

IV. METODOLOGI PENELITIAN

4.1 Metode Penentuan Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Kota Batu. Daerah penelitian ini dipilih secara sengaja dengan alasan bahwa Kota Batu merupakan salah satu daerah yang berpotensi untuk melakukan budidaya bunga potong krisan. Kemudian dipilih Desa Sidomulyo, Batu karena desa tersebut terkenal sebagai kawasan bunga sejak zaman kolonial Belanda (Epochtimes, 2010) dan menjadi salah satu potensi wisata bunga yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat (Edwin, 2011). Di desa tersebut terdapat petani krisan yang mengikuti kelompok tani dan non kelompok tani. Petani Krisan tersebut melakukan kegiatan budidaya hingga pemasaran, dan sudah banyak mendistribusikan bunga potong yang dibudidayakan ke berbagai daerah di Indonesia. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni hingga bulan Juli tahun 2012.

4.2 Metode Penentuan Responden

Responden dalam penelitian ini adalah petani bunga potong krisan di Desa Sidomulyo dalam kelompok tani dan non kelompok tani, serta lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Batu.

Dalam penentuan responden petani bunga potong krisan digunakan metode sensus yang melibatkan seluruh petani bunga potong krisan pada Kelompok Tani Krisan Mulyo dan non kelompok tani di Desa Sidomulyo. Jumlah petani yang melakukan usahatani bunga potong krisan di desa tersebut adalah 52 petani, terdiri dari 22 petani yang tergabung pada Kelompok Tani Krisan Mulyo dan 30 petani yang tidak mengikuti keanggotaan kelompok tani.

Untuk pengambilan data dari lembaga pemasaran digunakan metode pengambilan sampel yang bersifat tidak acak, melalui pendekatan komoditi,

yaitu menentukan terlebih dahulu komoditi yang akan diteliti. Setelah itu peneliti mengikuti arus pergerakan komoditi tersebut mulai dari produsen sampai konsumen akhir yang nantinya akan diketahui lembaga pemasaran yang terlibat dalam arus pemasaran tersebut. Pendekatan ini dilakukan dengan penekanan pada fungsi pemasaran yang dilakukan lembaga dalam komoditi pertanian tersebut dan bagaimana komoditi dipasarkan secara efisien. Responden dari lembaga pemasaran diambil dengan metode *Snow Ball Sampling*, yaitu dengan cara mengikuti jalannya komoditi dari petani sampai dengan konsumen akhir dan dibatasi pada lembaga yang berada di daerah penelitian.

4.3 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini digolongkan menjadi dua jenis data, yaitu:

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian yaitu di Kelompok Tani Krisan Mulyo, di mana metode yang digunakan adalah dengan wawancara dan mengisi daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan peneliti, serta observasi secara langsung ke lapang.

- a. Wawancara

Merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab atau diskusi secara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan, guna mengumpulkan data dan keterangan yang akurat dan menunjang penelitian. Data primer sebagai data pokok dalam analisis yang diperoleh dari wawancara langsung dengan petani serta lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran bunga potong Krisan. Dari petani data yang diambil meliputi biaya tetap, biaya variabel, serta penerimaan yang diperoleh dari usahatani bunga potong krisan. Sedangkan dari lembaga pemasaran data yang diambil meliputi biaya pemasaran serta

pendapatan dari masing-masing lembaga. Data ini dapat dilakukan dengan kuisioner atau angket sebagai alat wawancara.

b. Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti. Observasi ini dilakukan untuk mengetahui cara pembudidayaan bunga potong yang dilakukan oleh petani tersebut, serta pengamatan terhadap kondisi di lingkungan sekitar tempat penelitian. Selain itu, observasi ini dilakukan untuk mengetahui gambaran lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran bunga potong krisan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ini dilakukan untuk mengambil gambar pada daerah tempat penelitian.

2. Data sekunder

Data sekunder yang dikumpulkan berkaitan dengan masalah yang dihadapi dalam penelitian dan untuk melengkapi data primer yang ada. Data sekunder diambil dari pemilik perusahaan dan instansi yang terkait, serta dari berbagai pustaka ilmiah yang mendukung penelitian ini. Data yang diambil meliputi data produksi bunga krisan, tinjauan mengenai penelitian terdahulu, serta tinjauan mengenai kajian yang berhubungan dengan pendapatan dan mekanisme pemasaran, baik berasal dari buku, jurnal, maupun dari internet.

