pengemasan, pengangkutan, bongkar muat, dan pungutan retribusi dalam satuan rupiah (Rp/kg).
15. Keuntungan merupakan perbedaan antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran yang dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
16. Biaya pengemasan merupakan biaya pengemasan melinjo yang telah dikeluarkan oleh pelaku lembaga pemasaran dalam satuan rupiah (Rp/kg).
17. Biaya angkut merupakan biaya yang dilakukan oleh pelaku lembaga pemasaran dalam mengangkut melinjo untuk dijual sampai ketangan konsumen dalam satuan rupiah (Rp/kg).
18. Biaya bongkar muat merupakan biaya yang dilakukan oleh pelaku lembaga pemasaran dalam menaikkan dan menurunkan melinjo dalam satuan rupiah (Rp/kg).
19. Biaya retribusi merupakan pungutan wajib pasar yang dibebankan kepada pelaku lembaga pemasaran dalam satuan rupiah (Rp/kg).
20. *Farmer share* merupakan bagian yang diterima oleh petani dari harga ditingkat konsumen dengan satuan persentase.
21. Efisiensi saluran pemasaran merupakan kondisi dimana saluran pemasaran yang digunakan dapat menimalisir biaya pemasaran.

E. Teknik Analisis

1. Analisis saluran pemasaran melinjo di Desa Plumbon Kecamatan Karangsembung

Analisis saluran pemasaran melinjo di Desa Plumbon Kecamatan Karangsembung menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan analisis data identitas responden, aktivitas responden, dan saluran pemasaran. Analisis ini dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama, kemudian dipresentase berdasarkan jumlah responden.

2. Analisis besar biaya, keuntungan dan margin pemasaran

Biaya Pemasaran

Besarnya biaya pemasaran melinjo dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

B_p = Biaya pemasaran melinjo (Rp/kg)

$B_{p1}, B_{p2}, \dots, B_{pn}$ = Biaya pemasaran melinjo tiap lembaga pemasaran (Rp/kg)

Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran adalah selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran, dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$K_p = M_p - B_p$$

Keterangan:

K_p = Keuntungan pemasaran melinjo (Rp/kg)

M_p = Margin pemasaran melinjo (Rp/kg)

B_p = Biaya pemasaran melinjo (Rp/kg)

Margin Pemasaran

Dalam menganalisis margin pemasaran dalam penelitian ini, indikator yang digunakan adalah harga di tingkat petani dan harga di tingkat lembaga pemasaran sehingga menggunakan rumus:

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan:

M_p = Margin pemasaran melinjo (Rp/kg)

P_r = Harga di tingkat konsumen atau pengrajin emping melinjo (Rp/kg)

P_f = Harga ditingkat petani (Rp/kg)

3. Analisis efisiensi pemasaran

Efisiensi pemasaran dalam saluran pemasaran dapat diketahui dengan menggunakan *farmer's share* dengan rumus sebagai berikut:

$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan:

F_s = *Farmer's share* (%)

P_r = Harga di tingkat konsumen atau pengrajin emping melinjo (Rp/kg)

P_f = Harga ditingkat petani (Rp/kg)

Menurut Soekartawi (1989) untuk menghitung efisiensi pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$EP = TB/TNP \times 100\%$$

Keterangan:

EP = Efisiensi pemasaran (%)

BP = Biaya pemasaran (Rp/kg)

NP = Nilai produk yang dipasarkan (Rp/kg)