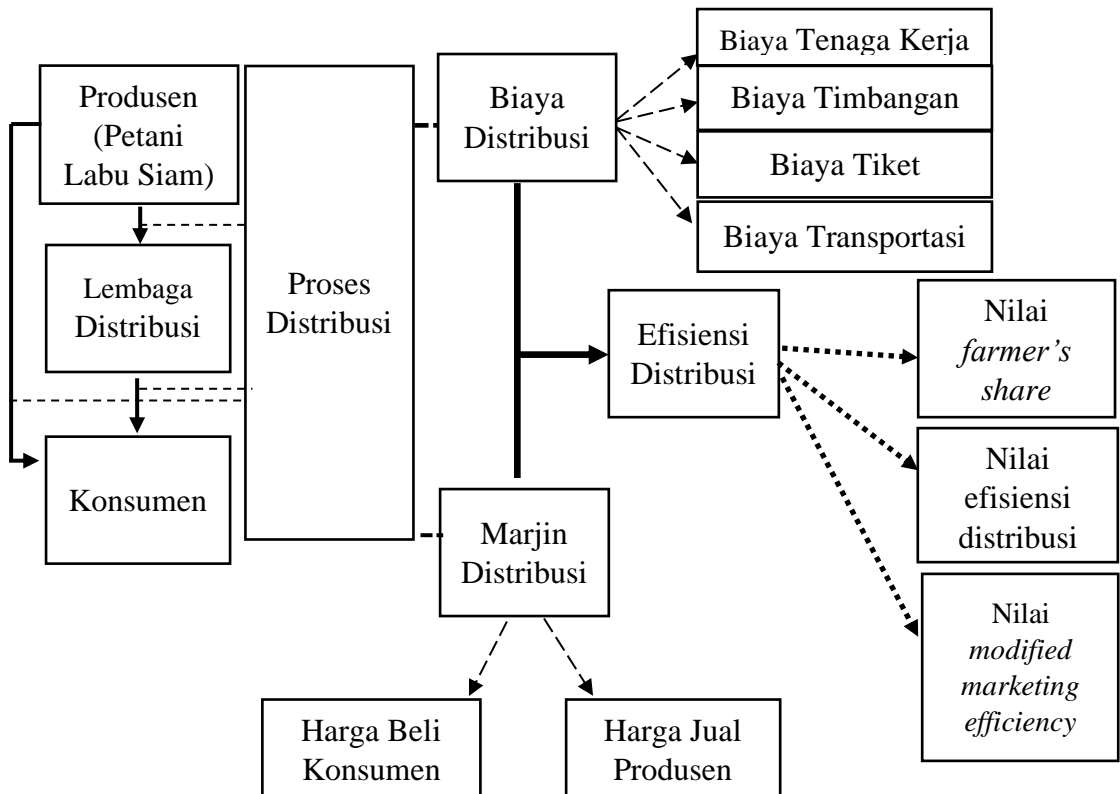


## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat pada Ilustrasi 1. Berdasarkan Ilustrasi 1, diketahui labu siam yang diproduksi petani akan disalurkan ke konsumen melalui distribusi langsung maupun distribusi tidak langsung.



Ilustrasi 1. Kerangka Pemikiran.

Distribusi langsung berarti petani menjual produknya langsung ke konsumen, sedangkan distribusi tidak langsung berarti petani menggunakan bantuan dari lembaga distribusi seperti tengkulak, pedagang besar, atau pengecer untuk menyalurkan produknya ke konsumen. Peran serta lembaga distribusi akan

mempengaruhi harga jual produk, karena setiap lembaga distribusi akan mengambil keuntungan dari fungsi yang mereka jalankan. Aliran produk dari produsen ke konsumen melalui distribusi langsung maupun tidak langsung akan membentuk rantai distribusi yang di dalamnya akan terdapat komponen biaya distribusi dan margin yang akan mempengaruhi efisiensi distribusi sebuah produk. Tingkat efisiensi distribusi sebuah pola dapat diukur berdasarkan nilai *farmer's share*, nilai efisiensi distribusi, dan nilai *modified marketing efficiency* pola distribusi tersebut. Nilai margin distribusi pada masing-masing pola akan diuji dengan uji ANOVA untuk mengetahui perbedaan margin pada setiap pola distribusi labu siam.

### **3.2. Waktu Dan Tempat Pelaksanaan**

Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari – Maret 2019 di Kecamatan Sumowono dan Sub Terminal Agribisnis (STA) Jetis. Pemilihan lokasi penelitian didasari alasan bahwa berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang tahun 2018, wilayah Kecamatan Sumowono adalah sentra penghasil labu siam di Kabupaten Semarang. STA Jetis dipilih menjadi lokasi penelitian karena di STA Jetis dapat dijumpai perputaran produk agribisnis di wilayah Kabupaten Semarang yang di dalamnya termasuk labu siam.