4.4 Metode Analisis Data

4.4.1 Metode Analisis Deskriptif

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara terperinci fenomena sosial tertentu. Dalam penelitian ini, metode analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan lembaga-lembaga pemasaran apa saja yang terlibat

dalam saluran pemasaran, serta fungsi dari masing-masing lembaga pemasaran pada tiap saluran pemasaran bunga potong krisan.

4.4.2 Metode Analisis Pendapatan

Metode ini digunakan untuk mengetahui berapa besar pendapatan yang dicapai petani dalam melakukan usahatani bunga potong krisan. Untuk mengetahui berapa besar pendapatan Petani tersebut, maka dapat dihitung dari persamaan biaya sebagai berikut:

1. Biaya tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya produk yang dihasilkan. Sebagai contoh adalah biaya sewa, penyusutan peralatan, pajak, dan bunga pinjaman. Biaya tetap dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$TFC = \sum FCI \quad \text{dimana} \quad FCI = P_{xi} \cdot X_i$$

Keterangan :

TFC : Total biaya tetap

FC : Biaya tetap untuk biaya input

P_{xi} : Harga input ke-i

X_i : Jumlah input ke-i

Biaya yang diperhitungkan sebagai biaya tetap adalah biaya penyusutan alat. Biaya penyusutan alat merupakan pengalokasian biaya investasi suatu alat setiap proses produksi sepanjang umur ekonomis alat tersebut.

Perhitungan penyusutan alat dengan menggunakan rumus :

$$D = \frac{(Pb - Ps)}{t}$$

Dimana :

D : biaya penyusutan peralatan (Rp/tahun)

Pb : harga beli awal (Rp)

Ps : harga jual (Rp)

t : umur ekonomis (tahun)

2. Biaya variabel

Biaya variabel merupakan biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh produk yang dihasilkan. Sebagai contoh adalah biaya pembelian kebutuhan produksi, upah tenaga kerja, dan lain-lain. Besarnya biaya variabel dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$VC_i = P_{xi} \cdot X_i$$

Dimana :

P_{xi} : harga input ke-i (Rp)

X_i : jumlah input ke-i (Unit)

VC_i : biaya variabel untuk input ke-i (Rp)

Perhitungan biaya variabel dibutuhkan untuk mengetahui besarnya masing-masing biaya tidak tetap yang dikeluarkan oleh perusahaan yang digunakan untuk menghitung total biaya variabel dalam kegiatan produksi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Total biaya variabel dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$TVC = \sum VC_i$$

Dimana :

TVC : total biaya variabel (Rp)

VC_i : biaya variabel untuk input ke-i (Rp)

3. Biaya total

Biaya total merupakan penjumlahan antara total biaya tetap dengan biaya variabel. Biaya tetap dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Dimana :

TC : total biaya (Rp)

TFC : total biaya tetap (Rp)

TVC : total biaya variabel (Rp)

4. Penerimaan

Perhitungan penerimaan digunakan untuk mengetahui besarnya hasil dari keseluruhan penjualan produk. Penerimaan dihitung dari perkalian antara jumlah produksi per unit yang dihasilkan dengan tingkat harga produk yang berlaku. Secara matematis penerimaan dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Dimana :

TR : total penerimaan (Rp)

P : harga jual per unit di tingkat produsen (Rp)

Q : jumlah produk yang dihasilkan oleh perusahaan (unit)

Dari komponen-komponen di atas, maka pendapatan yang diperoleh petani dapat diturunkan dari persamaan keuntungan. Perhitungan keuntungan adalah selisih antara total penerimaan dengan total biaya produksi. Secara matematis dapat ditulis dengan rumus sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC$$

Dimana :

π : keuntungan yang dapat diperoleh petani bunga potong Krisan (Rp)

TR : penerimaan (Rp)

TC : total biaya (Rp)

5. Analisis R/C Rasio

R/C Rasio diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$R/C = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya Produksi}}$$

Dengan kriteria pengujian:

- Jika $R/C > 1$ maka usahatani tersebut efisien dan menguntungkan
- Jika $R/C = 1$ maka usahatani tersebut tidak menguntungkan dan tidak merugikan

- c. Jika $R/C < 1$ maka usahatani tersebut tidak efisien dan tidak menguntungkan.

