

## **BAB III MATERI DAN METODE PENELITIAN**

### **3.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai dengan bulan Desember 2016 pada peternakan rakyat di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang. Lokasi penelitian ditentukan dengan cara *purposive method* yaitu memilih lokasi penelitian secara sengaja dengan pertimbangan daerah sampel merupakan sentra peternakan kambing PE cukup besar di Kabupaten Malang dengan populasi 20758 ekor. Proses pemasaran yang dilakukan masih bersifat tradisional (Dinas Peternakan Kabupaten Malang 2014).

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah survey yang mengambil sampel dari peternak dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan adalah peternak yang ditemukan yang mewakili peternak kambing PE di Kecamatan Wonosari dengan pertimbangan status kepemilikan sendiri dan terlibat dalam usaha peternakan, serta bukan sentra peternakan. Jenis data dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui pengamatan dan wawancara dengan responden peternak dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang telah disiapkan sebelumnya. Data primer pada penelitian, mencakup usaha ternak kambing PE seperti teknis pemeliharaan, jumlah produksi, pemasaran, harga jual, penerimaan serta informasi lainnya yang berguna untuk

menunjang penelitian ini. Data sekunder merupakan data pelengkap dari data primer yang bersumber dari literatur-literatur yang relevan. Data sekunder diperoleh dari catatan-catatan serta dokumentasi dari pihak atau instansi yang terkait, seperti Direktorat Jenderal Peternakan, Dinas Peternakan Kabupaten Malang, dan Biro Pusat Statistik setempat. Selain itu, dilakukan juga penelusuran melalui internet, buku serta penelitian-penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan sebagai bahan rujukan yang berhubungan dengan usaha kambing dan proses pemasaran. Data sekunder mencakup data populasi kambing PE di seluruh Kabupaten Malang dan di Kecamatan Wonosari.

### **3.3 Teknik Pengambilan Sampel**

Tahap I yang dilakukan sebelum penelitian adalah memilih Kabupaten Malang yang digunakan sebagai tempat penelitian dengan *purposive*. Pemilihan ini dikarenakan populasi kambing di Kabupaten Malang sebanyak 2.879.369 ekor pada tahun 2012 sehingga memiliki populasi yang layak untuk diteliti.

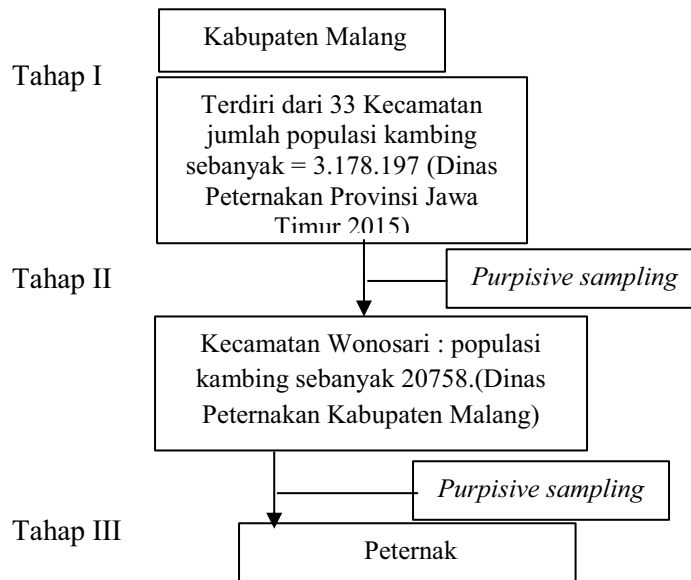
Tahap II dilakukan adalah pemilihan Kecamatan Wonosari dengan metode *purposive* (sengaja). Pemilihan dikarenakan jumlah populasi kambing PE cukup besar mencapai 6372 ekor pada tahun 2016 (Disnak Kab Malang, 2016). Selain itu di Kecamatan Wonosari sistem pemeliharaan kambing masih dengan teknologi sederhana, rata-rata kepemilikan bersifat individu dan proses pemasaran masih tradisional.

Tahap III Memilih usaha peternakan rakyat kambing PE di Kecamatan Wonosari. Metode pemilihan ini dilakukan secara *purposive* (sengaja) yaitu melihat daerah

dengan populasi kambing terbanyak. Responden yang dipilih berdasarkan kepemilikan ternak individu, terlibat aktif dalam pemasaran kambing dan usaha kambing masih bersifat tradisional.

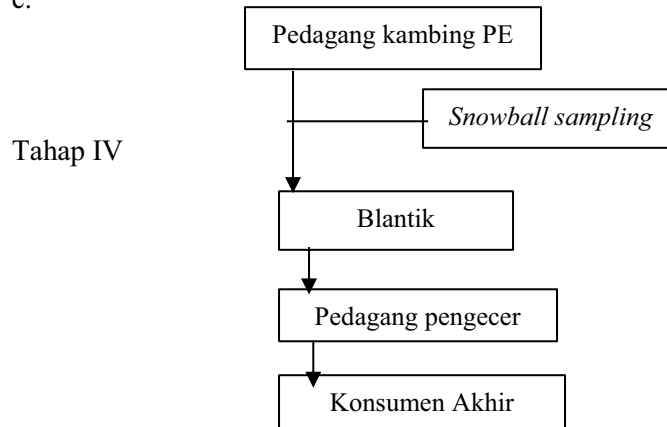
Tahap IV Merupakan penentuan lembaga pemasaran di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang menggunakan metode *snowball sampling*. Informasi peternak yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini diperoleh dengan mendatangi peternakan kambing PE di Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang dan selanjutnya disebut peternak rakyat. Setelah itu digali informasi dengan menunjuk responden blantik sebagai lembaga untuk menyalurkan kambing yang dijual. Kemudian responden blantik yang ditunjuk peternak diminta pula untuk menunjuk responden lain yang membantu menyalurkan kambing hingga sampai ke konsumen, sehingga diperoleh responden yang mewakili lembaga pemasaran.

a. Pengambilan sampel peternak



b. Pengambilan sampel pedagang perantara

c.



