

IV. METODE PENELITIAN

4.1 Metode Pemilihan Lokasi

Pemilihan lokasi penelitian dilakukan dengan secara sengaja sesuai dengan tujuan penelitian (*purposive*). Pemilihan lokasi penelitian dengan metode *purposive* merupakan teknik penentuan lokasi penelitian yang berdasarkan atas pertimbangan-pertimbangan tertentu (Singarimbun dan Effendi, 1995 dalam Siti Nurulita Fatimah; 2011). Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan atas pertimbangan yaitu (1) Desa Kerjo merupakan salah satu pusat pengembangan kelompok agroindustri pengolah chip yang ada di Kecamatan Karang; (2) Terdapat lembaga yang memberikan pembinaan, pengawasan dan enzim fermentasi secara gratis untuk kebutuhan produsen pengolah chip; (3) Lembaga tersebut yaitu Koperasi Serba Usaha (KSU) “GRLJ” yang dijadikan wadah untuk menampung hasil olahan chip di Kabupaten Trenggalek. Di samping itu, KSU “GRLJ” juga menjadi tempat percontohan bagi produsen pengolah chip yang berada di luar Kabupaten Trenggalek.

Waktu penelitian dilakukan selama dua bulan yaitu pada bulan November-Desember 2014.

4.2 Metode Penentuan Responden

Di dalam penarikan contoh, penelitian ini menggunakan pendekatan non-probabilitas (*non-probability sampling*), yaitu dengan pertimbangan peneliti dapat menentukan unit populasi yang mengandung contoh secara subyektif (Singarimbun dan Effendi, 1995 dalam Siti Nurulita Fatimah; 2011). Penarikan contoh dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti untuk mencapai tujuan penelitian dan unit populasi yang dipilih ditentukan secara sistematis atau sengaja. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh produsen yang melakukan usaha pengolahan chip di bawah binaan Koperasi Serba Usaha (KSU) “GRLJ” di Desa Kerjo, Kecamatan Karang, Kabupaten Trenggalek pada bulan November-Desember 2014. Penentuan responden dilakukan dengan metode sensus, yaitu dengan pencatatan responden secara keseluruhan yang ada dalam lokasi penelitian. Jumlah total produsen pengolah chip di dalam penelitian ini adalah 9 produsen.

Penentuan sampel lembaga pemasaran dilakukan dengan menggunakan metode *Accidental Sampling*, yaitu prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses. Metode ini digunakan dalam penelitian karena sampel yang dijadikan sebagai unit lembaga pemasaran adalah sampel yang berdasarkan secara kebetulan. Pelaksanaan metode ini didasarkan atas pemilihan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkan sampling unit (Riyan Hidayat, 2009). Oleh karena itu, penentuan sampel lembaga pemasaran dilakukan dengan cara memilih sejumlah lembaga pemasaran yang ada dan siap untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

Pelaksanaan metode ini dilakukan dengan menentukan koperasi sebagai produsen dan lembaga pemasaran tingkat pertama. Kemudian, terdapat aliran pemasaran produk tepung mocaf dari koperasi hingga ke lembaga-lembaga pemasaran yang secara kebetulan terlibat langsung di lokasi penelitian. Berdasarkan hal tersebut, maka diperoleh total jumlah pedagang perantara dan suplier sampel sebanyak 5 orang. Adapun rincian masing-masing pedagang besar perantara yaitu sejumlah 2 orang untuk pedagang besar perantara dan pedagang pengecer serta berjumlah satu suplier untuk pendistribusian tepung mocaf ke pabrik industri makanan dan minuman.

