

## IV. METODOLOGI PENELITIAN

### 4.1. Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) di Desa Tawangsari, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang. Penelitian lokasi dilakukan di Desa Tawangsari karena kondisinya yang berpotensi untuk budidaya berbagai komoditi pertanian secara khusus.

### 4.2. Metode Penentuan Responden

Populasi dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu petani kubis yang bermitra dengan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” dan petani yang non kemitraan dengan Pasar Induk Modern “Puspa Agro”. Populasi yang bermitra dengan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” dalam penelitian ini adalah petani kubis yang berkemitraan langsung dengan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” yang juga masyarakat Desa Tawangsari, sedangkan petani yang non kemitraan langsung dengan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” adalah petani kubis yang berada di Desa Tawangsari yang juga merupakan masyarakat Desa Tawangsari Kecamatan Pujon Kabupaten Malang.

Penentuan sampel dalam penelitian kali ini menggunakan metode simple random sampling.

Jumlah Petani Kemitraan : 112

Jumlah Petani Non Kemitraan : 204

Jadi jumlah populasinya tersebut  $112 + 204 = 316$

Syarat untuk menggunakan metode simple random sampling yaitu harus homogen ( segi luas lahan sama, komoditas sama, tehnik usahatani sama dll).

Tabel 2 : Perhitungan Sampel

Jumlah	Jumlah Populasi (orang)	Jumlah Sampel (orang)
Petani Kemitraan	112	14
Petani Non Kemitraan	204	25
Jumlah	316	39

Sumber : Data primer diolah, 2011

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Nc^2}$$

$$n = \frac{316}{1 + 316 \cdot (15\%)^2}$$

$$n = \frac{316}{1 + 316 \cdot (0.0225)}$$

$$n = \frac{316}{1 + 7.11}$$

$$n = \frac{316}{0.11} = 38.9 = 39$$

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat pengambilan kesalahan (5% - 25%)

➤ Sampel Petani Kemitraan :

$$\frac{112}{316} \times 39 = 13.82 = 14$$

➤ Sampel Petani Non Kemitraan :

$$\frac{204}{316} \times 39 = 25.17 = 25$$

#### 4.3. Metode Pengambilan Data

Dalam pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode primer dan sekunder:

1. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan wawancara, sedangkan wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dengan responden, sehingga komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal dengan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya, semisal data harga komoditas data pendapatan petani khususnya petani kubis.

2. Data sekunder itu sendiri diperoleh dari instansi-instansi yang terkait dengan hasil penelitian terdahulu dengan cara studi pustaka, sedangkan data sekunder berguna untuk memperoleh gambaran secara garis besar tentang usahatani kubis di Desa tawangsari, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang.

#### **4.4. Metode Analisis Data**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk menggambarkan beberapa tujuan penelitian mengenai pengaruh peran Pasar Induk Modern “Puspa Agro” serta menjelaskan hasil perbandingan tingkat pendapatan yang diperoleh petani kubis kemitraan dengan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” maupun petani kubis yang non kemitraan. Sedangkan analisis statistika inferensia menggunakan analisis pendapatan, analisis efisiensi pemasaran dan analisis uji beda rata – rata yang digunakan untuk membedakan pendapatan petani kubis kemitraan dengan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” dan petani non kemitraan.

##### **4.4.1. Analisis Kualitatif.**

Analisis ini digunakan untuk menggambarkan atau menyimpulkan peranan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” terhadap tingkat pendapatan petani kubis kemitraan dengan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” dan petani kubis yang non kemitraan dengan cara mendeksripsikan.

##### **4.4.2. Analisis Kuantitatif**

Analisis ini digunakan hanya untuk data yang berbentuk angka yang digunakan untuk mengetahui rata-rata pendapatan usahatani kubis di Desa Tawangsari Kecamatan Pujon Kabupaten Malang sebagai peningkatan pendapatan petani kubis dengan menggunakan alat analisis.

##### **A. Analisis Biaya dan Pendapatan Usahatani**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui biaya total, total penerimaan, dan pendapatan usahatani sehingga mendapatkan gambaran berapa besarnya biaya dan pendapatan petani kubis yang kemitraan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” dan petani kubis non kemitraan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” di Desa

Tawanghari, komponen yang digunakan untuk melakukan analisis biaya dan pendapatan yaitu sebagai berikut :

1. Perhitungan Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan secara keseluruhan oleh petani selamas proses produksi, sedangkan biaya produksi itu dibedakan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Perhitungan biaya produksi dapat ditulis dengan rumus sebagai berikut :

$$TC = TVC + TFC$$

Keterangan :

TC : Total Cost (Rp)

TVC : Total Variable Cost pertisida (biaya bibit, biaya pupuk, dan biaya tenaga kerja) (Rp)

TFC : Total Fix Cost (pajak lahan dan penyusutan peralatan) (Rp)

2. Perhitungan Penerimaan

Penerimaan adalah nilai uang yang diperoleh dari hasil kali jumlah produksi dengan harga satuannya. Perhitungan penerimaan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR : Total Revenue (Rp)

P : Price (Rp/Kg)

Q : Quantity (Rp/Kg)

3. Perhitungan Keuntungan atau Pendapatan Usahatani

Keuntungan atau pendapatan dalam usahatani adalah selisih antara selisih antara penerimaan dan semua biaya, yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

