

III. METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama empat bulan pada bulan Desember 2018 sampai dengan April 2019, di Desa Karang Kamulyan Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis. Adapun waktu penelitian terbagi kedalam beberapa tahap, yaitu :

Tabel 4. Tahapan dan Waktu Penelitian

Tahapan Kegiatan	Waktu Penelitian																			
	Desember				Januari				Februari				Maret				April			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Survei Pendahuluan	■																			
Penulisan Usulan Penelitian		■	■	■	■															
Revisi Makalah Usulan Penelitian						■	■	■												
Seminar Usulan Penelitian									■											
Pengumpulan Data									■	■										
Pengolahan dan Analisis Data									■	■										
Penulisan hasil Penelitian										■	■	■	■	■						
Seminar Kolokium																			■	
Sidang Skripsi																				■
Revisi Skripsi																■	■	■	■	

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus pada pemasaran benih ikan gurami sampai dengan konsumen dari Desa Karang Kamulyan Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan sengaja (*purposive*) berdasarkan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan salah satu penghasil benih ikan gurami.

Metode penentuan responden untuk lembaga pemasaran ditentukan dengan metode *snowball sampling*. Metode *snowball sampling* digunakan dengan cara melakukan wawancara dengan suatu kelompok atau seseorang responden yang relevan, dan untuk selanjutnya responden tersebut diminta untuk menyebutkan (menunjuk) calon responden berikutnya yang memiliki spesifikasi yang sama.

3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan petani ikan gurami di wilayah penelitian menggunakan alat bantu kuisioner.
2. Data sekunder diperoleh dari studi literatur dan data – data yang berasal dari instansi-instansi maupun desa, yang ada kaitannya dengan masalah penelitian ini.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini menggunakan beberapa istilah dan beberapa variabel. Untuk menghindari perbedaan persepsi dari istilah tersebut, maka perlu adanya batasan untuk mempermudah pemahaman mengenai bahasan dalam penelitian ini. Hal tersebut dilakukan untuk menghindari salah satu persepsi dan pemahaman terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam suatu penelitian. Adapun istilah-istilah yang ada dalam penelitian yaitu :

- 1) Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain.
- 2) Saluran pemasaran adalah lembaga-lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran benih ikan gurami.

- 3) Lembaga pemasaran adalah individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen, terdiri dari :
 - a. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli serta mengumpulkan benih ikan gurami dari petani.
 - b. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli benih ikan gurami dalam jumlah besar dari pedagang pengumpul.
 - c. Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli produk benih ikan gurami dari pedagang besar atau dari pedagang pengumpul untuk dijual ke konsumen akhir.
- 4) Biaya pemasaran adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran benih ikan gurami.
- 5) Keuntungan pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayarkan produsen dengan harga yang diberikan oleh konsumen.
- 6) Marjin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima oleh petani, dinilai dalam satuan rupiah per ekor.
- 7) *Farmer's share* adalah untuk mengetahui bagian harga yang diterima oleh petani dari harga ditingkat konsumen yang dinyatakan dalam persen.

3.5 Kerangka Analisis

Saluran pemasaran adalah serangkaian kelompok atau perorangan (perantara) yang terlibat dalam proses penyampaian produk dari produsen ke konsumen akhir. Analisis saluran pemasaran menggunakan analisis deskriptif yaitu analisis yang digunakan untuk memberikan gambaran secara sistematis dan efektif mengenai fakta, sifat-sifat serta hubungan antar kejadian. Kotler (1993), menggambarkan tingkat saluran pemasaran yang bisa digunakan dalam memasarkan barang ke konsumen terdiri dari empat saluran, yaitu: (1). Saluran nol tingkat (*zero level channel*), (2). Saluran satu tingkat (*one level channel*), (3). Saluran dua tingkat (*two level channel*), (4). Saluran tiga tingkat (*three level channel*).

Analisis biaya dan margin pemasaran dalam saluran pemasaran digunakan alat analisis biaya dan margin pemasaran (*cost margin analisis*) yaitu dengan menghitung besarnya biaya pemasaran, keuntungan, dan margin pemasaran tiap lembaga perantara pada berbagai saluran pemasaran.

Menurut (Sudiyono 2004), perhitungan margin pemasaran menggunakan rumus sebagai berikut:

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

M = Margin pemasaran

Pr = Harga di tingkat konsumen akhir

Pf = Harga di tingkat produsen

Proses pemasaran ini para pelaku pemasaran mengeluarkan biaya-biaya dan keuntungan. Maka rumus diatas dapat ditulis sebagai berikut :

$$MP = \sum_{i=1}^n C_i + \sum_{j=1}^n \pi_j$$

Keterangan:

MP = Margin Pemasaran

C_i = Biaya pemasaran (i = 1,2,3,.....n)

n = Jumlah jenis biaya

π_j = Keuntungan yang diperoleh pada masing-masing lembaga pemasaran

- a. Untuk menghitung besarnya biaya pemasaran dilakukan dengan menjumlahkan biaya dari semua kegiatan pemasaran benih ikan gurami yang dilakukan oleh suatu lembaga pemasaran
- b. Untuk menghitung keuntungan pemasaran digunakan rumus

$$\pi = H_j - (H_B + BT)$$

Keterangan :

π = Keuntungan pemasaran

H_j = Harga Jual

H_B = Harga beli

BT = Biaya pemasaran

Farmer's share adalah bagian dari harga yang diterima oleh petani dalam suatu pemasaran. Untuk menghitung bagian harga yang diterima petani (*Farmer's share*). Menurut (Sudiyono 2002), dapat dihitung dengan rumus :

$$Fs = \frac{Hp}{He} \times 100\%$$

Keterangan :

Fs = Presentase bagian harga yang diterima oleh petani (%)

Hp = Harga pada petani produsen (Rp/ekor)

He = Harga eceran (Rp/ekor)