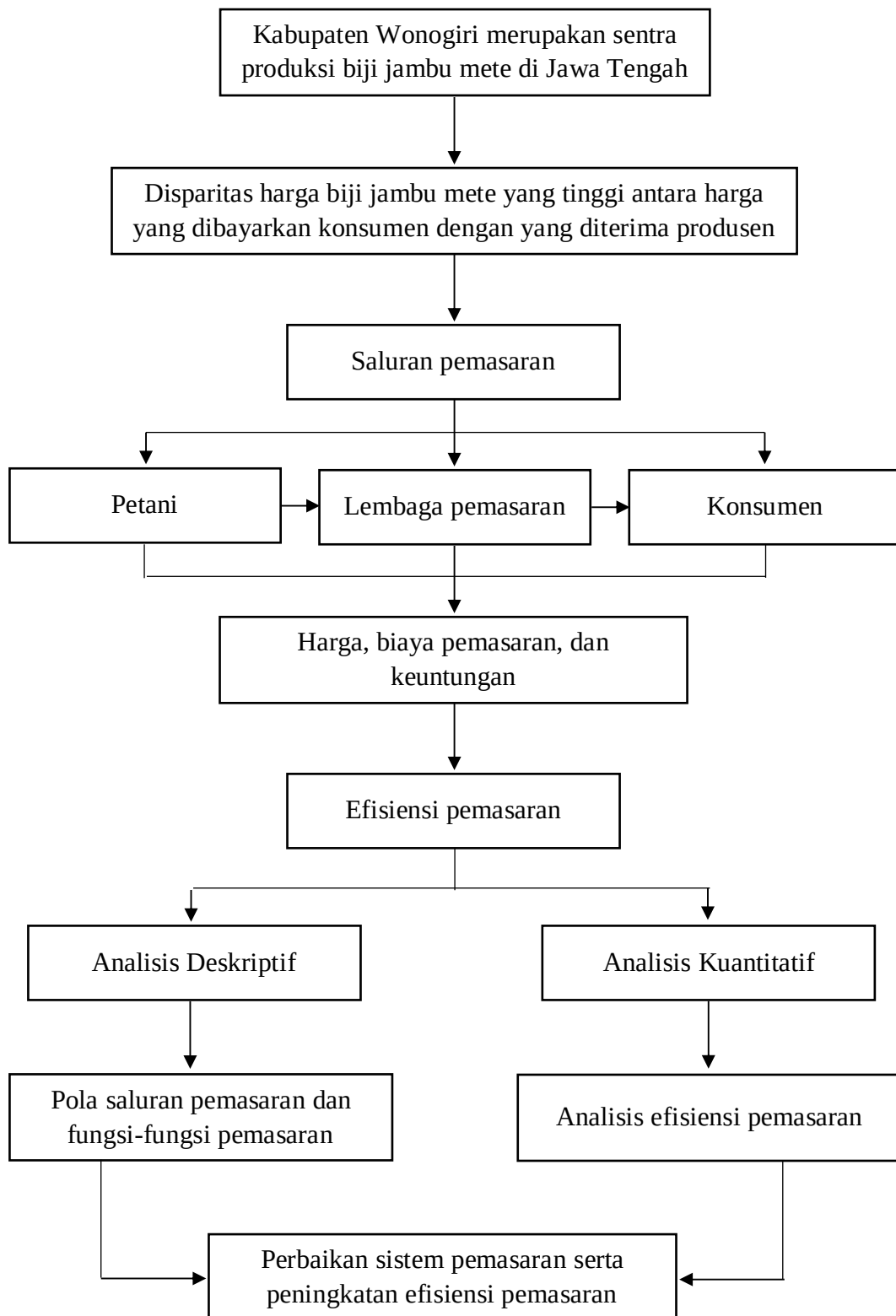


BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Kerangka Pemikiran

Kabupaten Wonogiri merupakan sentra produksi jambu mete di Jawa Tengah dengan produksi tertinggi di Kecamatan Ngadirojo. Proses penyaluran jambu mete dari produsen (petani) ke konsumen akhir disebut dengan proses pemasaran melalui saluran pemasaran. Proses penyaluran biji jambu mete melalui saluran pemasaran yg terdiri dari petani, lembaga pemasaran, dan konsumen. Penggunaan saluran pemasaran yang tepat dapat mempengaruhi efisiensi kegiatan pemasaran. Salah satu cara dalam menilai efisiensi pemasaran dapat dilihat dari proses distribusi yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran pada saluran pemasaran. Saluran pemasaran terdiri dari petani, lembaga-lembaga pemasaran, dan konsumen akhir. Banyaknya saluran pemasaran yang terlibat menyebabkan perbedaan harga pada setiap lembaga, biaya yang dikeluarkan dalam memasarkan jambu mete, serta perbedaan keuntungan yang diperoleh oleh setiap lembaga. Adanya perbedaan harga, biaya, dan keuntungan yang dihasilkan oleh tiap lembaga pemasaran berpengaruh terhadap efisiensi pemasaran. Analisis efisiensi pemasaran yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memperbaiki sistem pemasaran serta meningkatkan efisiensi pemasaran. Berdasarkan penjelasan di atas, kerangka pemikiran dapat digambarkan pada Ilustrasi 2.