$\pi$  : Pendapatan (Rp)

TR : Total penerimaan (Rp)

TC : Total biaya (Rp)

## B. Analisis Efisiensi Pemasaran

Analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat efisiensi saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian. Komponen yang digunakan untuk melakukan analisis efisiensi pemasaran yaitu sebagai berikut :

### 1. Marjin pemasaran

Marjin pemasaran kubis adalah perbedaan harga yang diterima oleh petani produsen kubis dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir, sehingga secara sistematis, marjin dapat ditulis sebagai berikut :

$$MP = Pr - Pf \quad \text{atau} \quad MP = B + K$$

Keterangan :

MP : Marjin pemasaran

Pr : Harga di tingkat konsumen akhir

Pf : Harga di tingkat petani produsen kubis

B : Biaya pemasaran

K : Keuntungan pemasaran

### 2. *Share* Harga yang Diterima Petani

Jika dilihat dari sudut usahatani, maka sesungguhnya *share* harga di tingkat petani adalah biaya yang dikeluarkan dalam produksi kubis ditambah dengan keuntungan yang diterima dari usahatani. Dengan demikian, keuntungan yang diperoleh petani dapat diartikan sebagai pendapatan petani bagi keluarganya, yang apabila petani memilih saluran pemasaran kubis yang berbeda, maka besarnya *share* harga yang diterima petani akan berbeda pula.

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

Keterangan :

SPf : *Share* harga di tingkat petani (Rp/Kg)

Pf : Harga di tingkat petani (Rp/Kg)

Pr : Harga di tingkat konsumen akhir (Rp/Kg)

### 3. *Share* Biaya Pemasaran dan *Share* Keuntungan

Menurut Alhusniduki (1991) dalam Priyanto (2005), bahwasanya *share* biaya dan keuntungan dapat pula digunakan untuk menganalisis penampilan pasar dengan satuan persentase, dimana formulanya adalah sebagai berikut :

$$S_{Bi} = \frac{B_i}{(P_r - P_f)} \times 100\%$$

$$S_{Ki} = \frac{K_i}{(P_r - P_f)} \times 100\%$$

Keterangan :

$S_{Bi}$  : *Share* biaya pemasaran pemasaran ke-i

$S_{Ki}$  : *Share* keuntungan lembaga pemasaran ke-i

$B_i$  : Biaya pemasaran lembaga pemasaran ke-i

$K_i$  : Keuntungan lembaga pemasaran ke-i

$P_r$  : Harga kubis di tingkat konsumen akhir (Rp/kg)

$P_f$  : Harga kubis di tingkat produsen (Rp/kg)

Ada dua pendapat para ahli yang berbeda tentang margin pemasaran, yang menyatakan bahwasanya:

- Semakin tinggi margin pemasaran, maka semakin kecil bagian yang diterima petani, yang berarti penampilan pasar masih belum efisien.
- Tingginya margin pemasaran (biaya pemasaran + keuntungan) belum tentu mencerminkan rendahnya efisiensi pemasaran. Hal ini tergantung dari peningkatan kualitas produk (jasa pemasaran) yang ditawarkan lembaga pemasaran terhadap konsumen akhir.

#### C. Uji Beda Rata - Rata

Analisis ini digunakan untuk menganalisis tingkat perbedaan pendapatan petani kubis kemitraan dengan pendapatan petani kubis non kemitraan dengan Pasar Induk Modern “Puspa Agro”. Analisis statistik dengan menggunakan uji beda rata – rata adalah :

Hipotesis dalam penelitian adalah :

- $H_0 : \mu_1 \leq \mu_2$  tidak ada perbedaan pada nilai rata – rata pendapatan petani kubis kemitraan dengan pendapatan petani kubis non kemitraan dengan Pasar Induk Modern “Puspa Agro”.
- $H_1 : \mu_1 > \mu_2$  terdapat perbedaan pada nilai rata – rata pendapatan petani kubis kemitraan dengan pendapatan petani kubis non kemitraan dengan Pasar Induk Modern “Puspa Agro”, yang berarti pendapatan petani kubis bermitra dengan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” lebih tinggi daripada petani kubis non mitra dengan Pasar Induk Modern “Puspa Agro”.

Untuk menguji hipotesis tersebut digunakan uji-t dengan rumus :

1. Bila varians berbeda nyata, digunakan uji-t dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

2. Bila varians sama, digunakan uji-t dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\left( s^2 \left( \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right) \right)}}$$

$$s^2 = \frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{(n_1 - 1) + (n_2 - 1)}$$

- Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka diterima  $H_1$  dan tolak  $H_0$ , artinya terdapat perbedaan yang nyata antara pendapatan petani kubis kemitraan dengan pendapatan petani kubis non kemitraan dengan Pasar Induk Modern “Puspa Agro”.
- Bila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka diterima  $H_0$  dan tolak  $H_1$ , artinya tidak terdapat perbedaan yang nyata antara pendapatan petani kubis kemitraan dengan pendapatan petani kubis non kemitraan dengan Pasar Induk Modern “Puspa Agro”.

Untuk menguji apakah dua kelompok sampel mempunyai varians yang sama atau berbeda, dilakukan uji F dengan rumus :

$$F_{hitung} = \frac{s_1^2}{s_2^2}$$