4.3 Metode Pengumpulan Data

1. Metode pengumpulan data primer

Metode pengumpulan yang digunakan untuk mengumpulkan data primer adalah sebagai berikut:

a. Wawancara:

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data primer dalam penelitian, yaitu dengan melakukan wawancara langsung kepada responden berdasarkan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah dipersiapkan sebelumnya. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi lengkap mengenai data yang terkait dengan penggunaan jumlah bahan baku, jumlah tenaga kerja, sumbangan bahan baku lain, dan saluran pemasaran tepung mocaf di Koperasi Serba Usaha "GRLJ".

b. Observasi

Teknik ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek penelitian sehingga didapatkan gambaran yang jelas mengenai hal-hal yang berkaitan dengan obyek yang akan diteliti. Kegiatan ini ditujukan untuk menggali lebih dalam tentang aspek kegiatan pengolahan chip, mulai dari proses sistem produksi pengolahan chip hingga sampai pada berjalannya aliran pemasaran tepung mocaf.

c. Dokumentasi

Teknik ini digunakan untuk menyimpan hasil data-data, berupa buku catatan riset produksi tepung mocaf, foto-foto mengenai setiap bentuk kegiatan pengolahan tepung mocaf agar setiap kegiatan produksi yang dilakukan dapat diketahui serta dipahami oleh para akademisi dan pembaca. Data ini juga digunakan untuk memperoleh gambaran tentang penelitian proses produksi pengolahan chip yang telah dilakukan.

2. Metode pengumpulan data sekunder

Data sekunder berupa data mengenai karakteristik dan skala usaha agroindustri pengolah chip dan Koperasi Serba Usaha "GRLJ", seperti data berupa buku atau catatan laporan kerja yang terkait dengan rincian biaya produksi dalam pengolahan chip, lembaga pemasaran, dan sebaran area pemasaran tepung mocaf. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik pencatatan, yaitu dengan mencatat data-data pada buku laporan kerja produksi, instansi pemerintah atau lembaga lainnya yang terkait dengan penelitian ini. Sumber data sekunder dalam penelitian ini berasal dari BPS Kabupaten Trenggalek, Kantor Kecamatan Karanganyar dan Kantor Kelurahan Desa Kerjo.

4.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain, yaitu :

1. Analisis Nilai Tambah Metode Hayami

Pada Metode Hayami (tercantum dalam Tabel 3), output adalah chip yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi. Input adalah bahan baku utama dari chip, yaitu ubi kayu yang dibutuhkan dalam satu kali proses pengolahan. Tenaga kerja di dalam penelitian ini adalah jumlah tenaga kerja yang berasal dari

produsen agroindustri pengolah chip. Sedangkan, faktor konversi merupakan pembagian dari jumlah chip yang dihasilkan dengan jumlah ubi kayu dalam satu kali proses produksi.

a. Faktor Konversi

$$D = \frac{A}{B} \dots\dots\dots (4.1)$$

Keterangan :

- D = faktor konversi
- A = jumlah chip (kg/produksi)
- B = jumlah ubi kayu (kg/produksi)

Adapun terdapat koefisien tenaga kerja dari produsen agroindustri pengolah chip diperoleh dari hasil bagi antara jumlah tenaga kerja dengan bahan baku ubi kayu dalam satu kali proses produksi.

b. Koefisien tenaga kerja (E)

$$E = \frac{C}{B} \dots\dots\dots (4.2)$$

Keterangan :

- E = koefisien tenaga kerja (HOK/kg)
- C = jumlah tenaga kerja (HOK/produksi)
- B = jumlah ubi kayu (kg/produksi)

c. Nilai output (J)

$$J = D \times F \dots\dots\dots (4.3)$$

Keterangan :

- J = nilai chip (Rp/kg)
- D = faktor konversi
- F = harga chip (Rp/kg)

d. Nilai tambah (K)

$$K = J - I - H \dots\dots\dots (4.4)$$

Keterangan :

- K = nilai tambah (Rp/kg)
- I = sumbangan input lain
- H = harga ubi kayu (Rp/kg)

Nilai sumbangan input lain mencakup nilai dari semua pengorbanan selain bahan baku ubi kayu dan tenaga kerja langsung. Nilai sumbangan input lain ini yaitu berupa penggunaan bahan penolong (garam), bahan bakar mesin *slicer* (bensin), biaya pengangkutan, dan biaya listrik.



e. Rasio nilai tambah (L)

$$L = \frac{K}{J} \times 100 \% \quad \dots\dots\dots (4.5)$$

Keterangan :

L = rasio nilai tambah (%)

K = nilai tambah (Rp/kg)

f. Pendapatan tenaga kerja langsung (M)

$$M = E \times G \quad \dots\dots\dots (4.6)$$

Keterangan :

M = pendapatan tenaga kerja langsung (Rp/kg)