Ilustrasi 2. Kerangka Pemikiran

3.2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober – November 2023 di Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Wonogiri, Provinsi Jawa Tengah. Daerah penelitian dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa Kecamatan Ngadirojo merupakan kecamatan penghasil biji jambu mete terbesar di Kabupaten Wonogiri. Kecamatan Ngadirojo memiliki 11 Desa dimana tiap-tiap desa tersebut terdapat usahatani jambu mete.

3.3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode survei merupakan metode penelitian yang mengambil sampel dari beberapa populasi dan menggunakan kuesioner sebagai panduan pengumpulan data. Metode survei dipilih untuk memperoleh informasi dan menggambarkan secara nyata terkait efisiensi pemasaran biji jambu mete di Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Wonogiri. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan) (Sugiyono, 2018).

3.4. Metode Penentuan Sampel

Pengambilan sampel responden petani pada penelitian ini dilakukan dengan metode *cluster random sampling*. Metode *cluster random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan apabila populasi yang akan diteliti atau sumber data sangat luas (Sugiyono, 2019). Diketahui jumlah petani jambu mete di Kecamatan Ngadirojo sebesar 3.084 yang dapat dikelompokkan berdasarkan desa

yang ada di Kecamatan Ngadirojo yaitu sebanyak 11 desa. Apabila jumlah kelompok yang diambil sebanyak 6 desa dengan populasi sebesar 1.558 dan taraf kesalahan 10% maka jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus slovin. Penentuan jumlah sampel petani dengan rumus slovin adalah sebagai berikut (Firdaus, 2021).

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang akan diambil

N = Jumlah populasi petani jambu mete di Kecamatan Ngadirojo

E = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*)

Perhitungan:

$$n = \frac{1.558}{1 + 1.558 (0,1)^2}$$

n = 93,96 dibulatkan menjadi 94 sampel

Adapun rumus dalam penentuan *cluster random sampling* sebagai berikut (Hariyanto, 2019):

$$f_i = \frac{N_i}{n} \dots\dots\dots(2)$$

Kemudian didapatkan besarnya sampel tiap *cluster* dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Hariyanto, 2019):

$$N_i = f_i \times n \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

f_i = Sampel pecahan *cluster*.

N_i = Banyaknya individu di dalam *cluster*.

N = Banyaknya populasi keseluruhan.

n = Banyaknya anggota yang dimasukkan dalam sampel.

Sampel ditentukan dengan menggunakan teknik *cluster random sampling* didapatkan pemerataan jumlah sampel petani responden untuk masing-masing desa ditampilkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Populasi dan Sampel Petani Responden di Kecamatan Ngadirojo Kabupaten Wonogiri.

No.	Desa	Populasi	Sampel
		---orang---	
1.	Ngadirojo Lor	596	36
2.	Ngadirojo Kidul	425	28
3.	Gemawang	256	15
4.	Kerjo Lor	196	11
5.	Kerjo Kidul	46	2
6.	Gedong	39	2
	Jumlah	1.558	94

Sumber: Data Diolah, 2023.

Pengambilan sampel responden lembaga pemasaran dilakukan dengan teknik *snowball sampling* yaitu menelusuri lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran jambu mete yang dilakukan oleh petani responden. Jumlah lembaga pemasaran yang diambil sebanyak 20 sampel responden lembaga pemasaran yang terdiri dari 8 responden pedagang pengumpul, 7 responden pedagang besar, dan 5 responden pedagang pengecer. Teknik *snowball sampling*

dilakukan karena peneliti belum mengetahui lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran jambu mete di Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Wonogiri.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara menggunakan bantuan kuesioner dan observasi. Wawancara dilakukan dengan petani jambu mete dan lembaga-lembaga pemasaran di Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Wonogiri. Observasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung di Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Wonogiri. Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang dibutuhkan seperti karakteristik petani, harga jual jambu mete, volume penjualan jambu mete, biaya pemasaran, penerimaan, serta lembaga-lembaga yang terlibat dalam pemasaran jambu mete diperoleh dari pengamatan langsung di lokasi penelitian dan wawancara dengan responden yaitu petani jambu mete dan lembaga-lembaga pemasaran. Data sekunder yang dibutuhkan seperti gambaran wilayah, data luas areal, produksi, serta produktivitas jambu mete di Kecamatan Ngadirojo diperoleh dari instansi terkait seperti Dinas Pertanian Kabupaten Wonogiri dan Badan Pusat Statistik Kabupaten Wonogiri.

