

BAB III

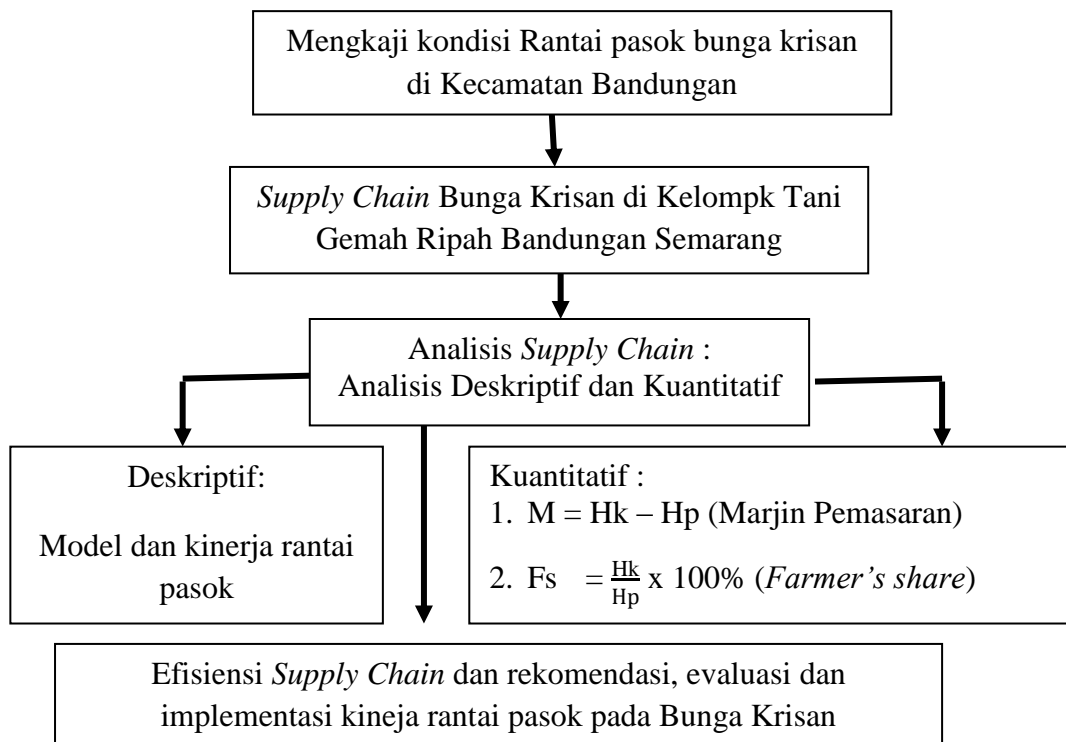
METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Kerangka Penelitian

Bunga krisan merupakan salah satu komoditas bunga potong yang paling banyak ditanam dibandingkan komoditas bunga potong lain. Menurut Dirjen Hortikultura tahun 2008 bunga potong sebagai salah satu komoditas hortikultura yang memiliki potensi pengembangan pasar yang sangat baik, harus didukung dengan daya saing yang baik pula pada mekanisme penerapan rantai pasoknya. Peningkatan daya saing melalui pendekatan SCM dirasa penting untuk mengatasi permasalahan dilapangan akan kerjasama antara pelaku usaha yang belum bersinergis dan rantai pasok yang tidak efisien sehingga menyebabkan kontinuitas ketersediaannya menjadi tidak stabil.

Permasalahan tersebut muncul sebagai akibat dari sifat produk yang mudah rusak. Permasalahan tersebut harus diatasi dengan terciptanya rantai pasok bunga krisan baik dari hulu maupun hilir yang baik dan terorganisir. Rantai pasok yang terorganisir dengan baik diharapkan dapat mengefisiensikan produk bunga krisan dari produsen hingga konsumen dalam jumlah, kondisi dan waktu yang tepat. Pengkajian rantai pasok bunga krisan ini memerlukan investigasi yang menyeluruh, sehingga diperlukan metode analisis yang mampu menjawab permasalahan yang ada serta memberikan usulan yang mampu mengembangkan rantai pasok menjadi lebih baik. Metode yang digunakan dalam pengembangan rantai pasok adalah mengacu pada metode pengembangan *Asian Productivity*

Organization (APO). Metode tersebut terdiri dari 6 kajian yakni sasaran rantai pasok, struktur rantai pasok, sumber daya rantai pasok, manajemen rantai pasok, proses bisnis rantai pasok dan performa rantai pasok. Metode yang digunakan untuk mengetahui efisiensi tidaknya rantai pasok yang telah dijalankan adalah dengan menghitung Marjin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Diharapkan dengan analisis tersebut dapat diketahui masalah-masalah dalam rantai pasok serta dapat dirumuskan strategi yang dapat disarankan untuk memaksimalkan rantai pasok agar lebih efisien. Kerangka penelitian dapat dilihat pada Ilustrasi 1.