4.4.3 Analisis Uji Beda Rata-rata

Analisis ini digunakan untuk membandingkan pendapatan antara petani yang ikut kelompok tani dengan petani non kelompok tani. Uji ini dilakukan dengan menggunakan alat SPSS. Rata-rata pendapatan yang diperoleh petani, diuji dengan uji beda rata-rata dan dapat dirumuskan dengan hipotesis sebagai berikut:

$$H_0 : X_1 \leq X_2$$

$$H_1 : X_1 \geq X_2$$

Dimana:

X_1 : rata-rata pendapatan usahatani krisan pada kelompok tani

X_2 : rata-rata pendapatan usahatani krisan non kelompok tani

Untuk menentukan rumus t test, maka perlu dilakukan pengujian terlebih dahulu pada varian dari kedua sampel, homogen atau tidak. Pengujian tersebut dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{S_1^2}{S_2^2}$$

Dimana :

$$S^2 = \sum \frac{(X_1 - X_2)^2}{n - 1}$$

Keterangan:

S_1^2 : ragam dari pendapatan petani krisan pada kelompok tani

S_2^2 : ragam dari pendapatan usahatani krisan non kelompok tani

X_1 : rata-rata pendapatan usahatani krisan pada kelompok tani

X_2 : rata-rata pendapatan usahatani krisan non kelompok tani

Bila ragamnya sama ($S_1^2 = S_2^2$) maka rumus t hitung yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$t \text{ hit} = \frac{X_1 - X_2}{\sqrt{S^2 \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

Bila ragamnya berbeda ($S_1^2 \neq S_2^2$) maka rumus t hitung yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$t \text{ hit} = \frac{X_1 - X_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

Dimana:

$$S^2 = \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{(n_1 - 1) + (n_2 - 1)}$$

S_1^2 : ragam dari pendapatan usahatani krisan pada kelompok tani

S_2^2 : ragam dari pendapatan usahatani krisan non kelompok tani

X_1 : rata-rata pendapatan usahatani krisan pada kelompok tani

X_2 : rata-rata pendapatan usahatani krisan non kelompok tani

n_1 : jumlah responden petani pada kelompok tani

n_2 : jumlah responden petani non kelompok tani

Perbedaan pendapatan usahatani bunga potong krisan antara kelompok tani dan non kelompok tani dapat dirumuskan dengan hipotesis sebagai berikut:

a. H_0 : tidak terdapat perbedaan pendapatan

b. H_1 : terdapat perbedaan pendapatan

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

a. Bila t-hitung > t-tabel maka terima h_1 dan tolak h_0 , artinya terdapat perbedaan pendapatan yang nyata antara petani yang mengikuti kelompok tani dan non kelompok tani.

b. Bila t-hitung < t-tabel maka terima h_0 dan tolak h_1 , artinya tidak terdapat perbedaan pendapatan yang nyata antara petani yang mengikuti kelompok tani dan non kelompok tani.

4.4.4 Metode Analisa Margin Pemasaran

Analisis margin pemasaran digunakan untuk menguji panjang pendeknya rantai pemasaran yang mempengaruhi share petani, sehingga dengan analisis ini dapat diketahui margin pemasaran, distribusi share, biaya produksi, dan biaya lain, serta keuntungan dari masing-masing lembaga pemasaran terhadap margin total dari berbagai saluran pemasaran. Margin pemasaran terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran yang secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$M_p = B_p + K \quad \text{Atau} \quad M_p = P_r - P_f$$

Dimana:

M_p : margin pemasaran

B_p : biaya pemasaran

K : keuntungan pemasaran

P_r : harga tingkat konsumen

P_f : harga tingkat produsen

Untuk mengetahui share yang diterima petani, dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Share} = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Distribusi margin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$DM_i = \frac{M_i}{M_{\text{total}}} \times 100\%$$

Dimana:

M_i : margin pemasaran kelompok lembaga pemasaran ke- i

M_{total} : $P_r - P_f$

Share biaya lembaga ke- i dan jenis biaya ke- j adalah:

$$S_{bi} = \frac{B_i}{P_r - P_f} \times 100\%$$

Share keuntungan lembaga pemasaran ke- i adalah sebagai berikut:

$$S_{ki} = \frac{k_i}{P_r - P_f} \times 100\% \quad K_{\text{total}} = P_{ij} - P_{bi} - B_{ij}$$

Dimana:

Ski : share keuntungan lembaga pemasaran ke-i

Ki : keuntungan lembaga pemasaran ke-i

Pji : harga jual lembaga ke-i

Pbi : harga beli lembaga ke-i

Bij : biaya pemasaran lembaga ke-i dan jenis biaya ke-j

Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui apakah pemasaran yang digunakan sudah efisien atau belum, menggunakan rumus sebagai berikut:

$$E_{ps} = \frac{\text{Total Keuntungan}}{\text{Total Biaya Pemasaran}}$$

$E_{ps} > 1$, pemasaran dikatakan efisien

$E_{ps} = 1$, BEP

$E_{ps} < 1$, pemasaran tidak efisien

