

IV. METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di pasar modern yang menjual beras berlabel di Kota dan Kabupaten Malang. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*), Kota dan Kabupaten Malang dipilih karena masyarakat memiliki tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan karakteristik lain yang berpotensi untuk menjadi sampel penelitian. Lokasi yang dipilih menjadi tempat penelitian di Kota Malang adalah Kecamatan Lowokwaru, mencakup pasar modern Smesco, Persada, dan Sardo. Sedangkan lokasi Kabupaten Malang, dipilih di Kecamatan Karangploso yang mencakup pasar modern Giant, Swalayan Grosir, Swalayan Elok, dan terakhir Toko 57. Kedua lokasi tersebut dipilih secara *purposive* dikarenakan dekat dengan tempat tinggal dan tempat studi peneliti, selain itu kedua lokasi termasuk tempat yang ramai serta banyak terdapat pasar modern.

Waktu penelitian dimulai pada Bulan Maret tanggal 22 - 30 tahun 2016. Waktu penelitian dimulai dari pukul 08.00 hingga 21.00 dikarenakan pasar modern memiliki waktu buka yang cukup panjang. Waktu penelitian tergolong cukup singkat karena lokasi selalu ramai pengunjung, sehingga kecenderungan untuk segera menyelesaikan lebih tinggi.

4.2 Metode Penentuan Responden

Penentuan responden untuk konsumen beras berlabel dilakukan secara *purposive* atau secara sengaja dengan teknik *accidental sampling* yaitu berdasarkan konsumen yang mengkonsumsi beras berlabel yang ditemui di lokasi. Jumlah populasi penelitian tidak terbatas, sehingga metode pengambilan sampel mengacu dengan ketentuan sampel minimum untuk penelitian statistik sebanyak 50 orang. Maka dipilih jumlah sampel/responden sebanyak 90 orang. Sebanyak 50 responden dari Kota Malang serta 40 responden dari Kabupaten Malang. Adanya perbedaan jumlah didasarkan pada jumlah responden yang ditemui di Kabupaten Malang lebih sedikit serta terbatas oleh waktu.

4.3 Metode Pengumpulan Data

Adapun data yang dipakai dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder, yaitu:

1. Data Primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama, pengambilan data secara langsung. Data primer yang digunakan mencakup data karakteristik, data konsumsi responden serta data yang terdapat pada kuisioner. Teknik wawancara atau *interview*, dilakukan untuk memperoleh data primer dengan melakukan tanya jawab serta diskusi langsung kepada konsumen beras berlabel di Kota dan Kabupaten Malang berdasarkan daftar isian pertanyaan (kuisioner).
2. Data Sekunder, merupakan data yang diperoleh dari instansi-instansi terkait antara lain data dari data keadaan umum daerah penelitian, data dari BPS, jurnal terkait penelitian serta *website* resmi yang berkaitan.

4.4 Metode Analisis Data

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka analisis yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada dua pendekatan yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

4.4.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data kuantitatif yang diperoleh. Analisis deskriptif dapat tersebar dalam setiap data kuantitatif. Kegunaan analisis deskriptif adalah untuk menjabarkan serta memperjelas maksud dari data kuantitatif. Lebih mudahnya, analisis deskriptif digunakan untuk menginterpretasi hasil agar mudah dicerna oleh pembaca.

4.4.2. Analisis Kuantitatif

1. Persentase Karakteristik Responden

Data mentah mengenai karakteristik responden diubah menjadi angka atau digolongkan dalam kode-kode angka tertentu untuk mempermudah penghitungan. Kemudian data ditabulasi dan dipersentasekan berdasarkan jumlah responden.

$$P = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase responden yang memiliki kategori tertentu

f_i = Jumlah responden yang memiliki kategori tertentu

$\sum f_i$ = Total responden keseluruhan

Diketahuinya persentase jumlah responden dalam masing-masing karakteristik, maka akan memudahkan dalam analisis nilai WTP. Data karakteristik dihitung berdasarkan kategori karakteristik serta lokasi Kota dan Kabupaten Malang.