Ilustrasi 1. Kerangka Pemikiran

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei. Metode penelitian survei adalah metode penelitian dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya tujuannya

adalah untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Sugiyono, 2015).

3.3. Metode Penentuan Sampel

Responden dalam penelitian ini adalah petani, pengepul, pedagang besar, pendekor, *florist* dan konsumen. Sampel petani dalam penelitian ini adalah petani yang tergabung dalam Kelompok Tani Gemah Ripah dan menanam bunga krisan. Jumlah anggota Kelompok Tani Gemah Ripah yang berada Desa Clapar Kecamatan Bandungan sebanyak 38 orang akan tetapi yang dipilih sebagai responden adalah 32 orang yang menanam bunga krisan. Metode pengambilan data pada responden petani adalah dengan menggunakan sensus, karena semua petani yang menanam bunga krisan dan dan tergabung dalam Kelompok Tani Gemah Ripah diambil semua menjadi sampel. Metode yang digunakan untuk menentukan sampel , pedagang besar, pendekor, *florist* dan konsumen adalah dengan menggunakan *snowball sampling*. Teknik *snowball sampling* (bola salju) adalah metode *sampling* dimana sampel diperoleh melalui proses bergulir dari satu responden ke responden lainnya (Sugiyono, 2015). Jumlah sampel pengepul adalah 8 orang, jumlah sampel pedagang besar adalah 8 orang, jumlah sampel *florist* adalah 5 orang dan jumlah sampel konsumen adalah 5 orang.

3.4. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Desember 2017 – Februari 2018 yang berlokasi di Kelompok Tani Gemah Ripah Clapar Bandungan

Kabupaten Semarang. Metode yang dipilih dalam penentuan lokasi adalah *purposive*. Kecamatan Bandungan dipilih karena Kecamatan Bandungan merupakan salah satu sentra penghasil Bunga Krisan di Kabupaten Semarang. Berdasarkan Kelompok Tani yang ada di Kecamatan Bandungan dipilih Kelompok Tani Gemah Ripah yang merupakan salah satu kelompok tani yang memiliki struktur kepengurusan dan keanggotaan yang baik.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data akan dilakukan melalui wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan pada anggota Kelompok Tani Gemah Ripah di Desa Clapar Kecamatan Bandungan. Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara secara langsung pada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait. Studi pustaka dilakukan dengan mencari referensi dari buku, jurnal, literatur yang berkaitan dengan penelitian sebagai pedoman atau pembanding rantai pasok yang ada di lapangan.

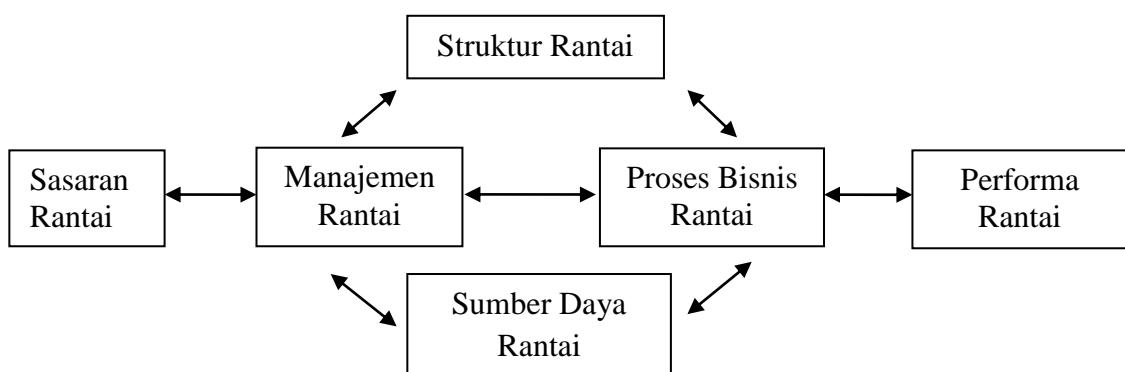
3.6. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sifat suatu keadaan atau gejala-gejala yang sedang terjadi pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Metode kuantitatif adalah metode yang digunakan apabila kesimpulan-kesimpulan yang dipakai dapat dibuktikan dengan

angka. Bentuk analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.6.1. Analisis Model Rantai Pasok