### **3.3. Metode Penelitian**

Populasi di lokasi penelitian tidak diketahui jumlahnya. Metode penelitian yang digunakan adalah survei mengambil data dari suatu lokasi yang alamiah dengan melakukan pengumpulan data melalui kuesioner (Sugiyono, 2015).

### **3.4. Metode Penentuan Sampel**

Metode penentuan sampel yang digunakan adalah metode *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi keseluruhan populasi (Sugiyono, 2015). Responden petani yang dipilih dalam penelitian berjumlah 9 orang, ditentukan menggunakan *quota sampling* dengan kriteria petani labu siam yang sedang melakukan transaksi pada saat penelitian berlangsung.

Metode penentuan responden lembaga pemasaran dilakukan dengan metode *snowball sampling* dengan jumlah 8 tengkulak, 8 pedagang pengumpul, 9 pedagang besar, dan 13 pedagang pengecer. Informasi diperoleh dari responden petani serta survei di STA Jetis.

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara kepada responden. Data sekunder diperoleh dari pustaka yang berkaitan dengan penelitian seperti data dari Badan Pusat Statistik (BPS).

### **3.6. Metode Analisis Data**

Uji normalitas data dilakukan sebelum data dianalisis untuk menjawab tujuan penelitian. Uji normalitas adalah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai apakah persebaran data terdistribusi atau mendekati distribusi normal (Santoso, 2010). Uji normalitas dilakukan dengan uji *Kolmogorov*

*Smirnov Goodness of Fit* dimana sebuah persebaran data dinyatakan telah normal apabila nilai *asymptotic significance* > 0,05. Hipotesis yang terbentuk dalam uji normalitas data adalah sebagai berikut :

- $H_0$  = Data berdistribusi normal
- $H_a$  = Data tidak berdistribusi normal

Kaidah pengambilah keputusan uji normalitas data adalah jika nilai sig < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti data tidak berdistribusi normal, tetapi jika nilai sig > 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak berarti data berdistribusi normal.

3.6.1. Tujuan pertama menganalisis pola saluran distribusi labu siam di Kabupaten Semarang dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah menggambarkan data yang telah diperoleh sebagaimana adanya (Sugiyono, 2015).

3.6.2. Tujuan kedua menganalisis margin distribusi dan efisiensi distribusi labu siam di Kabupaten Semarang dianalisis menggunakan analisis margin distribusi, analisis efisiensi distribusi, analisis *farmer's share*, dan analisis *Modified Marketing Efficiency (MME)* sebagai berikut

1. Analisis margin distribusi diperoleh dari selisih harga yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen dalam suatu pola distribusi. Margin distribusi dapat diperoleh menggunakan rumus sebagai berikut

$$Mi = Hci - Hpi \dots \dots \dots (Adiansyah et al., 2013)$$

Keterangan :

Mi = Margin Distribusi  
 Hpi = Harga Jual di Tingkat Produsen (Rp/kg)

Hci = Harga Beli di Tingkat Konsumen (Rp/kg)

2. Efisiensi distribusi dapat ditinjau dari nilai efisiensi distribusi, nilai *farmer's share*, dan nilai MME pada suatu pola distribusi.

a. Rumus Efisiensi Distribusi

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\% \dots\dots\dots (\text{Soekartawi, 2002})$$

b. Rumus *Farmer's Share*

$$Lp = \frac{He - M}{He} \times 100 \% \dots\dots\dots (\text{Adiansyah et al., 2013})$$

c. Rumus *Modified marketing efficiency* (MME)

$$MME = FP / (MC + MM) \dots\dots\dots (\text{Dastagiri et al., 2013})$$

Keterangan :

EP = Efisiensi distribusi  
 TB = Total biaya distribusi (Rp/kg)  
 TNP = Total nilai produk (Rp/kg)  
 Lp = *Farmer's Share*  
 He = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)  
 M = Marjin Total (Rp/kg)  
 MME = *Modified marketing efficiency*  
 FP = Harga Jual di Tingkat Petani (Rp/kg)  
 MC = Total Biaya Distribusi (Rp/kg)  
 MM = Total Marjin Distribusi (Rp/kg)

3.6.3. Tujuan ketiga adalah menganalisis perbedaan marjin distribusi antar pola distribusi labu siam di Kabupaten Semarang. Analisis uji beda untuk tujuan 3 dilakukan menggunakan uji ANOVA dengan bantuan program SPSS 23 dengan cara sebagai berikut :

a. Uji ANOVA (Analysis of Variance)

Santoso (2006) berpendapat bahwa uji ANOVA atau uji F adalah sebuah cara menguji rata-rata lebih dari 2 kelompok data. Uji ANOVA

yang digunakan dalam penelitian ini adalah ANOVA *single factor* yaitu model ANOVA yang hanya terdiri dari 1 faktor saja. Uji ANOVA adalah uji parametrik dimana data yang digunakan dalam uji harus data yang terdistribusi normal. Data yang telah di uji normalitasnya kemudian di uji dengan uji ANOVA digunakan untuk menganalisis perbedaan margin pemasaran pada setiap pola saluran pemasaran. Uji *homogeneity of variances* diperlukan sebelum melakukan uji ANOVA. Hipotesis yang terbentuk dalam uji *homogeneity of variances* adalah :

$H_0$  : Semua varians populasi homogen.

