

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2022 sampai dengan bulan Januari 2023 di Desa Cibongas Kecamatan Pancatengah Kabupaten Tasikmalaya. Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja (*purposive*) atas dasar bahwa Desa Cibongas merupakan salah satu daerah pemasok jagung pipilan kering di Kecamatan Pancatengah dengan luas panen sebesar 175 hektar dengan jumlah produksi sebesar 1.275 ton per Tahun 2020 (Tabel 4.) dan memiliki sumber daya lahan yang potensial serta sumber daya manusia (tenaga kerja) yang mendukung bagi pengembangan komoditi jagung di Kecamatan Pancatengah.

Tabel 6. Pelaksanaan Penelitian

Kegiatan	Bulan												
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
Perencanaan penelitian	■												
Pencarian data awal	■												
Penulisan proposal penelitian		■											
Seminar proposal penelitian			■										
Revisi proposal penelitian				■									
Administrasi penelitian				■									
Pengumpulan data					■								
Pengolahan data						■							
Penulisan hasil penelitian							■	■	■	■			
Seminar kolokium											■		
Revisi hasil seminar kolokium												■	
Sidang skripsi													■
Revisi hasil sidang skripsi													■

Sumber : Data Primer 2022

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara penelitian yang dilakukan secara terencana untuk mencapai tujuan penelitian yang diinginkan (Soekartawi, 2016). Dalam

penelitian ini digunakan metode *survey* yang mengumpulkan informasi dari suatu sampel dengan menanyakan melalui angket atau interview agar dapat menggambarkan berbagai aspek dari populasi (Ffranenkel dan Wallen, 1990). Survei dalam penelitian ini ditujukan untuk memperoleh gambaran umum mengenai suatu daerah atau responden, seperti kelompok usia, kelompok jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan lain-lain.

3.3 Jenis Teknik Pengumpulan Data

Data diartikan sebagai kumpulan informasi yang diperoleh dari suatu pengamatan, dapat berupa angka, lambang atau sifat (Kuswadi dan E. Mutiara, 2004). Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan terdiri dari dua data, yaitu data primer dan data sekunder.

Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari narasumber (Sugiarto, 2017). Data primer dalam penelitian ini adalah data yang dihasilkan dari wawancara langsung kepada lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran jagung pipilan di Desa Cibongas dengan menggunakan kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya.

Data sekunder merupakan data yang didapatkan secara tidak langsung atau bukan dari narasumber utama melainkan dari pihak ketiga (Sugiarto, 2017). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Tasikmalaya, Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Pancatengah serta instansi terkait lainnya ataupun pustaka yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3.4 Teknik Penarikan Sampel

Responden adalah orang yang dijadikan sumber data dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini responden ditentukan dengan menggunakan metode *snowball sampling*. Menurut Sugiyono 2015, *Snowball sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data yang awalnya berjumlah sedikit, lama-lama menjadi besar. Metode *snowball sampling* ini dilakukan dengan mengikuti alur pemasaran dengan menjadikan sampel pertama sebagai penentu sampel berikutnya.

Metode *snowball sampling* dilakukan dengan mengikuti saluran pemasaran jagung pipilan kering di Desa Cibongas berdasarkan informasi awal yang didapat dari pedagang pengumpul, pedagang besar, hingga ke pabrik.

3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Agar terhindar dari kerancuan dalam pemahaman pengertian dalam penelitian ini, maka dirumuskan beberapa definisi dan operasionalisasi variabel sebagai berikut :

1. Pemasaran jagung pipil kering merupakan kegiatan usaha pendistribusian jagung pipilan kering dalam upaya memenuhi keinginan konsumen.
2. Saluran pemasaran merupakan alur pemasaran yang dapat ditempuh dalam proses menyalurkan produksi jagung pipilan kering dari produsen (petani) sampai ke konsumen.
3. Lembaga pemasaran merupakan orang atau badan usaha yang terlibat secara konsisten dalam proses pemasaran jagung pipilan kering di Desa Cibongas Kecamatan Pancatengah Kabupaten Tasikmalaya.
4. Produsen merupakan petani Desa Cibongas yang melakukan budidaya tanaman jagung pipilan kering dengan tujuan ekonomis sebagai usahatani.
5. Konsumen merupakan orang atau pabrik yang membeli jagung pipilan kering sebagai pengguna atau pemanfaat jagung pipilan kering.
6. Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan pada saat menyalurkan produk dari produsen ke konsumen, dinyatakan dengan satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg). Biaya pemasaran terdiri dari :
 - a. Biaya transportasi adalah biaya yang dikeluarkan untuk proses pendistribusian jagung pipilan kering.
 - b. Biaya tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan sebagai akibat dari pemanfaatan tenaga kerja dalam melakukan proses pendistribusian seperti pengangkutan.
 - c. Biaya penyimpanan adalah adalah biaya yang dikeluarkan untuk kepentingan dalam penyimpanan atau persediaan jagung pipilan kering.