Gambar 2. *Sampling Frame* penentuan responden

### 3.4 Teknik Pengambilan Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian meliputi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden melalui wawancara dengan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang sudah dipersiapkan. Data sekunder adalah data yang dicatat secara sistematis dan dikutip secara langsung dari instansi pemerintah atau lembaga-lembaga yang terkait dengan penelitian ini, laporan ilmiah dan referensi yang relevan dengan penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan cara :

1. Survey, dengan mendatangi secara langsung dan memberikan pertanyaan (kuisisioner) yang disampaikan oleh peneliti kemudian dijawab oleh responden. Responden yang mendukung dalam pelaksanaan penelitian kuisisioner tersebut dapat ditunjukkan kepada responden sekaligus peternak kambing PE  
Langkah-langkah yang digunakan adalah :
  - a. Membuat pertanyaan-pertanyaan diperoleh variabel-variabel penelitian produsen dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam usaha yang terdiri dari nama, alamat, usia dan jenis kelamin.
  - b. Membuat pertanyaan sesuai kebutuhan peneliti.
2. Wawancara, yaitu suatu teknik pengambilan data dengan menunjukkan pertanyaan-pertanyaan kepada responden yang berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disiapkan terlebih dahulu.

### 3.5 Analisis Data

Identifikasi masalah *Margin* Pemasaran % *margin*, dan *mark up price* dianalisis dengan metode deskriptif berdasarkan survey diusaha peternakan dengan melihat dan menganalisis:

- a. Lembaga-lembaga rantai pasok pemasaran serta volume pemasaran pada masing-masing pola pada pemasaran yang terdapat pada peternakan.
- b. Fungsi-fungsi pemasaran yang digunakan oleh pedagang.
- c. Kendala-kendala yang dipakai oleh peternak dan pedagang saat pemasaran.
- d. Upaya-upaya yang telah dilakukan peternakan dalam menyelesaikan masalah dan kendala dalam pemasaran kambing PE.

*Margin* pemasaran adalah harga yang diterima dari peternak kambing PE dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir sehingga secara sistematis *margin* dalam rumus ditulis sebagai berikut :

#### 3.5.1 Analisis *Margin* Pemasaran

$$\text{MP} = \text{Pr} - \text{Pf}$$

Keterangan :

MP = *Margin* Pemasaran Kambing PE (Rp/kg)

Pr = Harga Kambing PE ditingkat konsumen (Rp/kg)

Pf = Harga kambing PE ditingkat produsen (Rp/kg)

(Mukson,2005).

$$Mark Up = \frac{\text{Sebaran Harga}}{\text{Harga jual}} \times 100 \%$$

Persentase *margin* menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Margin = \frac{\text{Sebaran Harga}}{\text{Total margin pemasaran}} \times$$

### 3.5.2 Analisis *Share* harga yang diterima peternak

Diketahui oleh Kohls dan Uhl (2002) bahwa analisa efisiensi pemasaran dapat menggunakan pendekatan harga ditingkat produsen (*farmer share*) dengan harga ditingkat konsumen akhir, dengan formulasi sebagai berikut :

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

Keterangan :

SPf : Efisiensi Pemasaran

Pf : Harga ditingkat peternak (Rp/ekor)

Pr : Harga ditingkat konsumen (Rp/ekor)

### 3.5.3 Analisis Usaha Ternak

Analisis terhadap usaha ternak kambing perah di Kecamatan Wonosari berdasarkan skala kepemilikan ternak skala usaha yang digunakan pada penelitian ini berdasarkan jumlah pemilikan ternak yang dikonversikan ke dalam Satuan Ternak (ST). Dengan perhitungan 1 ST sama dengan 7 ekor kambing dewasa adapun lebih rinci dapat dilihat pada tabel 1 :

Tabel 1. Nilai Konversi ST pada jenis kambing dan sapi

Jenis Ternak	Status Fisiologi	Umur	ST
Domba/Kambing	Dewasa	>1 tahun	0,14
	Muda	1/2-1 tahun	0,07
	Anak	<1/2tahun	0,035
Sapi/Kerbau	Dewasa	>2 tahun	1,00
	Muda	1-2 tahun	0,50
	Anak	<1 tahun	0,25

Sumber. (Hidayat, 2011)

### 3.7 Batasan Istilah

1. Konsumen adalah seseorang atau kelompok yang membeli atau mendapatkan kambing dari produsen secara langsung untuk dijual kembali atau dikonsumsi langsung.
2. Pedagang pengecer dan blantik adalah pedagang yang mendapatkan kambing dari peternak langsung untuk dijual kembali ke konsumen.
3. Produsen (peternak) adalah peternak kambing di Kecamatan Wonosari Malang.
4. Rantai pasok adalah rantai pemasaran dari produsen sampai ke konsumen akhir atas dasar informasi dari responden yang berpedoman pada daftar pertanyaan.