2. Analisis Willingness To Pay (WTP)

Merupakan metode analisis untuk mengetahui nilai harga kesediaan membayar oleh konsumen. Metode dalam menentukan WTP untuk produk *non market goods* atau barang yang tidak memiliki harga pasar dapat dilakukan dengan *Contingent Valuation Models* (CVM). Namun perhitungan WTP terhadap *market goods* atau barang yang memiliki harga pasar tidak memiliki metode perhitungan khusus. Maka dari itu digunakan beberapa step untuk menemukan hasil yang terbaik, terdapat beberapa langkah yang sama dengan metode CVM seperti yang diungkapkan Hanley dan Spash, 1993 (*dalam* Simanjutak, 2006), berikut langkah-langkah analisis WTP:

a. Metode Kartu Pembayaran

Metode yang menawarkan kepada responden beberapa nilai patokan dalam menentukan harga. Tentunya harga patokan tersebut lebih tinggi dibandingkan harga aktual beras atau harga pasar. Sebagai contoh, bila harga beras aktual berkisar Rp 60.000 per kemasan, maka enumerator menanyakan *step by step* jika terjadi kenaikan Rp 2.000 per kemasan apakah responden tetap membeli beras tersebut. Bila YA, maka pertanyaan dilanjutkan dengan kenaikan Rp 5.000 per kemasan; kemudian Rp 7.000 per kemasan. Jika salah satu dari kenaikan tersebut ditolak, maka pertanyaan berhenti dan berlanjut pada metode selanjutnya.

b. Metode Pertanyaan Terbuka

Metode ini merupakan lanjutan dari kartu pembayaran. Bila pada metode kartu responden menjawab bersedia maupun tidak bersedia, tetap dilanjutkan pada metode pertanyaan terbuka. Metode dengan menanyakan langsung nilai maksimum yang ingin dibayarkan konsumen terhadap produk beras. Dengan metode ini, enumerator akan mengetahui seberapa besar nilai yang sanggup dibayarkan oleh konsumen, serta hasil akan sesuai dengan keinginan dan kesediaan konsumen.

c. Perhitungan Persentase Kenaikan atau Toleransi WTP

Seluruh perhitungan dilakukan dengan cara mengelompokkan nilai pada setiap kategori karakteristik. Terdapat beberapa langkah dalam menentukan nilai kenaikan WTP yaitu:

1) Pengakumulasian nilai WTP per kilogram

Nilai WTP yang didapatkan sebelumnya adalah nilai per kemasan. Untuk mengetahui nilai WTP, langkah pertama adalah mengubah harga aktual beras dan WTP per kemasan. Caranya adalah dengan membagi harga aktual dan harga maksimum dengan ukuran kemasan. Contohnya, jika konsumen membeli beras dengan harga Rp 110.000 per 10 kg dan memiliki nilai WTP sebesar Rp 120.000 per 10 kg, maka perhitungan harga aktual dengan cara $\text{Rp } 110.000 / 10$ didapatkan harga aktual beras Rp. 11.000 per kilogram serta nilai WTP $\text{Rp } 120.000 / 10$ didapatkan toleransi kesediaan atau WTP sebesar Rp 12.000 per kilogram.

2) Menghitung nilai kenaikan WTP per kilogram dalam Rupiah

Langkah selanjutnya adalah menghitung selisih nilai WTP dengan harga aktual per kilogram. Contohnya jika harga aktual Rp 11.000 per kilogram dan nilai WTP Rp 12.000 per kilogram, maka kenaikan atau toleransi WTP $\text{Rp } 12.000 - \text{Rp } 11.000$ didapatkan nilai kenaikan atau toleransi WTP sebesar Rp 1.000 per kilogram.

3) Menghitung nilai kenaikan WTP per kilogram dalam Persen

Setelah didapatkan nilai toleransi dalam rupiah, maka langkah selanjutnya adalah mengubah dalam bentuk persen. Cara yang digunakan adalah membagi nilai toleransi dengan harga aktual, kemudian dikali 100%. Contohnya jika toleransi Rp 1.000 dan harga aktual Rp 11.000,

penyelesaiannya adalah $1.000/11.000 \times 100\%$ hasil yang didapatkan adalah 9,09%.

d. Perhitungan Standard Deviasi

Standard deviasi digunakan untuk mengetahui keragaman nilai dari toleransi WTP konsumen. Perhitungan standard deviasi dengan bantuan *Microsoft Excel* 2010 hanya dengan menggunakan formula $=STDEV(\text{range nilai})$. Bila nilai standard deviasi tinggi, maka keragaman nilai pada data juga tinggi atau beragam. Jika standard deviasi rendah, maka keragaman nilai rendah.

e. Analisis nilai toleransi WTP

Analisis dilakukan dengan cara melihat persentase pada setiap kategori karakteristik per wilayah. Hal tersebut dilakukan untuk melihat ada tidaknya keterkaitan karakteristik dengan nilai toleransi. Keterkaitan dapat dilihat dari naik turun atau tinggi rendahnya nilai toleransi.