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama mengenai gambaran tentang model dan kinerja rantai pasok (*supply chain*) pada Komoditas Bunga Krisan di Kecamatan Bandungan adalah dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Model rantai pasok bunga krisan secara deskriptif menggunakan metode pengembangan rantai pasok produk hortikultura yang dicanangkan oleh *Asian Productivity Organization* (APO), Jepang. Metode Pengembangan tersebut mengikuti kerangka proses yang telah dimodifikasi oleh Van de Vorst, 2005. Aspek kajian model rantai pasok disusun secara terstruktur yang meliputi sasaran rantai pasok, struktur rantai pasok, sumber daya, manajemen rantai, proses bisnis rantai, dan performa rantai pasok. Melalui kajian terhadap aspek-aspek tersebut, dapat diketahui fenomena rantai pasok yang terjadi dan selanjutnya dirumuskan usulan pengembangan yang terbaik.



Ilustrasi 3. Kerangka Analisis Manajemen Rantai pasok

1. Sasaran Rantai Pasok

Sasaran rantai pasok pada komoditas bunga krisan akan menjelaskan sasaran pasar dan sasaran pengembangan. Sasaran pasar menggambarkan bagaimana model suatu rantai pasok berlangsung terhadap produk yang dipasarkan. Sasaran pengembangan menjelaskan target dalam rantai pasok yang ingin dikembangkan oleh lembaga yang terkait.

2. Struktur Rantai Pasok

Struktur rantai pasok pada komoditas bunga krisan akan menjelaskan anggota yang terlibat di dalam rantai pasok bunga krisan dan bagian dari rantai pasok yang dapat memicu terjadinya proses bisnis, meliputi produk, pasar dan situasi persaingan.

3. Manajemen Rantai Pasok

Menjelaskan bagaimana proses kemitraan terbentuk, kriteria dalam memilih mitra dan prakteknya di lapangan. Menjelaskan pula ada tidaknya kesepakatan kontraktual yang terjadi dalam hubungan kerjasama dan transaksi yang dilakukan.

4. Sumber Daya Rantai Pasok

Sumber daya rantai pasok menjelaskan berbagai aspek yang dimiliki oleh setiap anggota rantai pasok yang meliputi, sumberdaya fisik, teknologi, sumber daya manusia dan modal.

5. Proses Bisnis Rantai Pasok

Proses bisnis rantai pasok menggambarkan proses-proses yang terjadi dalam rantai pasok untuk mengetahui berjalan atau tidaknya keseluruhan alur rantai

pasok. Proses bisnis rantai ditinjau berdasarkan aspek hubungan proses bisnis rantai pasok, pola distribusi, *support* anggota rantai dan aspek resiko.

6. Performa Rantai Pasok

Performa rantai pasok merupakan pengkajian dari aspek-aspek sebelumnya kemudian dinilai performa rantai pasoknya dalam memenuhi permintaan konsumen.

3.6.2. Analisis Marjin Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan kedua mengenai Marjin pemasaran dan efisiensi rantai pasok komoditas Bunga Krisan di Kelompok Tani Gemah Ripah Clapar Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang adalah dengan menggunakan metode analisis efisiensi pemasaran. Efisiensi pemasaran tersebut dapat diketahui dengan cara menghitung marjin pemasaran, *share* pemasaran dan efisiensi pemasaran. Marjin pemasaran, *share* pemasaran dan efisiensi pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus:

- $MP = Pr - Pf$

Keterangan :

MP = Marjin Pemasaran

Pr = Harga di tingkat pengecer (Rp)

Pf = Harga di tingkat produsen (Rp)

- *Share* pemasaran

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

Keterangan :

S_f = *Share* (bagian) yang diterimapetani (%)

P_f = Harga di tingkat petani (Rp)

P_r = Harga di tingkat pengecer (Rp)

Kaidah keputusan :

Nilai *share* pemasaran $\geq 40\%$ = efisien

Nilai *share* pemasaran $< 40\%$ = tidak efisien (Downey dan Erickson, 1992).