

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini berlangsung dari bulan November 2022 sampai dengan Juli 2023 yang bertempat di Kelurahan Cigantang Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan salah satu sentra produksi gabah/beras yang dekat dengan Pusat Kota Tasikmalaya.

Tabel 3. Rencana dan Waktu Penelitian

Jadwal Kegiatan	Bulan								
	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	April	Mei	Juni	Juli
Perencanaan Penelitian									
Bimbingan/Konsultasi									
Survei Pendahuluan									
Penyusunan Proposal Usulan Penelitian									
Seminar Usulan Penelitian									
Revisi Proposal Usulan Penelitian									
Pelaksanaan Penelitian Dan Pengolahan Data									
Penulisan Hasil Penelitian									
Revisi Kolokium									
Revisi Skripsi									
Sidang Skripsi									

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei pada petani padi sawah dan lembaga pemasara dari Kelurahan Cigantang Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya. Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa metode survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar ataupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, untuk menemukan kejadian- kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Penentuan tempat penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa Kelurahan Cigantang merupakan salah satu kelurahan dengan sentra produksi gabah di Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya.

3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan bersumber dari data sekunder dan data primer, data sekunder diperoleh dari Balai Penyuluh Pertanian Kecamatan Kawalu, hasil riset dan artikel - artikel yang berkaitan dengan masalah, sebagai data penunjang dikumpulkan informasi dari internet, media massa. Sedangkan data primer diperoleh melalui wawancara dengan beberapa petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, serta lembaga pemasaran lain yang terlibat.

3.4 Teknik dan Pengambilan Sampel

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *snow ball sampling* dilakukan dengan mengikuti arus barang dari petani dalam penyaluran barang nya sampai ke konsumen akhir. Responden merupakan petani padi, pedagang pengumpul dan konsumen antara.

3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Adapun definisi istilah istilah yang ada dalam penelitian ini yaitu:

1. Gabah merupakan buah padi yang telah dirontokan dari mulai jerami, ada dua jenis gabah yaitu Gabah Kering Panen (GKP) dan Gabah Kring Giling (GKG). Pada penelitian ini menggunakan Gabah kering Giling (GKG)

2. Gabah Kering Giling (GKG) adalah gabah yang siap digiling untuk dijadikan beras.
3. Petani gabah adalah orang yang membudidayakan padi di Kecamatan Mangkubumi.
4. Pemasaran adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari titik produksi ke titik konsumsi.
5. Saluran pemasaran adalah proses penyaluran produk dari produsen ke konsumen mengikut sertakan berbagai pihak mulai dari produsen sendiri, lembaga-lembaga perantara sampai konsumen akhir.
6. Lembaga pemasaran ialah lembaga - lembaga yang melaksanakan fungsi fungsi tataniaga melalui proses pendistribusian gabah dari produsen ke konsumen.
7. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli gabah dari produsen kemudian dikumpulkan untuk dijual kembali kepada lembaga tataniaga lain
8. Pedagang besar adalah pedagang yang menjual gabah kepada pengecer, namun tidak menjual kepada konsumen akhir dalam jumlah tertentu.
9. Konsumen akhir adalah orang yang membeli gabah untuk digunakan sebagai bahan baku atau sesuai tingkat kebutuhannya.

3.6 Kerangka Analisis

Identifikasi masalah pertama, dianalisis secara deskriptif. Analisis deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2016). Analisis saluran pemasaran diperlukan untuk menelusuri saluran pemasaran gabah, dari produsen sampai ke konsumen. Dari saluran pemasaran yang ada dapat digambarkan secara keseluruhan pola dan tingkat saluran pemasaran. Saluran pemasaran adalah serangkaian kelompok atau perorangan (perantara) yang terlibat dalam proses penyimpanan produk dari produsen ke konsumen.

Identifikasi masalah kedua dianalisis dengan menganalisis fungsi pemasaran yang dijalankan oleh setiap lembaga pemasaran.