$H_a$  : Semua varians populasi tidak homogen.

Kaidah pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, akan tetapi jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hipotesis yang terbentuk dalam uji ANOVA adalah :

$H_0$  :  $\mu_{\text{margin pola I}} = \mu_{\text{margin pola II}} = \mu_{\text{margin pola III}} = \mu_{\text{margin pola IV}} = \mu_{\text{margin pola V}}$

$H_a$  : Minimal terdapat dua kelompok yang memiliki mean yang berbeda.

Kaidah pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, akan tetapi jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

#### b. *Post-Hoc Test*

*Post-hoc test* dilakukan setelah uji ANOVA, apabila hasil uji ANOVA menunjukkan terdapat perbedaan signifikan pada kelompok data yang di uji. Kelompok data yang memiliki varian yang bersifat homogen, diuji

menggunakan uji Bonferroni. Santoso (2008) berpendapat bahwa uji Bonferroni adalah uji untuk mengetahui kelompok data mana saja yang memiliki perbedaan signifikan.

### **3.7. Batasan Masalah dan Konsep Pengukuran**

1. Responden adalah petani labu siam, tengkulak, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang eceran.
2. Produsen adalah petani yang memproduksi labu siam. Rata-rata transaksi labu siam oleh petani dalam penelitian ini adalah 461,1 kg.
3. Tengkulak adalah pedagang yang membeli produk labu siam dari beberapa petani kemudian dijual kembali. Rata-rata transaksi oleh tengkulak adalah 519,8 kg dalam satu hari.
4. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli labu siam dari tengkulak kemudian dijual kembali dalam wilayah pembelian yaitu STA Jetis. Rata-rata transaksi oleh pedagang pengumpul adalah 272,5 kg dalam satu hari.
5. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli produk labu siam dari tengkulak maupun pedagang pengumpul kemudian di jual kembali di luar wilayah STA Jetis. Rata-rata transaksi oleh pedagang besar adalah 398,4 kg dalam satu hari.
6. Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli produk labu siam dari pedagang pengumpul maupun pedagang besar, kemudian dijual kepada

konsumen akhir. Rata-rata transaksi oleh pedagang pengecer adalah 17 kg dalam satu hari.

7. Konsumen adalah orang yang membeli labu siam segar untuk dikonsumsi maupun diolah.
8. Harga jual pada tingkat petani adalah nilai uang yang diterima oleh petani labu siam dalam satuan Rp/kg.
9. Harga beli di tingkat lembaga distribusi adalah korbanan yang dibayarkan oleh lembaga distribusi kepada penjual produk labu siam dalam satuan Rp/kg.
11. Harga jual di tingkat lembaga distribusi adalah harga yang diterima oleh suatu lembaga distribusi ketika menjual produk labu siam dalam satuan Rp/kg.
12. Biaya distribusi adalah seluruh biaya yang digunakan dalam proses pemasaran labu siam oleh produsen maupun lembaga pemasaran secara terpisah dalam satuan Rp/kg contohnya biaya transportasi, biaya tenaga kerja, biaya tiket, dan biaya timbangan.
13. Biaya distribusi total adalah jumlah biaya distribusi yang dikorbankan oleh keseluruhan lembaga distribusi yang terlibat dalam sebuah pola distribusi dalam satuan Rp/kg.
14. Margin pemasaran labu siam adalah selisih atau perbedaan harga jual dengan harga beli labu siam yang diterima oleh setiap lembaga yang terlibat dalam distribusi labu siam dalam satuan Rp/kg.



15. Margin distribusi total adalah selisih harga jual di tingkat petani dengan harga beli di tingkat konsumen yang diukur dalam satuan Rp/kg.
16. Tingkat efisiensi distribusi sebuah pola ditinjau dari nilai efisiensi distribusi, nilai *farmer's share*, dan nilai MME pola distribusi tersebut.
17. Kriteria nilai efisiensi distribusi menurut Soekartawi (2002) adalah sebagai berikut :
  - 0% - 33% : efisien
  - 34% - 64% : kurang efisien
  - 65% - 100% : tidak efisien
18. *Farmer's share* adalah perbandingan antara harga jual di tingkat petani dengan harga beli tingkat konsumen yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Kriteria pola distribusi yang efisien menurut Abadi (2007) adalah pola distribusi yang memiliki nilai *farmer's share*  $> 50\%$ .