E = koefisien tenaga kerja (HOK)

G = upah tenaga kerja langsung (Rp/HOK)

g. Pangsa tenaga kerja (N)

$$N = \frac{M}{K} \times 100 \% \quad \dots\dots\dots (4.7)$$

h. Keuntungan (O)

$$O = K - M \quad \dots\dots\dots (4.8)$$

i. Tingkat keuntungan (P)

$$P = \frac{O}{J} \times 100 \% \quad \dots\dots\dots (4.9)$$

j. Margin (Q)

$$Q = J - H \quad \dots\dots\dots (4.10)$$

k. Pendapatan tenaga kerja langsung (R)

$$R = \frac{M}{Q} \times 100 \% \quad \dots\dots\dots (4.11)$$

l. Sumbangan input lain (S)

$$S = \frac{I}{Q} \times 100 \% \quad \dots\dots\dots (4.12)$$

m. Keuntungan pemilik koperasi (T)

$$T = \frac{O}{Q} \times 100 \% \quad \dots\dots\dots (4.13)$$

Keterangan :

N = pangsa tenaga kerja (%)

O = keuntungan (Rp/kg)

P = tingkat keuntungan (%)

Q = margin (Rp/kg)

R = pendapatan tenaga kerja langsung (%)

S = sumbangan input lain, meliputi garam, bahan bakar, biaya transportasi, biaya listrik (%)

T = keuntungan pemilik koperasi (%)



Contoh perhitungan pada nomor 4.1 sampai dengan 4.13 dapat dilihat pada Lampiran 8. Terkait dengan besaran nilai persentase nilai tambah suatu agroindustri, menurut Rukmana, 1987 (*dalam* Irwan Zuhri Effendy, 2013), dapat dinyatakan dalam tiga kategori sebagai berikut:

1. Persentase nilai tambah agroindustri dinyatakan rendah jika nilai tambah sebesar $<15\%$.
2. Persentase nilai tambah agroindustri dinyatakan sedang jika nilai tambah diantara $15\%-40\%$.
3. Persentase nilai tambah agroindustri dinyatakan tinggi jika nilai tambah sebesar $>40\%$.

Di dalam metode Hayami juga terdapat penentuan besarnya keuntungan dan tingkat keuntungan dari pengolahan chip ke dalam bentuk Persentase. Keuntungan di dalam metode Hayami menunjukkan bagian yang diterima oleh pemilik koperasi karena telah menanggung segala resiko usaha pengolahan chip. Tingkat keuntungan pemilik koperasi terhadap nilai chip (%) menunjukkan Persentase keuntungan terhadap jumlah chip yang dihasilkan. Adapun juga terdapat margin pengolahan yang menunjukkan kontribusi dari pemilik faktor produksi, yaitu pemilik koperasi, Persentase pendapatan tenaga kerja langsung terhadap margin, dan Persentase sumbangan input lain terhadap margin.

2. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif ini didasarkan atas pemecahan masalah dengan menggambarkan keadaan subjek dan obyek penelitian secara kualitatif. Analisis ini dilakukan dengan cara menelusuri dan mengidentifikasi lembaga pemasaran beserta fungsi pemasaran di dalam kegiatan pemasaran tepung mocaf. Selain itu, metode analisis data ini juga digunakan untuk mengidentifikasi dengan metode deskriptif dari fungsi pemasaran yang dilakukan oleh produsen, lembaga pemasaran, dan konsumen perorangan. Adapun fakta-fakta yang terdapat di lokasi penelitian yang tampak, seperti pola saluran pemasaran tepung mocaf beserta fungsi pemasaran yang menghubungkan setiap pelaku pemasaran. Berikut terdapat fungsi- fungsi pemasaran dari setiap pelaku pemasaran yang dianalisis yaitu sebagai berikut :

A. Fungsi Pertukaran :

- a) Pembelian
- b) Penjualan

B. Fungsi Pengadaan secara Fisik :

- a) Penyimpanan
- b) Pengangkutan
- c) Pengemasan

C. Fungsi Fasilitas

- a) *Sortasi*
- b) *Grading/standarisasi*
- c) Penanggungan resiko
- d) Pembiayaan
- e) Informasi pasar