- d. Biaya penyusutan adalah biaya yang dikeluarkan akibat resiko yang harus ditanggung atas hilangnya volume jagung pipilan kering.
7. Keuntungan pemasaran merupakan selisih harga jual dengan harga beli kemudian dikurangi dengan biaya pemasaran yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
8. Margin pemasaran merupakan selisih harga penjualan disetiap lembaga dengan harga pembelian jagung pipilan kering dari petani atau pedagang pengumpul yang dinyatakan dengan satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
9. Harga di tingkat petani merupakan harga yang diterima petani dari pedagang pengumpul atau pedagang lainnya yang dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
10. Harga di tingkat pedagang merupakan harga yang diperoleh oleh lembaga-lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran jagung pipilan kering.
11. *Farmer's share* merupakan bagian harga yang diterima oleh petani dari harga di tingkat konsumen akhir yang dinyatakan dalam satuan persentase (%).
12. Pedagang merupakan orang atau badan usaha yang memperjual belikan jagung pipilan kering dengan tujuan memperoleh keuntungan.
13. Pedagang pengumpul merupakan pedagang yang membeli dan mengumpulkan jagung pipilan kering dari produsen.
14. Pedagang besar merupakan pedagang yang membeli jagung pipilan kering dalam jumlah yang besar dari pedagang pengumpul.
15. Total biaya merupakan total biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran yang dinyatakan dengan rupiah per kilogram (Rp/Kg).

3.6 Batasan Operasional

1. Lokasi penelitian dilakukan di Desa Cibongas, Kecamatan Pancatengah Kabupaten Tasikmalaya

2. Sampel penelitian yang digunakan yaitu pedagang atau lembaga pemasaran yang terlibat secara konsisten dalam pemasaran jagung pipilan kering di Desa Cibongas Kecamatan Pancatengah Kabupaten Tasikmalaya.

3.7 Kerangka Analisis

1. Identifikasi masalah pertama yaitu untuk mengetahui saluran pemasaran di Desa Cibongas menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat mengenai sifat-sifat responden atau daerah tertentu.
2. Identifikasi masalah kedua untuk mengetahui fungsi pemasaran pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran jagung pipilan kering di Desa Cibongas.
3. Identifikasi masalah ketiga untuk menghitung biaya pemasaran, keuntungan pemasaran dan margin pemasaran yaitu :

- a. Menurut Soekartawi, (1993) biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

- B_p : Biaya pemasaran jagung pipilan kering (Rp/Kg).
 $B_{p1}, B_{p2}, \dots B_{pn}$: Biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran jagung pipilan kering (Rp/Kg).

- b. Keuntungan pemasaran merupakan selisih harga yang dipasarkan produsen dan harga yang diberikan konsumen dikurangi dengan biaya pemasaran. Keuntungan pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$K_p = H_j - (H_B + B)$$

Keterangan :

- K_p : Keuntungan pemasaran jagung pipilan kering (Rp/Kg)
 H_j : Harga jual jagung pipilan kering (Rp/Kg)
 H_B : Harga beli jagung pipilan kering (Rp/Kg)
 B : Biaya pemasaran jagung pipilan kering (Rp/Kg)

- c. Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. Menurut Zainal Abidin, dkk (2017). Margin pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP : Margin pemasaran (Rp/Kg).

Pr : Harga beli di tingkat konsumen / harga eceran (Rp/Kg).

Pf : Harga jual di tingkat produsen (Rp/Kg).

4. Identifikasi masalah keempat yaitu untuk mengetahui *farmer's share*. Menurut Zainal Abidin, dkk (2017) *farmer's share* merupakan persentase bagian yang diterima produsen (petani) dari harga konsumen akhir. *Farmer's share* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

Fs : Bagian harga yang diterima petani (%)

Pf : Harga jual di tingkat produsen/petani (Rp/Kg)

Pr : Harga beli di tingkat konsumen (Rp/Kg).