3.6. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran jambu mete di Kecamatan Ngadirojo, sedangkan

analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis efisiensi pemasaran yang dapat diperoleh dari hasil analisis margin pemasaran dan *farmer's share*.

3.6.1. Analisis Saluran Pemasaran dan Fungsi Pemasaran

Analisis saluran pemasaran dilakukan untuk mengetahui jenis saluran pemasaran dan jumlah lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran tersebut. Banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat akan menentukan panjang-pendeknya saluran pemasaran. Melalui analisis saluran pemasaran dapat dilihat fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran yang terlibat. Analisis fungsi pemasaran dilakukan untuk mengetahui fungsi-fungsi dalam pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan produk berupa fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Saluran pemasaran dan fungsi pemasaran dianalisis dengan metode analisis deskriptif yaitu mendeskripsikan saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran berdasarkan aktivitas yang dilakukan di lembaga pemasaran tersebut.

3.6.2. Analisis Margin Pemasaran

Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui selisih antara harga di tingkat konsumen dengan harga di tingkat produsen (petani). Analisis margin pemasaran dapat dihitung dengan (Mursalat *et al.*, 2022):

$$MP = Pr - Pf \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

MP = Margin pemasaran (Rp/kg)

Pr = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

Pf = Harga di tingkat petani (Rp/kg)

3.6.3. Analisis *Farmer's Share*

Analisis *farmer's share* merupakan analisis yang digunakan untuk membandingkan bagian yang diterima petani dengan harga di tingkat konsumen yang dinyatakan dalam bentuk persen (%). Analisis *farmer's share* dapat dihitung dengan rumus (Afriansyah *et al.*, 2023):

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\% \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan:

Fs = *Farmer's share*

Pf = Harga di tingkat petani (Rp/kg)

Pr = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

Dengan kaidah keputusan pada *farmer's share* adalah sebagai berikut (Sakti *et al.*, 2019):

1. Jika nilai *farmer's share* < 50% = Tidak efisien
2. Jika nilai *farmer's share* > 50% = Efisien

3.6.4. Analisis Efisiensi Pemasaran

Analisis efisiensi pemasaran merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui tingkat efisiensi setiap lembaga pemasaran. Analisis efisiensi

pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut (Tangge *et al.*, 2022).

$$E_p = \frac{TB}{TNP} \times 100\% \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan:

E_p = Efisiensi pemasaran

TB = Total biaya pemasaran (Rp/kg)

TNP = Total nilai produk (Rp/kg)

Dengan kaidah keputusan pada efisiensi pemasaran menurut Chaerani (2016) adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai E_p 0 - 33% = Efisien
2. Jika nilai E_p 34 - 67% = Kurang Efisien
3. Jika nilai E_p 68 - 100% = Tidak Efisien

3.7. Konsep dan Pengukuran Variabel

Pembatasan istilah diperlukan untuk menghindari perbedaan pemahaman antara penyusun dan pembaca mengenai istilah-istilah pada judul skripsi ini.

Adapun batasan istilah yang terkait dengan judul skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Produksi merupakan jumlah produk yang dihasilkan oleh petani jambu mete pada sekali panen dalam satuan kg/ha.
2. Pola pemasaran merupakan saluran pemasaran dengan lembaga-lembaga pemasaran hingga konsumen akhir yang terdapat di Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Wonogiri.

3. Harga beli petani merupakan harga yang diterima petani selaku produsen dalam menjual jambu mete yang dinyatakan dalam satuan Rp/kg.
4. Harga beli konsumen merupakan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dalam membeli jambu mete yang dinyatakan dalam satuan Rp/kg.
5. Perantara pemasaran merupakan lembaga yang menjadi penjemabatan antara petani dengan konsumen akhir.
6. Pengumpul merupakan lembaga pemasaran yang menjual jambu mete yang dibeli dari beberapa tengkulak ataupun dari petani langsung.
7. Pedagang besar merupakan pedagang yang membeli jambu mete dalam skala besar di Kecamatan Ngadirojo.
8. Pedagang pengecer merupakan pedagang yang membeli jambu mete dalam skala kecil di Kecamatan Ngadirojo.
9. Konsumen akhir merupakan setiap orang yang membeli jambu mete di Kecamatan Ngadirojo untuk kepentingan sendiri maupun orang lain dan tidak diperjualbelikan.
10. Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan oleh produsen dan lembaga-lembaga pemasaran dalam mendistribusikan produknya kepada lembaga atau konsumen akhir.
11. Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen.
12. *Farmer's share* merupakan perbandingan harga yang diterima petani selaku produsen jambu mete dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir yang dinyatakan dalam satuan persen (%).

13. Efisiensi pemasaran merupakan perbandingan antara margin total dengan harga di tingkat petani.